

LA INFLUENCIA DEL MARKETING POLÍTICO EN EL ELECTORADO
ESTADOUNIDENSE. UN ANÁLISIS A LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES
DEL 2004: GEORGE WALKER BUSH VS JOHN FORBES KERRY

MAURICIO RAMÍREZ ARAGÓN

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO
BOGOTÁ D.C, 2011



“La influencia del marketing político en el electorado estadounidense. Un análisis a las elecciones presidenciales del 2004: George Walker Bush vs John Forbes Kerry”

Estudio de Caso

Presentado como requisito para optar al título de

Politólogo

En la Facultad de Ciencia Política

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentada por:

Mauricio Ramírez Aragón

Dirigida por:

Danny Ramírez Jaramillo

Semestre II, 2011



CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. ESTADOS UNIDOS BAJO ATAQUE	4
1.1. EN BUSCA DE JUSTICIA	5
1.2. LA INVASIÓN A IRAK Y AFGANISTÁN	7
2. UN CAMINO LARGO Y DIFÍCIL HACIA LA NOMINACIÓN DEMÓCRATA	16
2.1. LA RECAUDACIÓN DE DINERO	31
2.2. EL MENSAJE DE CAMPAÑA	31
2.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	31
2.4. CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD	32
2.5. LEMA DE CAMPAÑA	32
2.6. INVERSIÓN EN PUBLICIDAD TELEVISIVA	32
2.7. HISTORIAL ELECTORAL	33
2.8. VOTO INDEPENDIENTE	33
3. EL ENFRENTAMIENTO DE DOS CAMPAÑAS POR LA PRESIDENCIA	36
4. CONCLUSIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

LISTA DE ANEXOS

Anexo1. Cuadro. Perfiles de candidatos George Bush y John Kerry hasta las elecciones presidenciales de 2004.

Anexo2. Cuadro. Variables para analizar las campañas presidenciales de Estados Unidos en las elecciones de 2004.

Anexo3. Cuadro. Análisis de las armas de la contienda según Maurice Duverger en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2004.

INTRODUCCIÓN

Este estudio de caso, pretende analizar el uso de las herramientas de marketing político, desde las elecciones primarias hasta la elección presidencial en el 2004 en Estados Unidos, en la que George W. Bush del Partido Republicano busca la reelección frente a su rival John F. Kerry del Partido Demócrata.

Para alcanzar el objetivo, se hace necesario plantear como propósitos particulares: examinar la implementación de las herramientas de marketing político por parte de la campaña de George W. Bush y John F. Kerry y su influencia en el electorado Estadounidense, y finalmente, estudiar cómo las herramientas de marketing político fueron determinantes para que George Walker Bush ganara la presidencia.

La presente investigación es de carácter cualitativo, ya que tiene como fin analizar la contienda electoral del 2004 en Estados Unidos, a partir de un acontecimiento que cambió tanto el panorama internacional como el enfoque de las elecciones, a consecuencia de los atentados del 11 de septiembre del 2001.

Teniendo en cuenta que la contienda electoral fue bastante apretada, se hace necesario observar una serie de variables que permitan reconocer qué candidato empleó de manera más eficiente los elementos de marketing político dentro del marco de una estrategia durante las campañas. Las variables que se van a emplear son: mensaje de la campaña, lema de la campaña, recaudación de dinero, inversión en publicidad televisiva, contenido de la publicidad, historial electoral, voto independiente, y resultados de las encuestas.

Las anteriores variables, se seleccionaron teniendo en cuenta los elementos fundamentales que se necesitan para hacer una campaña. Estas se eligieron con el fin de evaluar el desempeño de las dos campañas por la presidencia en los aspectos más característicos de las estrategias empleadas en cada una, con el fin de analizar qué elementos aplicaron las mismas, para así determinar si la que ganó fue la mejor.

El trabajo de investigación parte, de un hecho trascendental como fue el 11 de septiembre de 2001, ya que este marcó de manera determinante el actuar de

Estados Unidos frente a la defensa de su seguridad nacional. Como segunda premisa, se establece que los candidatos y sus campañas, se enfocaron en las guerras que se estaban librando como consecuencia de la lucha contra el terrorismo que desataron los atentados del 11 de septiembre. La última premisa, parte del propio desarrollo de las estrategias de campaña, las cuales deben persuadir al electorado en torno a demostrar qué candidato era el más apto para manejar la crisis que estaba viviendo el país en el 2004.

Con respecto al proyecto de estudio de caso, se decidió agregar un análisis que contempla el estudio de unos elementos propuestos por Maurice Duverger, que examina las armas de las contiendas electorales como medios para obtener el poder, y como estos se vieron reflejados en las elecciones del 2004 en Estados Unidos.

Respecto al marketing político en la historia de las elecciones de los Estados Unidos y del papel que juega el mismo en las campañas electorales, se han realizado una buena cantidad de estudios. Pero la importancia que tiene el presente trabajo de investigación, es que muestra el desarrollo de unas campañas por la presidencia en medio de un país en guerra, por causa de unos atentados terroristas, esto permite analizar sus estrategias en torno a identificar cómo los candidatos trataron de persuadir al electorado de votar por ellos, cuando el país estaba tan dividido a favor y en contra de la misma. Es por esto que las herramientas de marketing político jugaron un papel indispensable en estas elecciones, permitiendo entonces, que una campaña lograra el triunfo en medio de unas elecciones tan reñidas como lo fueron las del 2004.

El trabajo de investigación, se divide en tres capítulos. El primero de ellos, muestra una contextualización del panorama que vivió el país luego de los atentados del 2001, y cómo esto influye en el desarrollo de las respectivas campañas por la presidencia. El segundo capítulo permite observar el desarrollo de las primarias del partido demócrata que se hicieron para definir el candidato a las elecciones por la presidencia, dentro del cual se analiza el papel de los candidatos, de sus campañas y de sus respectivas estrategias. En cuanto al tercer y último capítulo, se examinan las respectivas campañas que se enfrentaron por la presidencia, una con George W. Bush

y la otra con John F. Kerry bajo las variables anteriormente planteadas en torno a precisar porque se dio la victoria de la campaña Republicana, y que explica su triunfo.

Con el presente texto, se espera que el lector se aproxime al marketing político a partir de un caso concreto en Estados Unidos, que permitirá observar cómo esta rama, que ha estado presente desde hace muchos años en ese país logra tener una relevancia indiscutible para el desarrollo de los procesos electorales, las campañas y los diseños de las mismas, en torno a establecer estrategias que permitan definir las elecciones. Es un aporte y una reflexión que serán de ayuda para aquellos que quieran internarse en tan interesante tema.

1. ESTADOS UNIDOS BAJO ATAQUE

Las elecciones que se llevaron a cabo en Estados Unidos, el martes 2 de noviembre del año 2004, estuvieron marcadas de manera contundente por los atentados del 11 de septiembre del 2001. Estos generaron una cadena de acontecimientos, que fijaron una perspectiva dentro del colectivo norteamericano de tal magnitud, que iban a definir el futuro del país dentro de los siguientes cuatro años o más.

A raíz de estos hechos, se creó definió la política de guerra contra el terrorismo, se modificó la política exterior estadounidense y se realizaron las invasiones de Afganistán e Irak. Estos hechos fueron claves en el desarrollo de las respectivas campañas por la presidencia, una de reelección con George W. Bush en cabeza del Partido Republicano, y la otra con John F. Kerry en representación del Partido Demócrata.

Los atentados, ocurrieron en varios puntos del territorio norteamericano, y generaron una ola de tristeza, rabia, e indignación. Lo que va a generar este acontecimiento es miedo en los ciudadanos. La noche de los atentados Gallup realizó una encuesta que reveló que de cada 10 norteamericanos 6 tenían miedo de que ellos o algún familiar fuera víctima de un ataque terrorista.¹ Aquel era un miedo constante de amenaza, que nunca antes se había sentido en ese país, porque nunca antes se había estado amenazado en su propio territorio continental, y menos por un ataque terrorista. Esto lo expone más claramente Noam Chomsky diciendo que “...para Estados Unidos ésta es la primera vez desde la guerra de 1812 que el territorio nacional se ha visto atacado o siquiera amenazado”². Sin embargo, se generaron toda clase de asimilaciones al ataque que hubo a bases militares en Pearl Harbor, a lo cual comparto en que “esta interpretación puede inducir al error. El 7 de septiembre de 1941 fueron atacadas bases militares en dos colonias de Estados Unidos, no en el territorio nacional, que nunca estuvo amenazado”³.

¹ Comparar Gallup. Tema de búsqueda: Country's Wounds Still Open After 9/11, 2003. Consulta Electrónica.

² Ver Chomsky, Noam. “Nunca desde la guerra de 1812”. En *11/09/2001*, 2001. p. 11.

³ Ver Chomsky. “Nunca desde la guerra de 1812”. p. 12.

Para este trabajo queda claro que los ataques se desarrollaron en el territorio nacional norteamericano que no había presenciado anteriormente amenaza alguna, este hecho va a definir toda una política liderada por el presidente de Estados Unidos en su momento, George W. Bush, la cual busca justicia, y va direccionada a:

1. Generar una lucha contra el terrorismo a nivel mundial y
2. Propender por el mantenimiento de su seguridad interna.

Esta nueva política antiterrorista empieza a desarrollarse desde el mismo momento en el que se confirma que han sido atacados, cuando el presidente George Bush en su primer discurso hacia la nación después de los ataques del 11 de septiembre, advierte que los ataques no van a quedar en la impunidad y que usará todos los recursos a su alcance para hacer justicia.

1.1. EN BUSCA DE JUSTICIA

El 11 de septiembre del año 2001 era un martes, una día normal en Estados Unidos, para trabajar, realizar actividades cotidianas, no tenía nada en particular, pero a las 8 y 45 hora local de Nueva York, un avión se estrella contra la torre norte del World Trade Center, poco después otro avión impacta la torre sur, y alrededor de las 9 y 40 el pentágono es impactado por otro avión.

Estos hechos generaron bastante conmoción, las agencias encargadas de la seguridad nacional no tenían definido que hacer, porque en principio no se sabía si era un ataque o un accidente, luego, y después de que se descartara la segunda opción y que fueran consientes de que varios aviones fueron usados para cometer actos terroristas en puntos estratégicos del país, el presidente reúne a su gabinete, con el equipo asesor, y empiezan a diseñar una estrategia que luego se va a llamar la “doctrina Bush”. Dicha doctrina, nace de los atentados, y será parte de la política de defensa que Estados Unidos implementará en los años posteriores.

El objetivo más claro en ese momento para la administración Bush y para lo que faltara de la presidencia, dicho por él era “proteger a nuestra gente y defender

nuestra libertad que había estado bajo ataque”.⁴ Lo anterior se va a ver reflejado más adelante en las acciones que tomó. Pero mientras tanto se estaba elaborando la estrategia que iba a ser implementada, y que iba a terminar en una política que redefinió todo el panorama internacional.

Cuando George W. Bush llega al Despacho Oval (oficina del presidente) va a informar en un discurso al pueblo Estadounidense sobre la situación que se estaba viviendo “hoy queridos ciudadanos, nuestro modo de vida, nuestra libertad, fue atacada, en una serie de deliberados y mortíferos ataques terroristas”⁵. Lo que quería George W. Bush con este primer discurso sobre los atentados era “mostrarse firme, demostrar una actitud ciertamente decidida, pero hallando a la vez un punto de equilibrio. En definitiva, tranquilizar a la gente, demostrarle que el Gobierno seguía funcionando y hacerle ver a la nación que el presidente se encontraba sano y salvo”⁶.

Debido al impacto de estos ataques, había que calmar a la gente, pues ese miedo que envolvía al país en dicho momento debía convertirse en serenidad, en fortaleza, pero sobre todo en valor, porque a partir de entonces, Estados Unidos iba a desplegar todas las herramientas a su alcance, incluido su potencial militar, para cumplir con lo que se había propuesto. “dirigiremos todos los recursos a nuestra disposición –todos los medios de la diplomacia, toda herramienta de inteligencia, todo instrumento para la aplicación de la ley, toda influencia financiera y toda arma de guerra necesaria a la destrucción y la derrota de la red global de terror”⁷. De ahí en adelante se va a consolidar formalmente lo que se llamó la “doctrina Bush”.

A partir de ese momento se levanta toda una política de guerra contra lo que ellos denominan “el terror”, que George W. Bush iba a liderar para desarticular la red terrorista que estuvo implicada en los atentados contra Estados Unidos. Se despliega entonces, una operación para invadir en primera medida a Afganistán el 7 de octubre

⁴ Ver Bush, George. “Day of fire”. En *Decision Points*, p.129. Traducción Libre del Autor.

⁵ Ver Bush. “Day of fire”. p.138. Traducción Libre del Autor.

⁶ Ver Woodward, Bob. “Capítulo 3”. En *Bush en Guerra*, p.50.

⁷ Ver La Onda Digital. Tema de búsqueda: Discurso Integro de George Bush ante el Congreso, 21 de septiembre de 2001. Consulta electrónica.

del 2001, y posteriormente a Irak el 20 de marzo del 2003, con un discurso que iba a cambiar significativamente.

1.2. LA INVASIÓN A IRAK Y AFGANISTÁN

La ofensiva militar contra el terror contemplaba dentro de su objetivo, el ataque a objetivos militares, primero en Afganistán porque era el lugar donde se habían ideado los ataques contra el World Trade Center, el Pentágono, y la Casa Blanca. “el plan de la CIA era una nueva ofensiva en Afganistán donde el 11 de septiembre del 2011 se había planeado”⁸. Esta decisión indicaba que Estados Unidos iba a empezar operaciones militares, en primer momento con bombardeos y luego introduciendo tropas en torno a desarticular la organización, capturar a los responsables de los atentados, y estabilizar el país instaurando una democracia. “yo sabia desde mi corazón que atacar Al Qaeda, remover a los talibanes, y liberar el sufrimiento de las personas de Afganistán era necesario y justo”⁹. El 7 de octubre del 2001 George W. Bush ordena los ataques y se inicia la invasión con la firme convicción de lograr desintegrar ese grupo terrorista. “Afganistán no solo era un Estado patrocinador del terrorismo, sino un Estado patrocinado por el terror”¹⁰. El ejército de Estados Unidos debía actuar para evitar más ataques por parte de ese grupo.

Posterior a los ataques contra las células terroristas de Al Qaeda en Afganistán, Estados Unidos empieza a desarrollar un discurso que va a justificar la entrada de tropas a Irak, argumentando que Saddam Hussein, en su momento presidente de Irak, tenía en su poder, armas de destrucción masiva, que representaban un riesgo muy grande para la estabilidad política de la región, incluyendo a Israel, que es un aliado estratégico del país norteamericano en medio oriente, pero además amenazaba la seguridad nacional del país norteamericano.

El consejo de seguridad de las Naciones Unidas se reunió en varias ocasiones, antes de la invasión a Irak por parte de tropas estadounidenses, en estas

⁸ Ver. “Afganistán”. p. 186. Traducción Libre del Autor.

⁹ Ver Bush. “Afganistán”. p. 197. Traducción Libre del Autor.

¹⁰ Ver Bush. “Afganistán”. p. 187. Traducción Libre del Autor.

reuniones el Consejo deja claro, y en especial los representantes que estaban a cargo de las respectivas inspecciones, que Irak no había reactivado su programa nuclear, además de esto, no habían encontrado ningún indicio de armamento, o cualquier tipo de artefacto que tuviera algún contenido de tipo nuclear que pudiera amenazar la seguridad de la región o la de Estados Unidos, como lo expresa el director general en su momento de la OIEA (Organismo Internacional de Energía Atómica) el señor Mohamed Elbaradei cuando dice el 7 de marzo del 2003 que “después de tres meses de inspecciones intrusivas, el OIEA no ha encontrado pruebas de que se hubiera reactivado el programa de armamento nuclear”¹¹. Esto claramente indica que no habían armas más allá de las convencionales, de aquellas que los ejércitos usan normalmente para defender su soberanía y las que emplean en caso de defensa, no eran armas que tuvieran la capacidad para desestabilizar la región, ni que tuvieran tal magnitud como para amenazar la seguridad nacional de Estados Unidos.

Posteriormente el 5 de junio del año 2003 el señor Hans Blix presidente ejecutivo de la UNMOVIC (Comisión de las Naciones Unidas de Vigilancia, Verificación e Inspección) informó al Consejo de Seguridad que “hasta el 19 de marzo, los inspectores no habían encontrado pruebas de que los programas de armas de destrucción en masa siguieran en marcha o se hubieran reanudado”¹². Estos hechos daban seguridad por lo menos para creer que Irak no estaba desarrollado programas nucleares, no había prueba de ello, y por lo tanto no había porque invadir el país, en un acto de seguridad nacional.

Estas armas no fueron encontradas como ya se evidenció, así que no había porque entrar a este país bajo esa justificación, pero el gobierno norteamericano recurrió a otro argumento para explicar su entrada a Irak, y fue el de afirmar que Saddam Hussein había establecido una dictadura, que representaba un gran peligro para la democracia mundial, pero en especial para la seguridad nacional de los Estados Unidos. George W. Bush argumenta que “a principios del año 2001 Saddam Hussein estaba librando una guerra de baja intensidad, en contra de los Estados

¹¹ Ver Naciones Unidas- UN. Tema de búsqueda: Consejo de Seguridad- resumen 2003. p 1. Consulta Electrónica.

¹² Ver UN. Tema de búsqueda: Consejo de Seguridad- resumen 2003. p 1. Consulta Electrónica.

Unidos, en 1999 y en el 2000 respectivamente, sus fuerzas dispararon 700 veces a nuestros pilotos que estaban patrullando las zonas de exclusión aérea”.¹³ Con la anterior afirmación George W. Bush empieza a elaborar una justificación que intenta legitimar la entrada de tropas americanas a Irak.

Debido a las creencias ya con poca validez del gobierno Estadounidense, sobre la apropiación, reactivación, o desarrollo de armas nucleares, y teniendo en cuenta que no iba a ser justificación suficiente a la hora de invadir Irak, era importante nutrir esta misma afirmación con más argumentos en torno a darle credibilidad al discurso. Según Bush existían serias intensiones de Saddam por obtener armas de destrucción masiva para proveer grupos terroristas, especialmente a Al-qaeda que había propinado los ataques del 11 de septiembre. “habían estados que patrocinaban el terror. Habían enemigos irreconciliables de América. Habían gobiernos hostiles que amenazaban a sus vecinos. Habían naciones que violaban las demandas internacionales. Habían dictadores que reprimían a su gente. Y habían regímenes que buscaban armas de destrucción masiva. Irak combinaba todas esas amenazas”¹⁴. Esto no lo podía permitir el gobierno de Estados Unidos, y George W. Bush lo tenía claro. “solo podría imaginarme el posible daño, si un enemigo dictador proporcionara armas de destrucción masiva a los terroristas”.¹⁵

Esto afirma lo que antes ya se había enunciado. El régimen de Saddam Hussein era peligroso para la seguridad nacional norteamericana sí llegará a tener acceso a estas armas, por ello era sumamente importante que hubiera una intervención militar en aquel país en torno a, encontrar las armas de destrucción masiva aún después de que la misión de observación de las Naciones Unidas habían declarado que no había nada, arrestar a Saddam Hussein, derrocar el régimen, y por último establecer una democracia y liberar al pueblo de Irak de ese sistema.

Dentro de ese contexto se van a dar las elecciones por la presidencia de Estados Unidos en el 2004. Las armas de destrucción masiva nunca aparecieron, en

¹³ Ver Bush. “Iraq”. p.228. Traducción Libre del Autor.

¹⁴ Ver Bush. “Iraq”. p.229. Traducción Libre del Autor.

¹⁵ Ver Bush. “Iraq”. p.228. Traducción Libre del Autor.

Irak grupos al margen de la ley se levantaron contra la invasión norteamericana, lo que generó un conflicto bastante sangriento, muchas vidas se perdieron tanto del ejercito norteamericano, como también de los grupos opositores que se alzaron en armas. Como ejemplo de esto se dieron decapitaciones a soldados americanos por parte de estos grupos opositores, torturas en la prisión de Abu Ghraib, instalación frecuente de carros bomba en sitios estratégicos, la ola de secuestros que se estaban dando a extranjeros para presionar la salida de las tropas Americanas del territorio Iraquí, y las muertes en combate de bando y bando que no cesaban.

De acuerdo a un informe publicado por wikileaks de cerca de 400 mil reportes sobre la guerra en Irak, contada por los militares en servicio, publica unas cifras sobre las muertes que hubo en un período de 6 años comprendido entre enero del 2004 y diciembre del 2009 por parte de las fuerzas norteamericanas. El reporte muestra “109.032 muertes en Irak en total, de esas muertes 66.081 son muertes a civiles, 23.984 son a enemigos, 15.196 del las fuerzas del gobierno iraquí y 3.771 de las fuerzas de la coalición”¹⁶. Las cifras muestran un alto índice de muertes a civiles en más del 60%, lo que es una verdadera tragedia para miles de familias iraquíes que tuvieron, y tienen que soportar esa guerra, además es claro que durante ese periodo no fue una guerra que se caracterizara por dar resultados, los directos responsables de los atentados nunca fueron encontrados, y la guerra tuvo un número de muertos bastante alto por la cantidad de bajas civiles, y en general por las muertes en los dos bandos. A Osama Bin Laden nunca se le encontró, y a Al-qaeda tampoco se le pudo desintegrar, así que las consecuencias fueron más negativas que positivas, y el balance de este conflicto no fue muy alentador para el Gobierno de Bush.

Las cifras abarcan una parte del primer gobierno de George W. Bush, por lo menos todo el 2004 hasta las elecciones presidenciales, y son importantes porque marcan una tendencia en la ejecución de la estrategia implantada por el presidente. No sólo incurrieron en vidas humanas inocentes, si no que hubo errores desde el primer momento en el que se decidió entrar a Irak. George W. Bush luego lo va a admitir diciendo. “Lo que más lamento de todo el período es el error de inteligencia

¹⁶ Ver Wikileaks. Tema de búsqueda: “Iraq War Logs 2004-2009”. p 1. Consulta Electrónica.

en Irak. Muchas personas pusieron su reputación para decir que las armas de destrucción masiva eran una razón para derrocar a Saddam Hussein”¹⁷. Esto es un error que le ha causado a la nación Estadounidense alrededor de “526 billones de dólares hasta el año 2008, unos 275 millones de dólares diarios según el IPS (Institute for Policy Studies)”¹⁸. Una suma bastante considerable y colosal teniendo en cuenta los resultados obtenidos.

A pesar de todos los acontecimientos que se estaban presentando, y que las personas estaban viendo por los diferentes medios de comunicación, el sentimiento, los recuerdos, y las imágenes de los atentados del 11 de septiembre del 2001, se encontraban más arraigados en el consciente de las personas, que los mismos escándalos que se estaban dando en medio oriente producto de la guerra.

Además de lo anterior se sumaba un aspecto muy importante y delicado para la sociedad norteamericana “la economía”. La situación económica del país no se encontraba muy bien (aunque no tan grave como la recesión económica del 2009). Se logró recuperar a finales del 2003 y tuvo un buen desempeño en los tres primeros cuartos del 2004 (una encuesta realizada por GALLUP sobre el estado de la economía en Estados Unidos, arrojó los siguientes resultados: “a principios del 2003 el 65% de los americanos respondieron que la economía del país se encontraba mal; mientras que a finales del mismo año, en el mes de octubre y de diciembre, el 44% y el 58% respectivamente, respondieron que la economía se encontraba en un mejor estado”¹⁹). Pero aunque se recuperó, los índices en comparación con el gobierno del ex presidente Bill Clinton no son favorables para el gobierno de George W. Bush.

El Progressive Policy Institute arroja unos resultados sobre el comportamiento de la economía en varios temas, y hace una comparación entre las administraciones de Bill Clinton y George Bush, donde deja en evidencia un bajo rendimiento en la gestión del segundo en temas como: (la creación de empleo -0.17%

¹⁷ Ver ABC News. “Bush: I didn’t compromise my principles”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

¹⁸ ver Instiute for Policy Studies-IPS. “The Quagmire in Irak”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

¹⁹Ver GALLUP. “Whatever Happened to "Trickle-Down" Economics?”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

de Bush frente a un 2.38% de Clinton, disminución de la deuda nacional -0.94% de Bush frente a un 3.89% de Clinton, oferta de empleos con buenos salarios -1.0% de Bush frente a un 4.70% de Clinton y en la disminución del nivel de pobreza -4.33% de Bush frente a un 2.29% de Clinton)²⁰. Sí no hubiese existido la guerra en Irak, éste hubiera sido principalmente uno de los factores más importantes para definir la reelección. Pero como el elemento “guerra” estaba presente, fue éste el que impuso la dinámica para que Bush pudiera liderar ese proyecto que había empezado en el 2001, sin aceptar que hubo errores en su política, manteniendo su posición sobre la guerra en Irak, y aún más llevándola hasta el final como bandera electoral para tratar de conseguir la reelección en el 2004.

Es por esta razón que cobran gran relevancia las variables de marketing político. Cada una de ellas en torno a identificar aspectos específicos de las campañas, que pueden identificar las prioridades de los candidatos y de los temas que se consideran como primordiales. Estas son: mensaje de la campaña, lema de la campaña, recaudación de dinero, inversión en publicidad televisiva, contenido de la publicidad, historial electoral, voto independiente, y resultados de las encuestas. Estas variables permiten a partir de la observación de las dos campañas, una identificación de cada uno de los aspectos de la campaña en torno a valorar cual tuvo un mejor desempeño y porque. En un país tan dividido y tan atemorizado por la guerra, el marketing político que siempre ha tenido un papel característico en la política Estadounidense, puede lograr que uno u otro candidato obtenga la victoria.

Previo a las primarias el entonces presidente George W. Bush contaba con un apoyo muy fuerte de parte del partido republicano de cara a las elecciones del 2004, debido a su posición sobre la guerra, y su discurso sobre la lucha contra el terrorismo mundial. En ese momento su gran reto era defender la política que había creado, y de esta forma demostrar que las invasiones hacían parte de una operación necesaria en torno a defender la seguridad nacional de su país, y poder devolver la tranquilidad y la justicia a las familias que habían sido afectadas por los ataques, y a

²⁰ Ver Progressive Policy Institute- PPI. Tema de búsqueda: “Economic Performance Index- *George W. Bush vs William J. Clinton*”. p 1. Documento Electrónico.

todo el pueblo norteamericano que de una u otra forma había sido impactado por este acontecimiento.

La única persona que contemplo la posibilidad de enfrentar a George W. Bush en las primarias, fue el actual gobernador del estado de Rhode Island Lincoln D. Chafee, quien luego tuvo que desistir de sus intenciones después de ver la gran acogida que había tenido en los últimos meses la política contra el terrorismo de Bush, en especial con la captura de Saddam Hussein; lo anterior se puede ver reflejado en las siguientes cifras: “en octubre de 2004 entre el 52 y 53% de los estadounidenses, consideraban que no fue un error el envío de tropas americanas a Irak y en noviembre del mismo año, el 51% contaba con la misma consideración”²¹. También la aprobación de la política contra el terrorismo por parte de los ciudadanos estadounidenses, se puede evidenciar cuando “en el 2001 el 89% de los americanos estaban de acuerdo en el envío de tropas estadounidenses al territorio afgano, en el 2002 la cifra aumentó al 93% y aunque en el 2004 se redujo al 72% sigue siendo una opinión dominante dentro del colectivo norteamericano”²².

Era claro en ese momento, que con los ataques al World Trade Center tan recientes, la mayoría del pueblo norteamericano se inclinaría por apoyar contundentemente a George W. Bush, y más cuando él representaba toda una doctrina, un modelo en contra del terrorismo mundial, cuando su discurso era tan firme y radical, donde plasmaba de una manera categórica su posición a favor de una invasión para poder desarticular en definitiva la red del terror en medio oriente, que estaba siendo patrocinada por gobiernos terroristas como lo era Irak, en cabeza de su entonces presidente Saddam Hussein.

Pero George Bush “no quería una victoria a solas; sus probabilidades de hacer las cosas para un segundo término dependían de forma crucial en tener aliados en el Congreso y en gobernaciones”²³ esto era importante, porque sus proyectos,

²¹ Ver GALLUP. Tema de búsqueda: “Iraq”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

²² Ver GALLUP, Tema de búsqueda: “Afghanistan”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

²³ Ver Rove, Karl. “Getting ready for Kerry”. En *Courage and Consequence*. p. 363. Traducción Libre del Autor.

como el presupuesto para la guerra, tenían que pasar por el Congreso de los Estados Unidos, además debía tener un gran apoyo, por parte de los políticos que llegarían a conformar las gobernaciones de los diferentes estados ya que de no ser así tendría serias dificultades para desarrollar los proyectos políticos que tenía en mente para su próximo período.

Era otra la situación de John F. Kerry quien tuvo un proceso bastante difícil para conseguir la nominación a la presidencia, su contrincante Howard Dean tenía una posición radical y fuerte en contra de la guerra en Irak. Desde mayo del 2002 cuando empezó a conformar su equipo de campaña, con el slogan “Dean for america” inició un trabajo con sus colaboradores para fijar una posición en torno a la guerra, en octubre de ese mismo año Howard Dean ya daba una muestra clara en torno a criticar el manejo que se le estaba dando a la misma.

Esto permitió entonces que hubiera una contienda entre dichos candidatos quienes tenían posiciones diferentes sobre el conflicto de Irak, uno totalmente en contra como lo era Howard Dean, y John Kerry que no tenía una posición tan clara sobre el tema, pero que en principio había apoyado a George W. Bush con voto favorable en el Congreso a una resolución en la que “se le pedía la autoridad para utilizar todos los medios que él determinara como apropiados, incluyendo la fuerza, para obligar a Saddam a cumplir la resolución de la ONU exigiendo el desarme de Irak”²⁴. Ese voto favorable ya daba indicios sobre la posición que John F. Kerry quería mostrar como veterano de guerra, pero aún quedaba en duda su postura sobre este tema por la ambigüedad de sus comentarios, lo que se puede ver reflejado cuando “cuatro días después de votar a favor de la resolución declaró que ésta no le daba realmente manos libres a Bush para emprender la guerra, aunque en realidad lo hizo”²⁵. En buena parte de la campaña Kerry tuvo que enfrentarse a situaciones como la anterior, debido a que no tenía una postura definida en torno a un tema tan importante como lo era la invasión a Irak.

²⁴ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. En *Kerry otra América es posible*. p.337

²⁵ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.338

Aunque Howard Dean era el candidato preferido del partido demócrata, y de los posibles votantes al inicio de las primarias, debido a su posición anti guerrerista, y pacífica como lo demuestra una encuesta de Gallup, “donde a principios de noviembre del 2003 Dean tenía un 24% de favorabilidad frente a un 21% de Kerry, y luego en enero del 2004 subió a un 45% por encima del 17% de su adversario”²⁶ lo que da cuenta del enorme potencial que poseía Dean para ganar la nominación. A pesar de ello “Kerry, tenía un mejor equipo de campaña dentro de la contienda, era un buen orador y podría ser un candidato muy agresivo y efectivo al momento de defender sus puntos de vista; además, su record como veterano fue una gran ventaja, claro que no tanto como él creyó que lo era”²⁷.

John Forbes Kerry con un reconocimiento inmenso por su valor y un apoyo importante por parte de los veteranos de guerra, empieza su camino en las primarias en torno a ganar las elecciones presidenciales de los Estados Unidos de América para el periodo 2004 -2008 en un momento histórico para el país, un momento de crisis, de tensión, de tristeza y dolor por el resultado de los ataques a las torres gemelas. En unas elecciones que iban a definir la persona que iba a liderar todo este proceso en medio de tantas dificultades y retos. Solo se conocía un candidato seguro, y era George W. Bush en el partido republicano, quien iba a continuar con su política de guerra contra el terrorismo tal y como él la concebía. Pero por otro lado el partido demócrata debería definir cual era su próxima carta para llegar a la presidencia, si un anti guerra como Howard Dean, o un candidato como Kerry que tenía posiciones encontradas sobre la misma.

²⁶ Ver GALLUP. Tema de búsqueda: “Nationally: Two-Candidate Race for Democratic Nomination?”. p 1. Consulta Electrónica.

²⁷Ver Rove. “Getting ready for Kerry”. p. 370. Traducción Libre del Autor.

2. UN CAMINO LARGO Y DIFÍCIL HACIA LA NOMINACIÓN DEMÓCRATA

Desde muy temprano, casi de manera paralela a los ataques del 11 de septiembre del 2001, John F. Kerry tenía dentro de sus planes ser candidato para la presidencia de los Estados Unidos. Su carrera como senador comenzó en el año 1985, luego de servir voluntariamente al ejército de su país en la guerra de Vietnam, donde se destacó y ganó varias medallas por su valor y coraje en la misma. Este pasado como veterano de guerra y senador reconocido, fue lo que perfiló a John F. Kerry como un buen representante del Partido Demócrata para las elecciones presidenciales del 2004.

Aunque hasta el 2002 John F. Kerry anuncia su aspiración a ser candidato para la presidencia de los Estados Unidos, éste ya había dado muestras de querer ocupar el cargo, ya que “a principios de enero del 2001, los aliados de Kerry en New Hampshire les pedían a los activistas del partido que no se comprometieran con otros posibles candidatos a la presidencia. Las primarias de New Hampshire, las primeras que se celebraban en el país, quedaban todavía a tres años de distancia”²⁸. Lo anterior demuestra, que John F. Kerry mucho antes de hacer pública su intención de ser candidato, ya estaba trabajando con sus aliados dentro del Partido Demócrata para que le dieran su apoyo en torno a una posible candidatura.

A mediados del 2001, antes de oficializar su candidatura, John F. Kerry realizó varios viajes estratégicos en varios estados del país con el fin de medir la situación política en cada uno de ellos, y conseguir apoyo, “hacia finales de junio, Kerry estaba en Iowa, el primer estado caucus, en agosto hizo una vistosa visita a New Hampshire. Había estado también Texas y estaba alimentando lo que ya era una red nacional de recaudación de fondos con viajes a California, el estado de Washington, a Colorado y Georgia”²⁹. Esto ya era formalmente una carrera por la presidencia y aunque lo hizo público hasta el año 2002, Kerry ya tenía abonado para

²⁸ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.335.

²⁹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.335.

ese momento, un terreno político que más tarde debería potencializar para ganar las primarias.

El 29 de mayo de 2002 Howard Dean presenta su candidatura para aspirar a la presidencia y enfrentarse así con John F. Kerry en las primarias. El entonces gobernador del estado de Vermont, entra en la carrera por la presidencia con unos ideales bien definidos respecto a la situación en Irak, ya que era un claro opositor a la invasión de este país. Lo que no sucedía con John F. Kerry, quien no tenía una posición concreta respecto al tema. A Dean se le calificó como el “candidato anti-Bush”³⁰ y por consiguiente también trato de mantener un distanciamiento con su contrincante, a quien le alegaba no tener una posición clara frente al tema en Irak, en el cual era determinante tener una perspectiva definida.

Lo anterior se puede ver reflejado en las varias afirmaciones que hizo durante su campaña en las primarias. La primera de ellas mencionada anteriormente, donde dio su voto favorable a la iniciativa que en ese momento estaba impulsando George W. Bush, para obligar a Saddam Hussein a cumplir con la resolución de la ONU en torno a hacer efectivo el desarme nuclear, y que generó bastantes críticas en una gran parte del partido Demócrata que lo acusó de “haberse rendido ante la Casa Blanca republicana”³¹. Esto claramente era un signo de desaprobación y un síntoma muy negativo en la campaña de Kerry, que indicaba su mal comienzo en una larga carrera por la nominación de su partido. Kerry trato de corregir su error, pero en vez de aclarar su posición la volvió más abstracta diciendo que la resolución en realidad “no le daba manos libres a Bush para emprender la guerra, aunque en realidad lo hizo”³². Lo que iba volviendo la posición del candidato algo ambigua, pero además no reflejaba claramente su mensaje, y confundía al electorado.

Posteriormente John Kerry en su defensa y para validar con mas fuerza su posición indicó que “este voto afirmativo daría a la Casa Blanca el consenso necesario para presionar a Saddam Hussein hacia el desarme”³³, lo que pudo haber

³⁰Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.345.

³¹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.337.

³² Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p.338.

³³ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 338.

sido válido si no fuera porque “once años antes había rechazado explícitamente el argumento del consenso cuando George H. Bush quiso ir a la guerra contra Saddam”³⁴. Aunque su posición tuvo un giro total durante este período de tiempo, es claro que Kerry no estaba poniendo claramente su visión sobre los hechos, en especial sobre la Invasión y la guerra, lo que daba lugar a la prensa y a sus opositores que también estaban peleando la nominación al partido Demócrata para criticar sus declaraciones que constantemente estaban cambiando, produciendo así contradicciones que alteraban su imagen, y su campaña.

Otro giro en su oratoria se dio cuando después del 11 de septiembre John F. Kerry empezó a estar de acuerdo con la pena de muerte, cosa que antes descartaba categóricamente.

En 1996, el entonces gobernador del estado de Massachusetts William Weld le preguntó a Kerry si la pena de muerte debería aplicar a los terroristas, Kerry respondió que la idea equivalía a una política de protección a terroristas, ya que esta iniciativa desalentaba a otras naciones de la extradición de sospechosos, porque muchos de los aliados de Estados Unidos impedían la extradición a países que impusieran pena de muerte.³⁵

Ahora si estaba de acuerdo con ello, y lo expresaba aún sabiendo que su posición en el pasado había sido otra, y que su argumentación tenía que dar un giro de ciento ochenta grados “Kerry ahora apoya la pena de muerte para los terroristas a pesar de que la extradición sigue siendo un problema”³⁶. Hasta ese momento las afirmaciones de Kerry le estaban generando graves complicaciones en su campaña.

Mientras John Kerry seguía entre una y otra posición respecto a los diferentes temas que se iban presentando en su carrera por la nominación, Howard Dean se mantenía firme, y con una convicción clara de su lugar y del rol que quería desempeñar como claro opositor de la guerra, y de las políticas implementadas por Bush en dirección a ella. Para consolidar dicho objetivo debía mantener una distancia de su adversario, y más cuando Kerry estaba teniendo un mal momento en su campaña, con la prensa, y por la naturaleza de sus comentarios. “El 27 de marzo del

³⁴ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 338.

³⁵ Ver CBS News. Tema de búsqueda: “ Kerry's Top Ten Flip-Flops”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

³⁶ Ver CBS News. Tema de búsqueda: “ Kerry's Top Ten Flip-Flops”. p 1. Consulta Electrónica. Traducción Libre del Autor.

2003 en Iowa Dean machacó la postura de Kerry frente a la guerra: hasta el día de hoy desconozco cuál es la postura de John Kerry, si estas de acuerdo con la guerra entonces dilo. Si no estás de acuerdo, dilo, pero no intentes tambalearte en la indefinición”³⁷. Esta contundente afirmación reveló lo que ya se evidenciaba desde el comienzo de la campaña de Kerry y de lo que todos eran consientes, incluyendo medios de comunicación, candidatos y electores. La falta de una postura determinante y decisiva frente a la guerra.

Posterior al discurso de Howard Dean, la campaña de John Kerry sufrió uno de los momentos más complicados en la carrera por la nominación, por cuenta una vez más de las palabras que pronunció el candidato a principios de abril del 2003 en Peterborough New Hampshire, en un intento por hacer una crítica al gobierno de George W. Bush, John F. Kerry aseguró que “lo que necesitamos no es un cambio de régimen de Saddam Hussein o de Iraq, sino un cambio de régimen en Estados Unidos”³⁸. Esta afirmación le costó a la campaña de John Kerry varias semanas en las que recibió críticas bastante fuertes por parte de miembros del Partido Republicano y además fue protagonista en los medios de comunicación, quienes le requerían una explicación más clara de sus afirmaciones sobre el cambio de régimen en el país. “aunque el comentario de Kerry parecía calculado para atraer a los votantes contrarios a la guerra a los que Dean tenía hipnotizados, encendió los pilotos de todos los debates radiofónicos...”³⁹. Esta declaración de Kerry llegó a cuestionar sus valores americanos y hasta su patriotismo, y no se sabía a ciencia cierta a que se refería el candidato con esas palabras.

Luego de las fuertes críticas que recibió por sus palabras, Kerry llegó a afirmar que “su comentario había sido un poco demasiado duro”⁴⁰ y más tarde afirmó que “el comentario había sido en el contexto de la campaña política y no de la guerra”⁴¹. Pero a pesar de esto, el impacto que recibió durante esas semanas en las

³⁷ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 343.

³⁸ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 343.

³⁹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 343.

⁴⁰ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 343.

⁴¹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 344.

que tuvo que resistir las fuertes críticas de la prensa, la televisión, y la radio que no dejaban de cuestionarlo, produjo en la campaña un golpe que su contrincante estaba aprovechando para aventajarse en la carrera que tenían por delante.

Otro punto que logró desequilibrar por un momento la campaña de John Kerry, que seguía afectada por todo lo sucedido llegó cuando John Edwards un senador de Carolina del Norte, que no era tan conocido en el panorama nacional, y que también aspiraba a la nominación obtuvo una cifra de recaudación de fondos mayor a la que hasta ese momento llevaba la campaña de John Kerry, la suma del primero llegaba a los 7.4 millones de dólares, mientras que la de Kerry ascendía solo a los 7 millones⁴², aunque la cifra de John Kerry no estaba muy lejos de la del senador John Edwards, el hecho importante para resaltar era que la pelea por la nominación estaba más complicada que nunca, en la carrera se habían involucrado más candidatos que querían ganar, y esto afectaría los intereses de aquellos que ya estaban trabajando desde un tiempo atrás, este largo proceso por lograr el apoyo demócrata ya involucraba nueve candidatos, y eso hacía aun más difícil la victoria para cada uno de ellos, ya que la recaudación de fondos, los debates, los encuentros, reuniones, discursos, difusión de publicidad, y la entrega de los mensajes iba a complicarse, había mucho por conseguir y pocas oportunidades para equivocarse. Los candidatos y sus campañas debían asegurarse de conseguir lo necesario para llegar a su electorado, pero sobre todo de no cometer errores porque eso implicaría un gran desgaste para la campaña afectada en torno a recuperar el espacio perdido, en vez de abonar para ganar terreno en los espacios donde son débiles.

La nominación en el panorama nacional se centraba en dos candidatos, que eran: Howard Dean que lideraba las encuestas hacia finales del 2003 con un “22% sobre un 7% de John Kerry”⁴³, pero además de eso aventajaba a éste en recaudación de fondos con una inyección de 7.6 millones con la que lideraba la carrera con un amplio margen⁴⁴. Del otro lado a John Kerry no le iba muy bien. Estaba en la quinta

⁴² Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 334.

⁴³ Ver Gallup. Tema de búsqueda: “Dean Takes Front-Runner Status Nationally for First Time”. p 1. Consulta Electrónica.

⁴⁴ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 344.

posición en empate técnico con el senador de Carolina del Norte John Edwards en una carrera de nueve candidatos. (“Gobernador de Vermont Howard Dean 22%, General retirado Wesley Clark 17% Diputado de Missouri Dick Gephardt 13%, Senador de Connecticut Joe Lieberman 10%, Senador de Carolina del Norte John Edwards 7%, Senador de Massachusetts John Kerry 7%, Senador de Illinois Carol Moseley Braun 5%, el Reverendo Al Sharpton 4%, Diputado de Ohio Dennis Kucinich 2%, no sabe/no responde 13%”⁴⁵).

El resultado de estas encuestas lo único que significaba era que John Kerry no estaba elaborando una buena estrategia de campaña, sus constantes tropiezos con la prensa y con los demás candidatos, en especial con Howard Dean, que lo acusaba de no tener una posición decidida sobre ningún tema, era un problema grave que lo estaba relegando de su objetivo primordial, que era ganar las primarias, sí el equipo de campaña, y sobre todo Kerry no hacían algo para cambiar la metodología que se estaba usando hasta ahora, éste no llegaría a ser candidato demócrata a las elecciones por la presidencia, por lo menos no a las del 2004.

La campaña de Kerry estaba sufriendo una crisis de identidad. La base de su candidatura era su biografía; la biografía del héroe de Vietnam que había regresado a casa para liderar los movimientos contra la guerra. Kerry se veía y sonaba como un futuro presidente; tenía experiencia en política exterior, una ventaja en tiempos de guerra. Pero su mensaje era débil, en un terreno en el que la guerra de Irak se había convertido en la característica que definía a cada candidato muy a principio de la carrera, las otras diferencias políticas entre los demócratas punteros se reducían a meros matices.⁴⁶

El panorama era preocupante, y aunque todavía quedaba tiempo para replantear y enmendar los errores cometidos en el pasado, era claro que no iba a ser fácil remontar esas cifras, y lograr el primer puesto en las encuestas, habían candidatos que estaban recogiendo más dinero que él, pero además su acogida estaba llegando cada vez con más fuerza, mientras que Kerry estaba ocupando los últimos lugares, Howard Dean estaba logrando ser el protagonista, y hasta ese momento tenía un gran respaldo tanto de los votantes, como del partido, los medios de comunicación le dieron un protagonismo muy fuerte cuando vieron que él tenía una posición

⁴⁵ Ver Gallup. Tema de búsqueda: Dean Takes Front-Runner Status Nationally for First Time. p 1. Consulta Electrónica .

⁴⁶ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 345.

privilegiada en las encuestas de opinión y que los aportes que le llegaban a su campaña eran bastante significativos.

Sin un mensaje congruente, estructurado bien organizado, y aún más importante, un mensaje claro y contundente en cada uno de los temas que se abordaban, era difícil que el electorado llegara a entender que quería comunicar el candidato, no había forma de poder llegarles, sí no había coherencia en la argumentación. Parte de la importancia de transmitir un mensaje, es hacer que aquello que se quiere comunicar se haga de la forma más explicitica posible, de la forma más franca y clara, para que el votante sepa exactamente que es lo que el candidato quiere decir en cada uno de sus discursos. “John Kerry tenía su biografía y un eslogan: el coraje de hacer las cosas bien, el problema era que los votantes no sabían exactamente que significaba *bien* para Kerry”⁴⁷. Esto dificultaba la labor de la campaña para captar la atención de los electores en los diferentes estados donde necesitaban su apoyo, pero además estaban teniendo serias dificultades en torno a mantener el apoyo que ya habían ganado. Era una situación en la que la campaña estaba totalmente desorganizada, y este escenario se prestaba para que sus contendores le sacaran ventaja y se abrieran paso con nuevos apoyos electorales, y monetarios, que cerrarían las posibilidades de Kerry para ganar las primarias.

Una encuesta que se realizó a mediados de agosto del 2003 por parte de la firma American Research Group, reveló que en New Hampshire frontera con Massachusetts, Dean que recientemente había sido portada del *Time* y el *Newsweek* superaba a Kerry por 28 a 21⁴⁸. Teniendo en cuenta que el fortín electoral de Kerry es Massachusetts, y que su mayor apoyo viene de ese estado, era muy preocupante que Howard Dean estuviera punteando en esa encuesta. Howard Dean no solo estaba ganando en el Estado en el que él era influyente, si no que también le estaba tratando de arrebatar el caudal electoral de Kerry en su zona de influencia, y aunque no era una encuesta de Massachusetts, era claro que si Kerry no tomaba decisiones y elaboraba una estrategia más efectiva, le iban a quitar el apoyo electoral que tenía en

⁴⁷ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 345.

⁴⁸ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 347.

su Estado, de donde había sido elegido Senador. Para este momento, y después de todo lo que le había sucedido, no era difícil pensar que algo así pudiera ocurrir.

La situación para la campaña de Kerry empeoró antes de que pudiera mejorar, ya que a mediados de septiembre del 2003 “Dean había aumentado su liderazgo en New Hampshire hasta doce puntos, según una encuesta del *Boston Globe*”⁴⁹. Y para este momento quedaban solo seis meses aproximadamente para el súper martes, momento en el que se definiría definitivamente quien de los candidatos sería el rival de Bush en la carrera por la presidencia.

Aunque la situación en la campaña de Kerry no parecía tener avances, y el triunfo de su adversario había opacado su imagen, hubo un acontecimiento que logró darle un respiro de positivismo a la campaña de Kerry en un momento muy difícil. La contratación de Jeanne Shaheen el 23 de septiembre del 2003, una ex gobernadora del estado de New Hampshire que iría para aportar sus servicios en la campaña de Kerry como la nueva directora nacional de campaña, esto era un movimiento estratégico muy importante por parte de Kerry debido a todo lo que estaba sucediendo. Ahora tenía en su equipo de trabajo a una persona bastante calificada, que tenía una simbología política de una importancia muy grande, porque Shaheen había sido la primera mujer en ser gobernadora de los Estados Unidos, estuvo a cargo de la gobernación por tres periodos de dos años, desde 1997 hasta el 2003.

Esto era un aporte muy valioso en la campaña de Kerry, no solo iba a poder contrarrestar los avances que había tenido Howard Dean en este estado, si no que Kerry tenía la posibilidad de arrebatarle el liderato allí, era una posibilidad viable, Shaheen era una persona que había estado involucrada durante toda subida en la política en New Hampshire, era reconocida y además querida por sus logros, dentro de los más destacados se puede evidenciar la creación de 25.000 nuevos cupos para niños en jardines infantiles debido a que hizo pública la educación allí, y además contribuyó en la creación de 65.000 nuevos puestos de trabajo en el estado durante su ejercicio como gobernadora⁵⁰. A pesar de todo lo que había pasado anteriormente en

⁴⁹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 348.

⁵⁰ Comparar Jeanne Shaheen. “ More about Jeanne Shaheen”. p 1. Consulta Electrónica.

la campaña de Kerry, esta contratación era un movimiento que le iba a permitir a su campaña salir por un momento de la crisis que estaba viviendo. Era un paso valioso en el camino correcto.

El 24 de septiembre del 2003 luego de lograr la contratación de la ex gobernadora de New Hampshire, una segunda noticia llegó levantando con gran emotividad los ánimos de la campaña “La Asociación Internacional de Bomberos, de doscientos mil miembros, comunicó su apoyo a Kerry. Este fue el primer gran apoyo sindical del candidato”⁵¹. El aporte que iba brindar este grupo era invaluable en ese momento para la campaña, era un gran logro, y había que seguir trabajando para poder cosechar mas, porque Dean estaba teniendo también un progreso bastante significativo, ya que “para el 30 de septiembre Dean recaudó la cifra record de 14.8 millones de dólares. En comparación, los 4 millones de Kerry parecían una propina”⁵². Este capital recaudado por la campaña de Dean era muestra real del poder y la importancia que había adquirido la campaña en los últimos meses.

La campaña de Kerry también estaba reflejando avances significativos, y aunque su recaudación de fondos no era tan prominente como la de su adversario, y esto podría significar un problema de finanzas, pues si se lograron ejecutar cambios que lograron sacar a flote esta campaña. Una de las decisiones más difíciles, pero de igual forma importantes, y necesarias, que se tuvieron que tomar para ese momento, fue la de despedir a Jim Jordan el domingo 9 de noviembre del 2003, el hasta ese entonces director de campaña de Kerry. “llevaba desde septiembre considerándolo, y no fue una decisión fácil; Jordan era un amigo y tenía talento, pero se había convertido en una fuente constante de conflictos”⁵³. Esto dejo ver que la campaña desde adentro estaba teniendo problemas, y probablemente eso podría haber causado tantos errores en los meses anteriores, pero se tomaron decisiones que lograron cambiar el curso, y la dirección de la misma, que tan solo le restaban diez semanas para los caucus de Iowa.

⁵¹ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 349.

⁵² Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 349.

⁵³ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 351.

La decisión de John Kerry de despedir a su director de campaña fue difícil porque para ese momento era muy corto el tiempo que quedaba para la primera prueba electoral en Iowa. Era un cambio que se estaba buscando porque la campaña no andaba en su mejor momento, pero de igual forma era pasar a un estado de incertidumbre porque las elecciones ya se acercaban y se corría el riesgo de no acertar en la decisión, poniendo la campaña en peligro.

El remplazo de Jordan fue Mary Beth Cahill la jefe de personal de Ted Kennedy “una dura y eficiente veterana de la casa blanca de Clinton y de varias campañas. El fichaje de Cahill era una prueba clara de la creciente importancia del papel de Kennedy en el empeño de Kerry. Durante cerca de veinte años, Kerry había trabajado bajo la larga sombra de Kennedy; ahora Kennedy estaba empujando a su compañero junior hacia la presidencia”⁵⁴. Semejante decisión por parte de Kerry y que fue impulsada por su directora nacional de campaña Jeanne Shaheen generó un gran avance para su campaña, que aunque se estaba arriesgando tomando decisiones al filo de las elecciones, estas luego iban a darle buenos resultados.

Con Cahill al frente de la campaña se dio otro cambio interno, la contratación de Stephanie Cutter, anteriormente secretaria de prensa de Ted Kennedy, que “fue contratada para afilar los mensajes diarios de Kerry y preparar una retahíla de ataques contra Dean cada vez que surgiera la oportunidad”⁵⁵. El área de comunicaciones tenía que renovarse, ya que era donde más se concentraban los errores de la campaña de Kerry, y evidentemente la campaña había sufrido varios revés a causa de no tener un plan estratégico de comunicaciones desde el principio de la campaña que le permitiera defenderse de los ataques que estaban viniendo por parte de las otras campañas, en especial la de Howard Dean. “El departamento de comunicaciones era el ejemplo más evidente de lo que había que cambiar- dijo Jeanne Shaheen-. Prácticamente no había una metodología establecida. Había poca estrategia respecto a lo que John Kerry debía estar diciendo, o como contestar a lo que otros

⁵⁴ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 351.

⁵⁵ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 353.

estaban diciendo”⁵⁶. Esta declaración de Shaheen era una afirmación clara de lo que la campaña tuvo que sufrir meses antes por no tener una organización y un mensaje bien definido.

Kerry estaba reorganizando su campaña, pero seguía teniendo problemas con la recaudación de fondos, mientras que su adversario estaba capitalizando una cifra record en la recaudación de fondos para su campaña, Kerry tuvo que hipotecar su parte de una mansión ubicada en Boston que compartía con su esposa, eso le generó un ingreso a su campaña de 6.4 millones de dólares, pero así mismo contrajo una deuda y además estaba comprometiendo su propio patrimonio, lo que en parte le daba también para su campaña un aire de compromiso, de honestidad, y responsabilidad. “Era un síntoma de que Kerry apostaba personalmente por sus ideas”⁵⁷. Contrario a Dean, la campaña de Kerry estaba mandando un mensaje que indicaba que aunque no hubieran recursos disponibles por parte de los contribuyentes o de los donantes, o cualquiera que fuera la ayuda económica. Lo realmente importante de la campaña era convencer a los votantes de los diferentes estados en disputa sobre unas ideas específicas, sobre unos temas, y si para eso habría que comprometer los recursos del candidato, pues que así sea. Era un mensaje que no se iba a reproducir directamente, pero que podría dejar una sensación positiva en el electorado.

El 15 de noviembre del 2003 Kerry lanza un mensaje directo en contra del manejo que Bush le estaba dando a la guerra en Irak.

Retrató a Bush como un enemigo de los veteranos, de los bomberos, de los granjeros, de los maestros, de los niños y de los soldados. En una frase que se convirtió en un tema definitorio de su campaña, Kerry convirtió el famoso grito de guerra de Bush en la evocación de la determinación de los veteranos de Vietnam de desafiar al presidente en su asignatura pendiente, la guerra contra el terrorismo. Sé alguna cosa sobre portaaviones de verdad. Y si George Bush quiere centrar su reelección en la seguridad nacional, yo sólo voy a decirle una cosa: dánosla.⁵⁸

Esta frase de gran contundencia fue una crítica directa a la guerra, al manejo de la misma, y por eso fue tan importante en la campaña que él dejara en claro su punto de vista, pero desafortunadamente, y a pesar de la importancia que dejó el

⁵⁶ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 353.

⁵⁷ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 353.

⁵⁸ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 354.

plasmar esta afirmación en la mente de las personas, no se vio reflejado cuando nuevamente los resultados de las encuestas salieron a la luz pública que ya daban como ganador a Howard Dean, donde era favorito en la mayoría de los estados y donde era muy difícil remontar, tres de las encuestas publicadas daban como ganador a Dean en Massachusetts el estado de Kerry, además estaba 29 puntos por detrás de Dean en New Hampshire⁵⁹. Era una noticia desastrosa para la campaña de Kerry y más después de los cambios que se trataron de implementar semanas antes para reducir la favorabilidad de Dean, éste ya estaba punteando en las encuestas como ganador en 17 estados donde ya era el favorito para ganar las primarias, aun más después de que el 9 de diciembre del 2003 Al Gore le diera su apoyo convirtiéndolo en el indiscutible ganador⁶⁰.

Después de estos resultados, la campaña de John Kerry se centro en ganar específicamente en Iowa debido a que es el primer caucus en celebrarse, era una movida estratégica, pero además era una decisión que iba a definir absolutamente la campaña, ya que si lograban ganar en este estado habría una posibilidad de que Kerry pudiera recuperar parte de su electorado en New Hampshire y Massachusetts, dándole así una gran posibilidad de recuperarse, la ventaja que tenían era que Iowa era uno de los estados donde tenían una organización bien estructurada, estaban muy bien posicionados, tenían mucha gente que los apoyaba y sobre todo habían hecho un buen trabajo allí, lo que con suerte empujaría las elecciones a su favor.

El 14 de diciembre del 2004 luego del arresto de Saddam Hussein Dean declaró que con esta captura Estados Unidos no era un país más seguro⁶¹ seguía muy firme con sus declaraciones sobre su descontento con el manejo de la guerra, pero sobre todo con todas las políticas de Bush, estaba aferrado a su discurso en contra del presidente y de la invasión a Irak y esto en parte bajo sus posibilidades de ganar porque “los votantes no estaban tan interesados en conocer la postura de los candidatos frente a la invasión, como en saber qué proponían para estabilizar a Irak y

⁵⁹ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 354.

⁶⁰ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 354.

⁶¹ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 356.

devolver las tropas a casa”⁶². Esto perjudicaba la posición de Dean debido a sus constantes críticas a la guerra, y dejaba ver a Kerry como un político mas moderado.

Para el 8 de enero, la campaña de Kerry lanzó un video como parte de una estrategia de comunicaciones muy directa, pero sobre todo muy emotiva que aludía a su experiencia en la guerra de Vietnam, era una maniobra muy calculada para lograr la atención de todos los votantes, porque Kerry siempre tuvo esta ventaja, la de ser un veterano de la guerra, y no la iba a dejar de aprovechar en un momento donde necesitaba el apoyo de todos los norteamericanos, este video en buena parte logró comunicar lo que él no había podido hacer por medio de sus discursos en los meses pasados, una de las frases mas recordadas de este *spot* es cuando Kerry dice “tienes la sensación, después de Vietnam, de que cada día es un regalo”⁶³. Este anuncio logró sacar un gran sentimiento de patriotismo entre norteamericanos y así mismo se vio reflejado en las encuestas de Iowa donde John Kerry estaba teniendo un avance muy positivo en las encuestas.

Dean seguía atascado en su discurso radical en contra del gobierno, de la guerra, y de Bush, y en ese momento fue cuando el electorado empezó a quitarle su apoyo, y Kerry aunque no era el favorito por sus grandes ideas, y sus discursos excepcionales, ni por ser el mas coherente, resultó ser una opción bastante acogida, por sus avances en la ultima parte de la campaña, pero más aún por que sus adversarios se quedaron sin argumentos. “Kerry era también un candidato a quien muchos votantes eligieron por eliminación, según indicaron las investigaciones. Para aquellos que consideraban a Dean demasiado errático, a Gephardt demasiado rancio, o a Edwards demasiado inexperto, Kerry se convirtió en una alternativa”⁶⁴. Esto demuestra un incrementó las posibilidades de Kerry para ganar. Aun sabiendo que no estaban votando por él, si no en contra de los demás.

Posterior a esto y a tres días de los caucuses, un ex veterano de la guerra James Rassman, a quien John Kerry le salvo la vida cuando estaban en Vietnam, se

⁶² Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 356.

⁶³ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 357.

⁶⁴ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 359.

comprometió a colaborar en la campaña. La historia de Rassman que estuvo al borde de la muerte, y que si no hubiera sido por Kerry habría muerto, tuvo una cobertura de medios inimaginable, esto acabo de levantar todas las posibilidades para John Kerry de ganar “El reencuentro fue una gran historia mediática que dio mucha resonancia al nombre de Kerry en las ultimas horas de la campaña. Para la ultima etapa de Iowa, finalmente se había convertido en un candidato con carisma”⁶⁵. Esto a dos días de las elecciones reflejo el resultado esperado “Kerry gano decididamente los caucuses de Iowa, con un 38% de los votos. Edwards quedo segundo, con un 32%, Dean se arrastraba con el 18% Gephardt quedo en cuarto lugar con 11% y decidió retirarse”⁶⁶. Esto reflejaba una gran victoria para la campaña de Kerry que no mucho antes estaba al borde de perder en todos los estados, y que en este momento habían logrado la primera de una serie de victorias le iban a dar la nominación a la presidencia.

Mientras que Dean que había recogido una suma de 41 millones de dólares estaba perdiendo su primera prueba ⁶⁷. El elemento económico aunque muy importante en una campaña, sobre todo en Estados Unidos que es tan larga, no era lo único que había que tener en cuenta para ganar, y Kerry lo estaba mostrando con resultados. Kerry estaba mostrando un gran liderazgo luego de ganar en Iowa, y estaba teniendo gran acogida por que parecía el único con posibilidades de llegar a la presidencia. “El senador por Massachusetts estaba llevándose el impulso de Dean, y embolsándose su mensaje. En New Hampshire, Kerry prometió romper los grilletes de los potentes intereses de nuestro país y poner al pueblo al mando”⁶⁸. Aunque los constantes ataques de Dean contra la administración Bush no fueron tan populares entre el electorado, aún cuando había un sector del partido demócrata que lo apoyaba, Kerry logró captar un gran mensaje que podía reflejar su campaña, y eso permitió entre otras cosas que el final de la misma le diera el resultado que él esperaba.

⁶⁵ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 360.

⁶⁶ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 360.

⁶⁷ Comparar Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 360.

⁶⁸ Ver Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. “En busca de la presidencia”. p. 362.

El supermartes del 2004 dio como ganador en la elección por la nominación del Partido Demócrata, a John Forbes Kerry después de ganar en 9 estados en la mayoría de ellos por un gran margen, esto le permitió ser el candidato oficial por el partido demócrata a las elecciones del 2004, para enfrentarse a George W. Bush en una larga y difícil carrera por la presidencia.

Aunque las primarias le dieron una gran victoria al candidato demócrata es importante aclarar que un gran margen de los votos que obtuvo Kerry se dieron por el descontento de los votantes hacia Bush y no precisamente por la simpatía que tenían por el candidato. Gallup reveló una encuesta que se realizó en el momento en el que se terminaron las votaciones de las primarias, donde se refleja lo anterior.

El 18% de los votantes de Kerry querían a Bush fuera de la Casa Blanca o estaban insatisfechos con él, otro 9% aseguró que no les gustaba el presidente y además tenía una personalidad pobre, solo el 7% eligió a Kerry como un buen personaje, un 6% como una persona honesta o íntegra, y un 4% que se enfocó en su experiencia militar, en comparación, solo el 3% de los votantes de Bush aseguraron que estaban en desacuerdo con Kerry o no les gustaba él, y solo el 1% estaba en desacuerdo con el desempeño de su trabajo.⁶⁹

Esto demuestra que la victoria de Kerry era un logro a medias, ésta debía ser reforzada con un apoyo mucho mayor a su gestión, a la labor que hizo en el Senado, su experiencia militar, su conocimiento en política exterior, su biografía por encima del simple descontento hacia el presidente. Era claro que si Kerry no enfocaba la campaña en sus logros y sus propuestas dentro de un discurso coherente, el electorado podía escoger a Bush por encima de la desaprobación que pudieran tener con su administración o con él.

Es evidente que la nominación Demócrata fue bastante reñida, hubo muchos aspectos que le fueron desfavorables a Kerry y aun así ganó, por esto se proponen unas variables en ésta investigación, para analizar de acuerdo a cada ítem el desempeño de las campañas. Las variables que se utilizarán para esta parte de la investigación son: recaudación de dinero de campaña, mensaje de campaña, resultados de las encuestas, y contenido de la publicidad.

⁶⁹ Comparar Buel, Emmett y Jr. y Sigelman, Lee. "The dead heat races of 2000 and 2004". En *Attack Politics, Negativity in Presidential Campaigns since 1960*, 2008. p. 217. Traducción Libre del Autor.

2.1. LA RECAUDACIÓN DE DINERO

El aspecto económico en una campaña por la presidencia es fundamental para el desarrollo de la misma, y para tener posibilidades de ganar, por eso es de gran importancia tener en cuenta que en la planeación de la misma, este componente deba estar bien distribuido, aún más cuando la campaña es por la presidencia en los Estados Unidos. El hecho de que la campaña sea en este país hace que los candidatos que se postulen deban tener en cuenta si pueden lograr financiarla hasta el final, porque de lo contrario podrían perder por falta de recursos. Esto porque puede llegar a ser muy prolongada, ya que en ocasiones los candidatos se tienen que someter a las primarias como efectivamente le paso John Forbes Kerry y esto incurre en un desgaste tanto del candidato físicamente, como de la campaña económicamente.

2.2. EL MENSAJE DE CAMPAÑA

El mensaje de campaña hace referencia al discurso y la posición que se tiene sobre los temas en las respectivas campañas, esto permite que el electorado tenga una percepción clara sobre las ideas que tienen los candidatos en torno a diferentes temas de opinión como el aborto, la inmigración, los derechos de los homosexuales, la economía, y en este caso específico, el tema con el que las dos campañas se identificaron y que consideraron relevante, la guerra en Irak. A partir del análisis de los discursos de los candidatos se puede identificar de qué manera los candidatos logran persuadir al electorado por medio de sus discursos, y como esto influye en la decisión del segundo para ejercer el voto por uno u otro candidato.

2.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas permiten ver la percepción que tiene el electorado de los candidatos, y como esto afecta las campañas. A partir del análisis y de la observación de las encuestas, se pueden encontrar tendencias de favorabilidad o rechazo en torno a los

candidatos, o se pueden percibir características de uno y otro candidato que lo identifica con su electorado, todo esto en torno a formar perspectivas dentro de un determinado contexto que permita percibir la realidad de las campañas, y de acuerdo a esto responder con estrategias dependiendo del desarrollo de la misma.

2.4. CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD

El contenido de la publicidad es todo lo que se transmite por los diferentes medios de comunicación, y que hace parte de las estrategias de los candidatos y sus campañas para hacer más claro su mensaje, pero también tiene otro tipo de propósitos, como el de evidenciar las falencias de su adversario, de manera que el electorado pueda identificar con mayor rapidez cuales son las virtudes pero también los errores que los candidatos cometen a lo largo de la contienda, es una herramienta bastante importante, debido a que el despliegue de imágenes es expresivo y logra muy fácilmente la atención del electorado, además de ser un método que llega a todas las personas del país que tengan ya sea prensa, radio, o televisión.

2.5. LEMA DE CAMPAÑA

El lema de campaña es un gran referente para el electorado que puede identificar la esencia de la campaña en una sola frase, es el medio por el cual la campaña y el candidato pueden por medio de un mensaje corto cautivar en primera medida al electorado para que se involucren y conozcan la campaña, es la identificación de la misma, es la primera aproximación que tiene el candidato y su campaña con el electorado, dependiendo de la efectividad del lema de campaña, también depende la recordación que tiene el electorado de uno u otro candidato.

2.6. INVERSIÓN EN PUBLICIDAD TELEVISIVA

De acuerdo a la observación de la inversión en publicidad televisiva se pueden identificar varios aspectos de la campaña, como que tan importante es este medio de

comunicación para la campaña, si lo considera eficiente o no para la propagación de sus mensajes, si lo considera prioritario o no, si esta dentro de sus opciones o no en torno a difundir su mensaje de campaña, y que tanta importancia le presta a la televisión, esto es clave, porque la televisión es un medio muy poderoso para la propagación de diferentes mensajes, no solo de carácter político, si no en general, así que dependiendo de la campaña se pueden observar estos elementos y de acuerdo a ello mirar cual tuvo un mejor efecto si la que invirtió en publicidad o la que no invirtió, y si las dos invirtieron también hay que tener en cuenta la variable anterior que es el contenido de la misma, porque aunque hay que invertir dinero también es importante saber como y de que manera debe ser usado.

2.7. HISTORIAL ELECTORAL

Debido al bipartidismo tan marcado en Estados Unidos se puede identificar que estados votaron ya sea Demócrata o Republicano, esto permite ver cuales de ellos pasaron de votar en las elecciones anteriores de uno a otro partido y con la ayuda de las demás variables, establecer porque se dio ese cambio o a que factores respondió, gracias a esto se puede identificar que campaña fue mas efectiva a la hora de llegar con propuestas a estados tradicionalmente partidistas si estos cambiaron su voto y porque o si no lo hicieron y porque.

2.8. VOTO INDEPENDIENTE

El voto independiente hace parte de una estrategia para poder cautivar al electorado que no esta alineado con uno u otro partido pero que pertenecen a grupos bastante importantes que pueden catapultar la campaña de un candidato a la victoria, estos grupos pueden ser de carácter religioso, o de otro tipo como la comunidad gay, o los latinos en Estados Unidos que ejercen presión sobre el gobierno y que tienen una relevancia bastante importante a la hora de las elecciones.

De acuerdo a lo anterior se analizaran las respectivas campañas tanto de John Forbes Kerry como de Howard Dean en su paso por las primarias.

Variable	John Kerry	Howard Dean	Análisis
1. Recaudación de dinero	25 millones de dolares	45 millones de dólares	aunque con menos recursos. Kerry logró u mejor posicionamiento de su imagen en el ultimo tramo de la campaña por razones: 1. La posición tan radical de Dean en contra de Bush y de la guerra, por tener una visión tan critica y poco propositiva en torno a plantear propuestas para devolver las tropas a casa. 2. La estrategia que desarrollo Kerry en varios frentes a) ganar en Iowa y New Hampshire b) estrategia de comunicaciones que le permitiera a Kerry responder adecuadamente a los ataques de otras campañas c) mostrarlo como un héroe de guerra que podía manejar el país en tiempos de crisis.
2. Mensaje de campaña	En contra y a favor de Irak.	En contra de la Guerra en Irak y del manejo que Bush le daba a la misma	Mientras que Dean tenía una posición clara sobre Irak el discurso de Kerry no era suficientemente coherente y eso confundía al electorado, que no entendía la posición de Kerry.
3. Resultado de las encuestas	No fue favorito en las encuestas, solo hasta el final de las primarias llego a tener el favoritismo que busco a lo largo de la campaña	Fue favorito a lo largo de las primarias llego a ganar las encuestas en 17 Estados que le daban como ganador indiscutible	Kerry no tuvo un buen desempeño en las encuestas, que a lo largo de la contienda no lo dieron como favorito, algo que si sucedió con Dean, solo hasta el final Kerry logró perfilarse como favorito y pudo ganar. Pero en el desarrollo de las primarias su candidatura no figuraba como primera opción.
4. Contenido de la publicidad	_____	_____	Dentro de las dos campañas hubo gran despliegue de publicidad, pero la campaña de John Kerry hizo un mejor esfuerzo por mostrar a su candidato como un héroe que podía manejar el país en tiempos de crisis que conocía de política exterior y que esas cualidades eran

			esenciales en una persona que quisiera aspirar a ser presidente.
--	--	--	--

3. EL ENFRENTAMIENTO DE DOS CAMPAÑAS POR LA PRESIDENCIA

La guerra de Irak fue uno de los temas más importantes, quizá el que más generó división en los partidos Republicano y Demócrata por las posiciones en contra y a favor en torno a la misma, ningún otro asunto tuvo la relevancia que la guerra de Irak adquirió en los años de gestión de Bush. Una serie de encuestas de Gallup mostraron que durante los últimos meses del 2003 y principios del 2004 “aproximadamente el 75% de los demócratas y sólo 1 de 4 republicanos creía que la administración de Bush había distorsionado intencionalmente la evidencia sobre las armas de destrucción masiva en Irak”⁷⁰ estos índices muestran una clara división en torno a la visión que tenían los dos partidos frente a la guerra. Indiscutiblemente el Partido Republicano apoyaba a Bush como su cabeza en la Casa Blanca, y el Partido Demócrata estaba en desacuerdo.

Esto generó que las dos campañas por la presidencia se concentraran indiscutiblemente en este tema, como se dijo anteriormente éste fue el causante de una fuerte división de ideas partidistas que generaron por un lado un amplio descontento a la guerra, y por el otro, un apoyo incondicional al presidente. Bush logró “el promedio más alto de aprobación dentro de su partido con el mayor índice de apoyo que cualquier presidente desde que la pregunta ha sido introducida en las encuestas”⁷¹. Esto afirma lo anterior en cuanto al apoyo del Partido Republicano al presidente, pero en lo que respecta al Partido Demócrata “su apoyo entre los partidarios de la oposición ha alcanzado mínimos históricos. La brecha en octubre del 2004 alcanzó 83%, una diferencia entre el 94% de satisfacción de parte de los Republicanos y sólo 11% de aprobación entre los Demócratas”⁷². La guerra de Irak se convirtió en el tema de las elecciones del 2004 y las campañas tenían que concentrarse en ello.

⁷⁰ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 220. Traducción Libre del Autor.

⁷¹ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 217. Traducción Libre del Autor.

⁷² Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 217. Traducción Libre del Autor.

La campaña de Bush tenía claro que buena parte de su estrategia debía concentrarse en la posición y el discurso que Kerry daría en torno a la guerra, ya que en las primarias no hubo claridad en su mensaje, los electores querían posiciones definidas en torno a la misma, y seguir deambulando en discursos ambivalentes no iban a beneficiar a nadie en ese momento. El discurso de Bush era muy concreto y muy claro, y su posición era bien conocida, ahora dependía de Kerry, elegir como iba a mostrar la suya.

El candidato por el Partido Demócrata había tenido grandes equivocaciones en su camino por la nominación del partido, todas ellas conocidas por la campaña Republicana, éstas no iban pasar desapercibidas.

En otoño del 2003 Kerry votó en contra de un presupuesto de 87 billones de dólares para financiar las tropas en Irak y Afganistán. Luego de asegurar la nominación de su partido, mi campaña (la de George W. Bush) lanzó un anuncio publicitario destacando su posición. Kerry respondió: de hecho yo vote a favor de los 87 billones antes de votar en contra.⁷³

Un error que Kerry seguía cometiendo, a pesar de que sus contradicciones en el pasado habían afectado de manera negativa la campaña. El comienzo de esta ya le daba la desventaja a Kerry y nuevamente su mensaje continuaba siendo incomprensible. Bush llamó a su asesor y dijo “con esto debemos empezar. Los americanos esperan que su presidente tenga planteamientos claros y los defienda, especialmente cuando se trata de apoyar las tropas en combate. Tomamos el tema del flip flop y lo usamos el resto de la campaña”⁷⁴.

El “flip flop” es una expresión muy usada en Estados Unidos para describir cuando un político cambia su postura muy a menudo, cuando dice algo y luego se contradice. Este era el caso de John F. Kerry, sus constantes discursos, y las afirmaciones que pronunciaba para luego ser corregidas, hacían parte de lo que era ser un “flip flop” en política, él encuadraba en la descripción, y la campaña de Bush ya lo estaba explotando con anuncios publicitarios. Kerry no dejó de cometer errores, luego de la convención Demócrata en Boston cuando él aceptó la nominación de su partido afirmó que “como comandante en jefe nunca los engañaría para ir a la

⁷³ Comparar Bush. “Leading”. p.288. Traducción Libre del Autor.

⁷⁴ Ver Bush. “Leading”. p.288. Traducción Libre del Autor.

guerra”⁷⁵ a lo que Bush respondió preguntándole en New Hampshire que sí “sabiendo lo que sabemos en este momento él habría apoyado el haber ido a Irak, Kerry respondió que sí”⁷⁶. Esta clase de aseveraciones por parte de Kerry demostraban una clara confusión en su mensaje, en su discurso, en su posición. Su adversario le había tendido la trampa para hacerlo caer en varias contradicciones, y él había sucumbido inocentemente a ellas.

Este tipo de estrategias para lograr confundir al candidato y perjudicarlo se fueron radicalizando en mensajes más fuertes, no provenían solo por parte de los Republicanos, también los Demócratas los realizaron y con mucha más intensidad. Un ejemplo claro de esto se dio durante uno de los debates que se realizaron entre los dos candidatos, frente a la pregunta sobre si creían que la homosexualidad era una opción, Bush argumentó que “no sabía, pero que él tenía la certeza de que todos se debían tratar con tolerancia, respeto y dignidad”⁷⁷. Mientras que Kerry por su parte, argumentó “que todos eran hijos de Dios”⁷⁸ y refiriéndose al conductor del debate le dijo que “sí el tuviera la oportunidad de hablar con la hija de Dick Cheney que es lesbiana, ella le diría que ha sido la que fue, y que nació tal cual como es ahora”⁷⁹. Una afirmación bastante fuerte teniendo en cuenta que esta poniendo como ejemplo a la hija del vicepresidente de los Estados Unidos, además esta traspasando los límites de la crítica política, del debate de ideas llevándola al nivel familiar solo para ganar el voto cristiano o el voto de aquellos que están en contra de la unión del mismo sexo.

Ataques como el anterior, se presentaron a lo largo de la campaña. Durante el mes de septiembre más de 8 de cada 10 declaraciones que salían de la campaña de Kerry del 6 al 12 de septiembre, atacaban la candidatura Republicana, o el partido. Como también sucedió durante septiembre 13 al 19 en el 75% de sus afirmaciones y durante septiembre 27 a octubre 3 en el 70%⁸⁰. Es decir que durante ese mes la

⁷⁵ Ver Bush. “Leading”. p. 291. Traducción Libre del Autor.

⁷⁶ Ver Bush. “Leading”. p. 291. Traducción Libre del Autor.

⁷⁷ Ver Bush. “Leading”. p. 293. Traducción Libre del Autor.

⁷⁸ Ver Bush. “Leading”. p. 293. Traducción Libre del Autor.

⁷⁹ Ver Bush. “Leading”. p. 293. Traducción Libre del Autor.

⁸⁰ Comparar Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 228. Traducción Libre del Autor.

concentración de ataques al candidato y al partido Republicano por parte de los Demócratas fue mucho más alto que los ataques que provinieron de la campaña Republicana donde tuvieron índices que a penas sobrepasaban el 50%, solo en dos ocasiones estuvieron por encima del 60%⁸¹. Las cifras del Partido Republicano son altas, pero no es comparable con la intensidad que tuvo la campaña de John Kerry para atacar el desempeño de George Bush, su equipo de trabajo su administración y su partido.

La campaña de Kerry estaba siendo muy agresiva ya que de las 630 declaraciones que se realizaron en los dos últimos meses (septiembre y octubre) el 62% de las mismas criticaba a los Republicanos, comparado con las 540 declaraciones por parte de la campaña Republicana donde el 49% representaron críticas a los Demócratas⁸². Estos ataques se abordaron sobre los temas, sobre los candidatos y sobre los respectivos partidos, y se hicieron de forma negativa, con el propósito de desprestigiar todo el equipo de trabajo de los candidatos, a su colectividad y a ellos mismos.

Estas cifras que representan un alto porcentaje de ataques a la campaña de Bush se explica en gran medida porque hacia el mes de septiembre, los veteranos de guerra de Vietnam que antes apoyaron a Kerry en las primarias, ahora estaban lanzando unos anuncios por televisión nacional donde decían que las medallas de Kerry y su historial como héroe de guerra era falso, que había engañado a los norteamericanos. Fueron saliendo anuncios uno a uno donde los veteranos que le habían servido a John Kerry contaban cómo él aparentemente había engañado el país. Uno de ellos cuenta como Kerry “en 1971 criticó la guerra en Vietnam, dijo que sus compañeros en el ejército americano habían violado, cortado orejas, cabezas, extremidades, mataron civiles al azar, arrasaron aldeas en un recuerdo de Genghis Khan”.⁸³ Estos anuncios afectaron de manera radical su campaña, ya que los

⁸¹ Comparar Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 228. Traducción Libre del Autor.

⁸² Comparar Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 228. Traducción Libre del Autor.

⁸³ Ver Rove. “What is a Rovian campaign”. p.78. Traducción Libre del Autor.

veteranos de guerra siempre habían sido un símbolo de su campaña, de su historial como héroe, ahora le estaban dando la espalda perjudicándolo.

Los anuncios no fueron pagados por la campaña de Bush, pero lo que es cierto es que le ayudaron en las encuestas a dos meses de las elecciones donde punteaba. “En agosto con un 48% a un 45% y en septiembre con un 52% a un 44%”⁸⁴. El asesor de Bush, Karl Rove aseguró que

Yo no tuve nada que ver con el anuncio de Swift veterans of truth, pero fue muy efectivo porque usaron la propia cara de Kerry y sus propias palabras para mostrarlo atacando el ejército de los Estados Unidos, y por ende nuestro país. Esto afectó la campaña de Kerry porque fue verdadero y porque él estaba tratando de competir por la presidencia a costa de su historial de guerra.⁸⁵

La campaña de Bush tenía claro el tema de la experiencia de Kerry en Vietnam y su historial de Guerra, y él mismo lo había explotado en las primarias para ganar, también lo había hecho para ganar en el Senado. Sin embargo, cuando lo intento hacer de nuevo para la presidencia, se encontró con una campaña de Bush y un asesor como Karl Rove bien preparado y que afirmaba: “Kerry piensa que él es fuerte en defensa, porque ha servido en Vietnam; vayan detrás de su historial de casi 30 años de votaciones en contra de un ejército fuerte, incluyendo la votación en contra de la financiación de las tropas en combate en Irak y Afganistán”⁸⁶. El candidato demócrata estaba teniendo un momento muy adverso en su campaña, y Bush aunque por muy poco era líder de las encuestas.

Kerry por su parte se demoró en responder a estos anuncios, pero inició una fuerte campaña para acusar a Bush sobre sus decisiones en Irak. En Cleveland argumentó que “la decisión de George Bush de ir sólo a Irak les ha costado a ustedes más de 200 billones de dólares que no estamos invirtiendo en nuestras escuelas, 200 billones que no estamos invirtiendo en salud para los americanos”⁸⁷. El costo de la guerra era bien alto y eso lo sabía Kerry, era una forma de atacar a Bush, porque los objetivos de la misma no se habían mostrado, era más perceptible el retroceso en Irak

⁸⁴ Ver Gallup. Tema de búsqueda: “Latest Showdown State Poll Results”. p 1. Consulta Electrónica .

⁸⁵ Ver Rove. “What is a Rovian campaign”. p.78. Traducción Libre del Autor.

⁸⁶ Ver Rove. “What is a Rovian campaign”. p.78. Traducción Libre del Autor.

⁸⁷ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 236. Traducción Libre del Autor.

y Afganistán que los logros que se mostraban. La cantidad de dinero invertido era enorme y esa inversión no se traducían en resultados.

Los ataques a Bush no cesaron “en septiembre 12 Kerry dijo: ellos han desviado la vista de los hechos reales, desviaron la vista de Afganistán, y la cambiaron por Irak, la desviaron de Korea del Norte y la cambiaron por Irak, la desviaron de Rusia y sus materiales nucleares, y la cambiaron por Irak”⁸⁸. Las afirmaciones de Kerry eran reales, las armas de destrucción masiva no habían sido encontradas, y la entrada de las fuerzas militares estadounidenses a Irak estaban desviando el verdadero propósito que era desarticular Al Qaeda y encontrar a Osama Bin Laden.

El 20 de septiembre en la Universidad de New York Kerry argumentó que “en cuanto a Saddam Hussein, hemos cambiado un dictador por un caos que dejó a América menos segura”⁸⁹. Las alocuciones de Kerry sobre Irak no dejaron nunca de aparecer, y menos su crítica a la administración Bush sobre la guerra. El 24 de septiembre del 2004 en un discurso dijo

La invasión a Irak fue una desviación profunda de la guerra en contra de nuestro gran enemigo, Al Qaeda, el cual mato más de 3000 personas el 9 de septiembre, y que aún conspira para nuestra destrucción, de eso no hay duda, el mal juicio de nuestro presidente, su mal manejo de la guerra en Irak, todo eso hace que la guerra contra el terror sea más difícil de ganar. Irak es ahora, lo que no era antes de la guerra, un refugio para los terroristas. George Bush, ha hecho que Saddam Hussein sea la prioridad. Yo haré que Osama Bin Laden sea la prioridad. Como presidente, yo terminaré el trabajo en Irak y recomponer nuestras energías en la guerra real contra el terror.⁹⁰

Los discursos de Kerry para ese momento de la campaña reflejaban su posición sobre la guerra, era más crítico, su mensaje era visiblemente más claro que en las primarias y al principio de la campaña, en este momento de la contienda, Kerry usó su capacidad discursiva para denunciar unos hechos que eran innegables, eran reales, el gasto de la guerra era real, las tropas estadounidenses en Irak habían ido con

⁸⁸ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 236. Traducción Libre del Autor.

⁸⁹ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 237. Traducción Libre del Autor.

⁹⁰ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 237-238. Traducción Libre del Autor.

un propósito que era encontrar las armas de destrucción masiva y no las encontraron, tampoco hallaron a Osama Bin Laden. Kerry tenía razón en sus afirmaciones, pero no siempre esa fue la posición que tomó sobre el tema de Irak, y eso lo perjudicó, aspecto que Bush se encargó de recordarle a los electores.

Bush sacó ventaja de todos los errores que Kerry estaba cometiendo y no dejó pasar la oportunidad de hacérselos saber a los votantes, luego de que Kerry dijera que “iría a la guerra aún sabiendo lo que sabemos en este momento”⁹¹ después de criticar a Bush por tomar esa decisión. El presidente ante una gran multitud en Missouri respondió diciendo “mi oponente se despertó esta mañana con unos nuevos asesores de campaña, por ende con una nueva posición sobre Irak”⁹². Una afirmación bastante fuerte, pero de igual forma era una afirmación real, Kerry no podía negar lo que había dicho, y como sus errores eran constantes, las excusas se quedaban cortas a la hora de justificarse.

El 14 de septiembre luego de que Kerry criticara el gasto que se había realizado para financiar la guerra en Irak, Bush dijo

El problema es que mi adversario el verano pasado tenía un punto de vista completamente diferente, cuando le preguntaron si él creía que deberían reducir el presupuesto de las operaciones en Irak, mi oponente dijo: no, yo pienso que se debería incrementar, cuando le preguntaron en cuan proporción, dijo: el número de billones de dólares que tome para ganar, es crítico que Estados Unidos de América sea exitoso en Irak.⁹³

Kerry seguía cometiendo errores, lanzaba afirmaciones, y luego él mismo las refutaba, en diferentes ocasiones, en distintos escenarios. Difícilmente la campaña de Bush iba a dejar pasar semejantes oportunidades para afectar la campaña de Kerry. Luego de que éste dijera que “se había cambiado un dictador por una América menos segura”⁹⁴ Bush en un discurso en Manhattan respondió diciendo

Otra vez con nuevas contradicciones y posiciones viejas sobre Irak, increíblemente él cree que nuestra seguridad nacional sería más fuerte con Saddam Hussein en el poder, no en

⁹¹ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 240. Traducción Libre del Autor.

⁹² Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 240. Traducción Libre del Autor.

⁹³ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 240-241. Traducción Libre del Autor.

⁹⁴ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 241. Traducción Libre del Autor.

prisión. Él está diciendo que prefiere la estabilidad de una dictadura que la esperanza y la seguridad de una democracia. No puedo estar más en desacuerdo, y no hace mucho tiempo mi oponente me daba la razón⁹⁵

Los ataques no solo venían del presidente, también el vicepresidente hizo varias declaraciones en contra de Kerry, en una oportunidad afirmó que “Kerry dijo que siempre sería honesto con el pueblo Americano en los buenos y malos días, eso significa que cuando los titulares son buenos el apoya la guerra, y cuando los números son malos, él esta en contra de ella”⁹⁶. Todos los comentarios que se hicieron en contra del candidato demócrata tenían el mismo objetivo, mostrarlo como una persona de múltiples decisiones, polifacética políticamente, ambiguo, inseguro, e incoherente.

Las respuestas de Kerry a esta situación eran insuficientes, y su justificación sobre el constante cambio de su discurso fue decir que era una manera muy inarticulada de decir algo⁹⁷. El daño ya estaba hecho y Kerry aún con sus explicaciones estaba afectado enormemente por la campaña de Bush. En unas declaraciones el vicepresidente afirmó “en todos mis años en política, yo nunca he visto un candidato con tantas posiciones sobre un solo tema”⁹⁸. Y estaba teniendo la razón, no sólo fue su error en las primarias, lo estaba volviendo a cometer de manera consecutiva, en plena campaña por la presidencia. Kerry no logró quitarse el titulo que le puso Bush de “flip flop” y mientras más intentaba explicar su posición, más lo criticaban por cambiarla. Su esfuerzo por denunciar lo que pasaba en Irak estaba bien sostenido, sobre todo por el gasto, y por el cambio de atención que hubo hacia Irak, pero cuando el propio candidato comete tantos errores, su credibilidad cae en picada. Aún así, las encuestas hasta el final de la contienda mostraron que las elecciones estaban muy reñidas.

⁹⁵ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 241. Traducción Libre del Autor.

⁹⁶ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 242. Traducción Libre del Autor.

⁹⁷ Comparar Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 243. Traducción Libre del Autor.

⁹⁸ Ver Buell Jr. y Sigelman. “The dead heat races of 2000 and 2004”. p. 243. Traducción Libre del Autor.

Gallup refleja claramente esta tendencia que hubo a lo largo de la campaña, las encuestas realizadas desde enero del 2004 hasta finales de octubre del mismo año reflejan una tendencia en su contenido, la ventaja que había entre los dos candidatos era muy mínima, y cuando alguno de los dos lideraba, lo hacía por un pequeño margen, este comportamiento se mantuvo hasta el final de las elecciones donde estas se definieron por el estado de Ohio (Ver anexo 2).

A partir del análisis de las variables que se presentan a continuación se podrá evidenciar más claramente el desarrollo de las dos campañas por la presidencia.

VARIABLE	DEFINICIÓN	ESTRATEGIA GEORGE W. BUSH	ESTRATEGIA JOHN F. KERRY	COMENTARIOS
Mensaje de campaña	Se refiere a cómo quieren los candidatos que los electores vean su campaña.	Su mensaje de campaña se basaba representarse como “un líder en tiempos de guerra que se centra en el futuro”.	Su mensaje de campaña se basaba sobre su experiencia militar y su conocimiento en relaciones exteriores. La guerra de Vietnam era un ejemplo de su experiencia en tiempos de crisis.	Debido a la situación en Irak y Afganistán, las campañas centraron la mayor parte de sus esfuerzos en transmitir un mensaje de liderazgo en tiempos de crisis.
Lema de campaña	Se refiere al slogan de cada campaña.	“Building a safer world, and a more hopeful America”- “Construyendo un mundo seguro, y una América más esperanzada”.	“Stronger at home, respected in the world” - “Fuerte en casa, respetado en el mundo”.	El lema de Bush, hace referencia a la lucha contra el terrorismo, la cual se estaba implementando por su gobierno para combatir las amenazas terroristas y así brindar seguridad al país. Este lema se divide en dos partes, la primera es asegurar la defensa de los ciudadanos, y la segunda una América que mire hacia el futuro. En cuanto al lema de Kerry, este también se divide en dos partes, la primera que se refiere a la seguridad interna, y la segunda al respeto de las leyes internacionales debido a la invasión sin justificaciones reales a Irak.
Recaudación de dinero	Se refiere al monto o la suma recolectada por la campaña de los candidatos, que va a ser utilizada para	272.573.444 dólares	249.305.109 dólares	La recaudación de dinero por parte de las campañas estuvo equilibrada, pues la diferencia fue de aproximadamente 23.000

	los diferentes gastos de la misma.			dólares.
Inversión en publicidad televisiva	Se refiere al monto o la suma que los candidatos invierten en publicidad para difundir su mensaje, por medio de la televisión.	169.711.983 dólares	179.947.649 dólares	La inversión en publicidad se dio desde el 26 de septiembre de 2004 hasta el 2 noviembre del mismo año, lo que quiere decir que ambos candidatos gastaron más del 50% de la recaudación de dinero para la campaña en esta inversión en menos de dos meses. John Kerry, gastó aproximadamente 10.000 dólares más en publicidad a comparación de George Bush.
Contenido de la publicidad	Se refiere el uso que le da el candidato a la publicidad que pauta en televisión, y cómo esta se utiliza para llamar la atención del votante hacia uno u otro candidato.	La publicidad de Bush, se centró en dos aspectos: a). El cambio constante de posición de Kerry sobre Irak, evidenciando la incapacidad de una persona que ni si quiera puede fijar un punto de vista sobre un tema y que quiere aspirar a liderar un país. b). El pesimismo de las palabras de Kerry en un momento de crisis. Bush apelaba por un optimismo y esperanza de un mejor futuro.	La publicidad de Kerry, se centró en dos aspectos: a). La vocación solidaria y de servicio a su país, dando como ejemplo su experiencia en la guerra de Vietnam. b). La desacreditación a Bush en cuanto a la guerra en Irak, ya que no se habían encontrado las armas nucleares, y la invasión se había llevado a cabo con razones falsas. También criticaba la alta suma de la financiación de la guerra de Irak, pues ese dinero se podía emplear en salud, educación, entre otros.	Ambos candidatos, emplearon publicidad negativa para desacreditar a su oponente. El tema de Irak ocupó la mayoría de los avisos publicitarios. El contenido de la publicidad tanto en Bush como en Kerry, transmitía los mensajes de las campañas.
Historial electoral	Se refiere a la tendencia histórica y a las diferencias que marcaron las elecciones del 2000 y del 2004 en el comportamiento de votación de los estados.	Bush ganó las elecciones populares en: Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, Colorado, Florida, Georgia, Idaho, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Mexico, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, South Carolina,	Kerry ganó las elecciones populares en: California, Connecticut, Delaware, District of Columbia, Hawaii, Illinois, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, New Hampshire, New Jersey, New York, Pennsylvania, Rhode Island, Vermont, Washington y Wisconsin.	Bush ganó las elecciones populares en 31 estados, en comparación con Kerry que salió vencedor en 19. La diferencia en cuanto a las elecciones del 2000, se centra en que Bush no ganó en los estados de Iowa y New Mexico, y tenía en cambio a New Hampshire. En el 2004, el mapa electoral no sufrió un cambio radical, pero sí

		South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Virginia, West Virginia y Wyoming.		le dio una ventaja a Bush de 7 votos electorales, ya que ganó en Iowa y New Mexico, y perdió en New Hampshire. Aún cuando Kerry perdió las elecciones, muchos de los 19 estados en los que venció a Bush, como California, Illinois, Pennsylvania, New York, Massachusetts y Washington, fueron determinantes a la hora de generar expectativa hasta el momento de las elecciones.
Voto independiente	Se refiere al voto de personas que no están alineadas ideológicamente con un partido. Los candidatos buscan dicho voto con propuestas concretas para poder ganar su apoyo.	-Bush buscó el apoyo de votos independientes entre los latinos clase media y aquellos que se estaban integrando a las filas evangélicas protestantes. -Expresó su postura en contra de la adopción por parte de parejas homosexuales, y en contra del matrimonio gay. También promovió una enmienda constitucional para prohibirlo. -Bush, propendió por un incremento del presupuesto para reforzar las leyes migratorias. -En cuanto al aborto, expresó su negativa. Sólo lo consideraba válido en casos	-Kerry buscó votos independientes dentro de la comunidad católica y dentro los grupos que estaban en contra del matrimonio gay. - Argumentó que debían eliminarse los beneficios de las parejas gay. -Kerry, propendió por un rápido proceso migratorio para unir aquellas familias que se encuentran separadas debido a la demora de los trámites para pedir a los familiares; sin descuidar la seguridad fronteriza, para lo que propuso aumentar las patrullas fronterizas. -Apoyó el derecho de la mujer a un aborto y también propuso aumentar los recursos para planificar.	Ambos candidatos para captar votos independientes, expresaron su postura frente a temas polémicos como el aborto, la pena de muerte, los matrimonios gay, entre otros. El tema de los migrantes fue de gran relevancia, ya que la postura de George Bush fue muy radical en comparación a la de Kerry, lo que puso haberle dado favorabilidad en este tema a Kerry respecto a los grupos migrantes. Tanto Kerry como Bush, se empeñaron en captar los votos de los grupos religiosos, debido a que la guerra de Irak dividió tajantemente la posición.

		<p>de violación, incesto o para salvar la vida de la madre.</p> <p>-Apoyó la pena de muerte.</p> <p>-Para captar el voto independiente, la campaña de George Bush implementó un método llamado "microtargeting", el cual permite identificar que personas podían ser sus posibles votantes por medio de varias técnicas, como saber si poseen un arma, si sus hijos van a escuelas privadas, clase de revista a la que se suscriben, clase de carro que poseen, clase de licor que prefieren, entre otros.</p>	<p>-Estuvo en contra de la pena de muerte.</p>	
Resultados de las encuestas	<p>Se refiere al desempeño de los candidatos, vistos desde las encuestas, que reflejan como son percibidos por los votantes.</p>	<p>Ante la pregunta: ¿A la fecha, por quién se inclinaría más?, en enero del 9 al 11 de 2004, los porcentajes daban a Bush como ganador con un 55% sobre un 43%. De enero 29 a febrero 1 del mismo año, las encuestas mostraban como ganador a Kerry con un 53% frente a un 46%. De febrero 6 a febrero 8, las encuestas daban a Bush como ganador con un 49% sobre un 48%. De febrero 16 a febrero 17, mostraban a Kerry como ganador con un 55% sobre un 43%. De marzo 5 al 7, Kerry era el ganador con un 52% respecto a un 44%. De marzo 26 al 28, Bush era el ganador con un 51% frente a un 47%. Del 5 de abril al 8, las encuestas daban a Bush como ganador con un 48% frente a un 45%. De abril 16 a abril 18, Bush ganaba con un 51% frente a un 46%. De mayo 2 a mayo 4, Kerry ganaba con un 49% frente a un 48%. De mayo 7 al 9, Bush puntuaba con un 48% respecto a Kerry con un 47%. Del 21 de mayo al 23, Kerry ganaba con un 49% frente a un 47%.</p> <p>Luego, en otra encuesta, frente a la pregunta: ¿Por quién votaría para presidente? , de junio 3 al 6, Kerry ganaba con un 49% frente a un 43%. De junio 21 a junio 23, Bush puntuaba con un 48% frente a un 47%. De Julio 8 al 11, las encuestas daban como ganador a Kerry 50% versus un 45%. De julio 19 al 21, Kerry ganaba con un 47% frente a un 46%. De julio 30 a agosto 1, Bush ganaba con un 51% frente a un 45%. De agosto 9 al 11, Bush ganaba con un 48% respecto a un 46% de Kerry. De</p>		<p>Las encuestas muestran que desde principios de año, la contienda electoral estuvo muy apretada. Es claro, que el que estaba puntuando las encuestas, lo hacía por un margen mínimo, y así se mantuvieron a lo largo del año.</p> <p>Esto hizo que las elecciones se definieran hasta último momento y que los candidatos no tuvieran una certeza sobre su triunfo hasta el día de las elecciones.</p>

		<p>agosto 23 al 25 se daba el mismo resultado anterior. De septiembre 3 al 5, Bush ganaba con un 52% frente a un 45%. De septiembre 13 al 15, Bush ganaba con un 54-% respecto a un 40%. De septiembre 24 al 26, Bush gana con un 52% frente a un 44%. De octubre 1 al 3, estaban empatados con un 49% cada uno. De octubre 9 al 10, Kerry ganaba con 49% frente a un 48%. De octubre 14 al 16, Bush ganaba con un 52% frente a un 44%. De octubre 22 al 24, vuelve a ganar Busch con un 51% frente a un 46%. De octubre 29 al 31, Bush ganaba con un 49% frente a un 47%.</p>	
--	--	--	--

Las elecciones entonces llegaron a su final, Kerry no pudo encaminar su campaña, y aunque estuvo difícil para los dos candidatos, la campaña de George Bush “ganó con 62.040.610 votos, 3 millones más que cualquier presidente, recibió un 23% más de votos que en el 2000 (11.580.500) y 156 condados pasaron de votar por Gore en el 2000 a votar por Bush en el 2004, cuando sólo 60 lo hicieron en la dirección opuesta”⁹⁹. Kerry obtuvo “59.028.109 de votos y perdió con 252 votos electorales frente a los 286 de Bush”¹⁰⁰. Kerry ganó en 19 estados mientras que Bush lo hizo en 31(ver anexo 2). Una victoria que iba a prolongar la estadía de las tropas en Irak, además de aumentar el costo de la guerra, e iba a ser la antesala de la mayor crisis económica que el país pudiera afrontar desde de 1929.

⁹⁹ Ver Rove. “What is a Rovian campaign”. p. 72. Traducción Libre del Autor.

¹⁰⁰ Ver CNN. Tema de búsqueda: “Election Results”. p 1. Consulta Electrónica.

CONCLUSIONES

Las estrategia se basa en encontrarse en la mejor posición posible o en una posición de ventaja frente al adversario y poder potencializarla al máximo para poder sacar provecho de ello , Sun Tzu, en su libro “El Arte de la Guerra”, plasma que existen cinco maneras de conocer al futuro vencedor: “ganan los que saben cuando luchar y cuando no. Los que saben discernir cuando utilizar muchas o pocas tropas. Los que se enfrentan con preparativos a enemigos desprevenidos. Los que tienen generales competentes y no están limitados por sus gobiernos”¹⁰¹. La estrategia que se planificó para la reelección de George W. Bush se diseño para que él sacara provecho de los constantes errores de Kerry, pero no solo eso, también de sus fortalezas, de lo que Kerry creía que era una ventaja a su favor. Su historial de guerra, su biografía como héroe nacional termino convirtiéndose en una desventaja en plena campaña presidencial, después de que había usado en muchas otras contiendas políticas su historia de vida a su favor para ganar. Ahora perdía la presidencia de los Estados Unidos a causa de ello.

Es importante destacar que la campaña de Kerry hizo un esfuerzo por denunciar los problemas que se presentaban afuera y adentro del país por la situación de Irak, el costo de la guerra, y las implicaciones de no invertir ese dinero dentro del país. La atención que se ejerció sobre Irak, y cómo ésta se desvió de Afganistán que era el foco principal de la guerra contra el terror, el dejar de lado a Osama Bin Laden para centrar su atención sobre Saddam Hussein. Y aún más con la captura de Saddam Hussein, el llegar a creer que la misión se había cumplido. Todo eso lo dijo Kerry, pero debido a que no pudo establecer una posición coherente entre sus actos dentro de los que se destacaba su experiencia militar en Vietnam, y su discurso donde criticó la guerra en la que él había peleado, para posteriormente criticar la incursión a Irak, luego de una serie de contradicciones donde no mostraba una posición definida, a veces a favor en otras en contra.

¹⁰¹ Ver Tzu., Sun. “La Planificación de un Asedio”. En *El arte de la Guerra*. p. 38.

Esto permitió establecer cómo argumenta Zun Tzu en el “arte de la guerra” una posición de ventaja que le dio a la campaña de George Bush la victoria.

Se debió a varios factores, la campaña de Bush logró establecer de manera concreta en que se iba a concentrar su campaña, y en que se centraba la de su adversario, a partir de ello se fue desarrollando la estrategia, que contemplaba primero afirmar la posición de Bush sobre la guerra que indiscutiblemente era el tema más importante en el momento. Convencer a los ciudadanos Estadounidenses que la guerra era necesaria, porque de no ser así la seguridad del país se vería afectada, entonces de que serviría invertir en salud y educación, cuando el país en defensa esta vulnerable, de ahí radicaba el discurso de Bush.

En esa medida la campaña tenía claro que no se debían admitir errores porque eso los afectaría, las decisiones que se tomaron sobre las invasiones a Afganistán e Irak fueron para proteger al pueblo estadounidense, y en esa posición se desarrollo el discurso. Ahora lo que había que hacer era competir contra el discurso adversario, el problema era que la campaña de Kerry no parecía tener una planeación, no tenía un equipo o una estrategia de comunicaciones que le aconsejara que decir y que no, si no que lo que se vio en sus diferentes discursos era que constantemente atacaba a Bush sin tener en cuenta que sus acciones y sus interlocuciones pasadas se contradecían. Eso lo pudo reconocer Bush y su equipo, y por eso pudieron sacar ventaja de ello.

La posición de la guerra era tan dividida que como se dijo anteriormente el voto por Kerry se dio más por aquellos que estaban en contra de Bush que por los méritos que tenía él como candidato. Esto aportó en gran parte para que la contienda fuera tan reñida. El voto independiente también jugó un papel importante ya que las campañas buscaron el apoyo de determinados grupos que no tienen una afiliación partidista, pero que podrían ser persuadidos por propuestas concretas respecto a temas específicos como el aborto, los derechos de los homosexuales, la pena de muerte, y la política migratoria. La campaña de Bush, implementó una herramienta llamada “microtargeting”, la cual se extrajo del marketing comercial al político, con el fin de detectar esos votos independientes, que no son fáciles de encontrar ya que las

personas no se encuentran afiliadas a un partido, pero que se puede hacer por medio de su patrón de consumo; esto representó un mayor esfuerzo por parte de la campaña de Bush pues tenía certeza de quienes eran su objetivo y así hacerles llegar las propuestas lo que dio una ventaja frente a Kerry.

Los anuncios en televisión hicieron parte de una gran campaña que se realizó por parte de la campaña de Bush para encuadrar a Kerry dentro del perfil de un candidato con ideas confusas, sin liderazgo, tal vez con buenas intenciones, pero de seguro sin la capacidad ni las cualidades que exigía un líder en ese momento, eso desmerito el trabajo que el candidato del Partido Demócrata estaba haciendo.

Es preciso mencionar que el manejo que Bush le dio a la guerra de Irak no fuera el más idóneo, y más luego de todos estos años cuando hay evidencia de que la guerra en realidad no se ganó, y que tampoco se cumplió la misión como afirmó Bush, es probable también que el gasto que hubo que hacer para mantener las tropas estadounidenses en Irak y Afganistán fuera gigantesco, y que ese dinero podría haberse invertido en otras cosas, es probable que sin esas invasiones Estados Unidos sería un país menos seguro, o aún más seguro, de eso no hay certeza, es probable que George Bush no haya sido el mejor líder para manejar el país en ese momento.

Lo que sí es claro es que su campaña por la reelección en el 2004 fue una campaña exitosa, una campaña planeada y muy bien implementada que consiguió el objetivo aplicando y haciendo funcionar los elementos de marketing político; el uso de los medios de comunicación, el discurso, los ataques, el uso de la publicidad, y las encuestas que reflejaron el desempeño de la campaña a lo largo de la contienda. Esto da cuenta de que ganó efectivamente la mejor campaña aún sabiendo que el manejo de la guerra no fue igual de exitoso.

Finalmente es importante destacar que el marketing político juega un papel fundamental dentro del proceso electoral, y de esa manera es claro que su implementación dentro del marco de unas elecciones es decisivo para que el candidato pueda ganar. Por eso esta rama de la ciencia política y que nace del marketing comercial no puede ni debe ser desligada de ninguna estrategia de campaña sí su objetivo es tener éxito en las elecciones.

BIBLIOGRAFÍA

Buell, Emmett y Sigelman, Lee. *Attack politics, Negativity in presidential campaigns since 1960*. Kansas: University Press of Kansas. 2008.

Bush, George. *Decision Points*. New York: Crown Publishes, 2010.

Chomsky, Noam. *11-09-01*. Barcelona: RBA Libros. 2002.

Duverger, Maurice. *Introducción a la Política*. Barcelona: Editorial Ariel S.A. 1986.

Kranish, Michael; Mooney, Brian y Easton, Nina. *Kerry otra América es posible*. Barcelona: Grupo Editorial Planeta. 2004.

Rove, Karl. *Courage and Consequence*. New York: Threshold Editions. 2010.

Tzu, Sun. *El arte de la Guerra*. [Online] gabinetedepsicología.com: [citado el 3 de junio]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gabinetedepsicologia.com/downloadclinica/El%20Arte%20de%20la%20Guerra.pdf>

Woodward, Bob. *Bush en guerra*. Madrid: Ediciones Península. 2003.

Otros Documentos

ABC News. “Bush: I didn’t compromise my principles”, 2008, consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://abcnews.go.com/WN/Politics/story?id=6354012&page=1>. Entrevista

Bush-Cheney 04. “President George W. Bush”, consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web:

<http://web.archive.org/web/20041019111541/http://georgewbush.com/Bios/GeorgeWBush.aspx>

Camps Lopez, Jordi. “Liderar Societats Complexes”. Inédito

CBS News. “ Kerry's Top Ten Flip-Flops”, 2009, consulta realizada en marzo de 2011. Disponible en la página web: <http://www.cbsnews.com/stories/2004/09/29/politics/main646435.shtml>

CNN News. “America Votes 2004”, consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://us.cnn.com/ELECTION/2004/special/president/fec/index.bush.new.html>

GALLUP, “Afghanistan”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: [citado 23 Febrero de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/116233/Afghanistan.aspx>. Encuesta.

_____. “Country's Wounds Still Open After 9/11”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 13 Septiembre 2003 [citado 23 Febrero de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/9241/Countrys-Wounds-Still-Open-After-911.aspx>. Encuesta.

_____. “Dean Takes Front-Runner Status Nationally for First Time”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 9 Diciembre 2003 [citado 5 Marzo de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/9880/Dean-Takes-FrontRunner-Status-Nationally-First-Time.aspx>. Encuesta.

_____. “Final Poll Shows Presidential Race to Be Dead Heat”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 1 Noviembre 2004 [citado 12 Junio de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/13873/Final-Poll-Shows-Presidential-Race-Dead-Heat.aspx#3>. Encuesta.

_____. “George W. Bush, Iraq, Battleground States, Top Campaign Issue, Taxes”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 20 Abril 2004 [citado 7 Marzo de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/11443/George-Bush-Iraq-Battleground-States-Top-Campaign-Issue-Taxes.aspx>. Encuesta.

_____. “Iraq”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: [citado 23 Febrero de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/1633/Iraq.aspx>. Encuesta.

_____. “Latest Showdown State Poll Results”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 16 Septiembre 2004 [citado 14 Marzo de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/13057/Latest-Showdown-State-Poll-Results.aspx>. Encuesta.

_____. “Nationally: Two-Candidate Race for Democratic Nomination?”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 13 Enero 2004 [citado 26 Febrero de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/10186/Nationally-TwoCandidate-Race-Democratic-Nomination.aspx>. Encuesta.

_____. “Presidential Race Remains Close”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 25 Mayo 2004 [citado 12 Junio de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/11800/Presidential-Race-Remains-Close.aspx#2>. Encuesta.

_____. “Whatever Happened to "Trickle-Down" Economics?”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 16 Diciembre 2003 [citado 23 Febrero de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/10246/Whatever-Happened-TrickleDown-Economics.aspx>. Encuesta.

_____. “When Parties Attack, Is Fairness the Victim?”. [Online] GALLUP [Estados Unidos]: 7 Septiembre 2004 [citado 2 Junio de 2011]. Disponible en World Wide Web: <http://www.gallup.com/poll/12943/When-Parties-Attack-Fairness-Victim.aspx>. Encuesta.

Institute for Policy Studies-IPS. “The Quagmire in Irak”, 2008, consulta realizada en abril de 2011. Disponible en la página web: http://www.ipsdc.org/articles/the_quagmire_in_iraq

Jeanne, Shaheen. “ More about Jeanne Shaheen”, consulta realizada en marzo de 2011. Disponible en la página web: <http://shaheen.senate.gov/about/biography/>. Biografía.

JohnKerry.com. “About John”, consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://www.johnkerry.com/pages/about/>

Kerry-Edwards. “Our Plan for America”, consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://web.archive.org/web/20041102024335/http://www.johnkerry.com/plan/>

La Onda Digital. “Discurso Integro de George Bush ante el Congreso, 21 de septiembre de 2001”, consulta realizada 20 de febrero de 2011. Disponible en: <http://www.laondadigital.com/laonda/laonda/001-100/54/discurso%20completo%20de%20george%20bush%20ante%20el%20congreso%20de%20estados%20unidos.htm>

Naciones Unidas- UN. “consejo de seguridad- resumen 2003”, 2004, consulta realizada en marzo de 2011. Disponible en la página web: <http://www.un.org/spanish/documents/scaction/2003/iraq.htm>. Informe.

Progressive Policy Institute- PPI. “Economic Performance Index- *George W. Bush vs William J. Clinton*”, consulta realizada en abril de 2011. Disponible en la página web: http://www.dlc.org/documents/Performance_Index.pdf. Gráfica.

The Living Room Candidate. “Presidential Campaign Commercials 1952-2008”, , consulta realizada en marzo de 2011. Disponible en la página web: <http://www.livingroomcandidate.org/>

Wikileaks. “Iraq War Logs 2004-2009”, 2010, consulta realizada en marzo de 2011. Disponible en la página web: http://mirror.wikileaks.info/wiki/Iraq_War_Logs,_2004-2009/. Informe.



Anexo 1. Perfiles de los Candidatos George Bush y John Kerry hasta las elecciones presidenciales de 2004

GEORGE WALKER BUSH	JOHN FORBES KERRY
<ul style="list-style-type: none"> • 1946: Nació en New Haven, Connecticut. Pero creció en Midland y Houston, Texas. • 1968: Obtuvo una licenciatura en la Universidad de Yale. • Fue piloto en Texas de la Guardia Aérea Nacional. • 1975: Obtuvo un Master en Administración de Negocios en el Colegio de Negocios de Harvard. • Empezó su carrera en negocios de energía. • 1988: Trabajó en la campaña presidencial de su padre, George H. Bush. • 1994: Fue elegido como gobernador de Texas con el 53,5% de los votos. • 1998: Fue reelecto como gobernador de Texas, esta vez con el 68,6% de los votos. • 2000: Fue elegido como Presidente de los Estados Unidos. <p>Dentro de su gobierno, se preocupó por mejorar los niveles de las escuelas públicas, aumentó la remuneración y los beneficios para los militares, se encargó</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1943: Nació en Colorado. Pero creció en Massachusetts. • Se graduó de la Universidad de Yale. • Fue voluntario en la guerra de Vietnam. • Se graduó de la Escuela de Leyes del Boston College. • 1976: Fue Fiscal Superior del Condado de Middlesex, Massachusetts. • 1982: Fue “Teniente Gobernador” y organizó a los gobernadores del país para combatir la lluvia ácida. • 1984: Fue elegido como senador y por tres veces fue reelegido para ocupar el mismo cargo. • Antes de los atentados del 11 de septiembre, escribió “La nueva guerra”, un estudio sobre la seguridad nacional de Estados Unidos en el siglo XXI. • 2002: Fue su cuarto período como senador. <p>En ejercicio de su cargo, se preocupó por el tema de los seguros médicos a niños de bajos recursos, por mejorar el nivel de la educación pública, por</p>

<p>de fortalecer el Seguro Social y Medicare.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2001: Después de los atentados del 11 de septiembre, el gobierno de Bush se centró en la guerra contra el terrorismo. • 2004: Fue candidato para la presidencia de Estados Unidos y finalmente fue reelegido como presidente de los Estados Unidos. • Milita al Partido Republicano. 	<p>conservar el medio ambiente y fortalecer la economía.</p> <p>Fue uno de los senadores que trancó el Plan Bush- Cheney que pretendía perforar en la Reserva Natural Nacional del Ártico.</p> <p>También lideró campañas contra el sida.</p> <p>Hacía parte del Comité de Relaciones Exteriores del Senado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2004: Fue candidato para la Presidencia de Estados Unidos. • Milita al Partido Demócrata.
--	---

Cuadro elaborado por el autor de la presente monografía con base en la información tomada de

<http://web.archive.org/web/20041019013414/http://georgewbush.com/>

<http://www.johnkerry.com/pages/about/>

Anexo 2. Variables para analizar las campañas presidenciales de Estados Unidos en las elecciones de 2004

VARIABLE	DEFINICIÓN	ESTRATEGIA GEORGE W. BUSH	ESTRATEGIA JOHN F. KERRY	COMENTARIOS
Mensaje de campaña	Se refiere a cómo quieren los candidatos que los electores vean su campaña.	Su mensaje de campaña se basaba representarse como “un líder en tiempos de guerra que se centra en el futuro”.	Su mensaje de campaña se basaba sobre su experiencia militar y su conocimiento en relaciones exteriores. La guerra de Vietnam era un ejemplo de su experiencia en tiempos de crisis.	Debido a la situación en Irak y Afganistán, las campañas centraron la mayor parte de sus esfuerzos en transmitir un mensaje de liderazgo en tiempos de crisis.
Lema de campaña	Se refiere al slogan de cada campaña.	“Building a safer world, and a more hopeful America”- “Construyendo un mundo seguro, y una América más esperanzada”.	“Stronger at home, respected in the world” - “Fuerte en casa, respetado en el mundo”.	El lema de Bush, hace referencia a la lucha contra el terrorismo, la cual se estaba implementando por su gobierno para combatir las amenazas terroristas y así brindar seguridad al país. Este lema se divide en dos partes, la primera es asegurar la defensa de los ciudadanos, y la segunda

				<p>una América que mire hacia el futuro.</p> <p>En cuanto al lema de Kerry, este también se divide en dos partes, la primera que se refiere a la seguridad interna, y la segunda al respeto de las leyes internacionales debido a la invasión sin justificaciones reales a Irak.</p>
Recaudación de dinero	Se refiere al monto o la suma recolectada por la campaña de los candidatos, que va a ser utilizada para los diferentes gastos de la misma.	272.573.444 dólares	249.305.109 dólares	La recaudación de dinero por parte de las campañas estuvo equilibrada, pues la diferencia fue de aproximadamente 23.000 dólares.
Inversión en publicidad televisiva	Se refiere al monto o la suma que los candidatos invierten en publicidad para difundir su	169.711.983 dólares	179.947.649 dólares	La inversión en publicidad se dio desde el 26 de septiembre de 2004 hasta el 2 noviembre del mismo

	mensaje, por medio de la televisión.			<p>año, lo que quiere decir que ambos candidatos gastaron más del 50% de la recaudación de dinero para la campaña en esta inversión en menos de dos meses.</p> <p>John Kerry, gastó aproximadamente 10.000 dólares más en publicidad a comparación de George Bush.</p>
Contenido de la publicidad	Se refiere el uso que le da el candidato a la publicidad que pauta en televisión, y cómo esta se utiliza para llamar la atención del votante hacia uno u otro candidato.	<p>La publicidad de Bush, se centró en dos aspectos:</p> <p>a). El cambio constante de posición de Kerry sobre Irak, evidenciando la incapacidad de una persona que ni si quiera puede fijar un punto de vista sobre un tema y que quiere aspirar a liderar un</p>	<p>La publicidad de Kerry, se centró en dos aspectos:</p> <p>a). La vocación solidaria y de servicio a su país, dando como ejemplo su experiencia en la guerra de Vietnam.</p> <p>b). La desacreditación a Bush en cuanto a la guerra en Irak, ya que no</p>	<p>Ambos candidatos, emplearon publicidad negativa para desacreditar a su oponente.</p> <p>El tema de Irak ocupó la mayoría de los avisos publicitarios.</p> <p>El contenido de la publicidad tanto en Bush como en Kerry, transmitía</p>

		<p>país.</p> <p>b). El pesimismo de las palabras de Kerry en un momento de crisis. Bush apelaba por un optimismo y esperanza de un mejor futuro.</p>	<p>se habían encontrado las armas nucleares, y la invasión se había llevado a cabo con razones falsas. También criticaba la alta suma de la financiación de la guerra de Irak, pues ese dinero se podía emplear en salud, educación, entre otros.</p>	<p>los mensajes de las campañas.</p>
Historial electoral	<p>Se refiere a la tendencia histórica y a las diferencias que marcaron las elecciones del 2000 y del 2004 en el comportamiento de votación de los estados.</p>	<p>Bush ganó las elecciones populares en: Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, Colorado, Florida, Georgia, Idaho, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Mexico, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma,</p>	<p>Kerry ganó las elecciones populares en: California, Connecticut, Delaware, District of Columbia, Hawaii, Illinois, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, New Hampshire, New Jersey, New York, Pennsylvania, Rhode Island, Vermont, Washington y Wisconsin.</p>	<p>Bush ganó las elecciones populares en 31 estados, en comparación con Kerry que salió vencedor en 19.</p> <p>La diferencia en cuanto a las elecciones del 2000, se centra en que Bush no ganó en los estados de Iowa y New Mexico, y tenía en cambio a New Hampshire.</p> <p>En el 2004, el mapa electoral no sufrió un</p>

		South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Virginia, West Virginia y Wyoming.		<p>cambio radical, pero sí le dio una ventaja a Bush de 7 votos electorales, ya que ganó en Iowa y New Mexico, y perdió en New Hampshire.</p> <p>Aún cuando Kerry perdió las elecciones, muchos de los 19 estados en los que venció a Bush, como California, Illinois, Pennsylvania, New York, Massachusetts y Washington, fueron determinantes a la hora de generar expectativa hasta el momento de las elecciones.</p>
Voto independiente	Se refiere al voto de personas que no están alineadas ideológicamente con un partido. Los candidatos	-Bush buscó el apoyo de votos independientes entre los latinos clase media y aquellos que se estaban integrando a las	-Kerry buscó votos independientes dentro de la comunidad católica y dentro los grupos que estaban en contra del	Ambos candidatos para captar votos independientes, expresaron su postura frente a temas polémicos como el aborto,

	<p>buscan dicho voto con propuestas concretas para poder ganar su apoyo.</p>	<p>filas evangélicas protestantes.</p> <p>-Expresó su postura en contra de la adopción por parte de parejas homosexuales, y en contra del matrimonio gay. También promovió una enmienda constitucional para prohibirlo.</p> <p>-Bush, propendió por un incremento del presupuesto para reforzar las leyes migratorias.</p>	<p>matrimonio gay.</p> <p>- Argumentó que debían eliminarse los beneficios de las parejas gay.</p> <p>-Kerry, propendió por un rápido proceso migratorio para unir aquellas familias que se encuentran separadas debido a la demora de los trámites para pedir a los familiares; sin descuidar la seguridad fronteriza, para lo que propuso</p>	<p>la pena de muerte, los matrimonios gay, entre otros.</p> <p>El tema de los migrantes fue de gran relevancia, ya que la postura de George Bush fue muy radical en comparación a la de Kerry, lo que puso haberle dado favorabilidad en este tema a Kerry respecto a los grupos migrantes.</p> <p>Tanto Kerry como Bush, se empeñaron en captar los votos de los grupos religiosos, debido a que la guerra de Irak dividió tajantemente la posición.</p>
--	--	--	---	---



		<p>-En cuanto al aborto, expresó su negativa. Sólo lo consideraba válido en casos de violación, incesto o para salvar la vida de la madre.</p> <p>-Apoyó la pena de muerte.</p> <p>-Para captar el voto independiente, la campaña de George Bush implementó un método llamado “microtargeting”, el cual permite identificar que personas podían ser sus posibles votantes por medio de varias técnicas,</p>	<p>aumentar las patrullas fronterizas.</p> <p>-Apoyó el derecho de la mujer a un aborto y también propuso aumentar los recursos para planificar.</p> <p>-Estuvo en contra de la pena de muerte.</p>	
--	--	---	---	--

		como saber sí poseen un arma, sí sus hijos van a escuelas privadas, clase de revista a la que se suscriben, clase de carro que poseen, clase de licor que prefieren, entre otros.	
Resultados de las encuestas	Se refiere al desempeño de los candidatos, vistos desde las encuestas, que reflejan como son percibidos por los votantes.	Ante la pregunta: ¿A la fecha, por quién se inclinaría más?, en enero del 9 al 11 de 2004, los porcentajes daban a Bush como ganador con un 55% sobre un 43%. De enero 29 a febrero 1 del mismo año, las encuestas mostraban como ganador a Kerry con un 53% frente a un 46%. De febrero 6 a febrero 8, las encuestas daban a Bush como ganador con un 49% sobre un 48%. De febrero 16 a febrero 17, mostraban a Kerry como ganador con un 55% sobre un 43%. De marzo 5 al 7, Kerry era el ganador con un 52% respecto a un 44%. De marzo 26 al 28, Bush era el ganador con un 51% frente a un 47%. Del 5 de abril al 8, las encuestan daban a Bush como ganador con un 48% frente a un 45%. De abril 16 a abril 18, Bush ganaba con un 51% frente a 46%. De mayo 2 a mayo	Las encuestas muestran que desde principios de año, la contienda electoral estuvo muy apretada. Es claro, que el que estaba punteando las encuestas, lo hacía por un margen mínimo, y así se mantuvieron a lo largo del año. Esto hizo que las elecciones se definieran hasta último momento y que los candidatos no tuvieran una certeza sobre su triunfo hasta el día de las



		<p>4, Kerry ganaba con un 49% frente a un 48%. De mayo 7 al 9, Bush punteaba con un 48% respecto a Kerry con un 47%. Del 21 de mayo al 23, Kerry ganaba con un 49% frente a un 47%.</p> <p>Luego, en otra encuesta, frente a la pregunta: ¿Por quién votaría para presidente? , de junio 3 al 6, Kerry ganaba con un 49% frente a un 43%. De junio 21 a junio 23, Bush punteaba con un 48% frente a un 47%. De Julio 8 al 11, las encuestas daban como ganador a Kerry 50% versus un 45%. De julio 19 al 21, Kerry ganaba con un 47% frente a 46%. De julio 30 a agosto 1, Bush ganaba con un 51% frente a un 45%. De agosto 9 al 11, Bush ganaba con un 48% respecto a un 46% de Kerry. De agosto 23 al 25 se daba el mismo resultado anterior. De septiembre 3 al 5, Bush ganaba con un 52% frente a un 45%. De septiembre 13 al 15, Bush ganaba con un 54-% respecto a un 40%. De septiembre 24 al 26, Bush gana con un 52% frente a un 44%. De octubre 1 al 3, estaban empatados con un 49% cada uno. De octubre 9 al 10, Kerry ganaba con 49% frente a un 48%. De octubre 14 al 16, Bush ganaba con un 52% frente a un 44%. De octubre 22 al</p>	elecciones.
--	--	---	-------------

		24, vuelve a ganar Busch con un 51% frente a un 46%. De octubre 29 al 31, Bush ganaba con un 49% frente a un 47%.	
--	--	--	--



Anexo 3. Análisis de las armas de la contienda según Maurice Duverger en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2004.

ARMAS	DEFINICIÓN	ANÁLISIS EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL 2004
Dinero	Según Duverger, el dinero o la riqueza, sirven para procurar los medios con los que se puede conquistar o conservar el poder. El dinero permite comprar armas, conciencias, periódicos, emisiones de televisión, campañas de propaganda y hombre políticos.	<p>El dinero como arma en Estados Unidos, es esencial para obtener éxito en una campaña electoral, ya que la duración de la misma es muy prolongada, y el no tener presupuesto o capacidad de recaudación imposibilita que el candidato pueda llegar hasta el final de las elecciones.</p> <p>En las elecciones del 2004, tanto George Bush como John Kerry, recaudaron el dinero suficiente para que sus campañas pudieran perdurar hasta la última etapa. (Ver anexo 2).</p> <p>Lo anterior hace, que la contienda sea equilibrada y que un candidato no saque ventaja de sus recursos económicos para favorecerse electoralmente.</p>
Medios de Información	Para Duverger, los medios de información son procedimientos de difusión de las noticias y de las ideas, que son	En cuanto a los medios de información, teniendo en cuenta el dinero como arma de poder y de influencia, se puede decir que



	<p>consecuencia de la técnica moderna y constituyen una poderosísima arma política.</p> <p>El poder de información, se encuentra en las manos del poder económico.</p>	<p>durante las campañas ambos candidatos tenían la misma capacidad para lograr que sus mensajes fueran difundidos por los medios masivos de comunicación.</p> <p>En estas elecciones, el medio de información en el que más se invirtió fue en el televisivo. (Ver anexo 2).</p>
Número y encuadramiento colectivo	<p>Para Duverger, el encuadramiento colectivo hace referencia a la agrupación de inmensas masas humanas, su educación política, su movilización de energías, y la canalización y orientación de sus acciones. Todo ello, se logra gracias a la eficacia de la propaganda, ya que el apoyo de la gran prensa y la televisión, son con frecuencia lo que decide la victoria electoral.</p> <p>Una campaña sostenida por procedimientos análogos a los de las campañas de venta comercial, tiene más posibilidades de triunfar que una campaña de corte clásico.</p> <p>En cuanto al número, para Duverger es</p>	<p>Como primera medida, gracias a la propaganda televisiva, de prensa, de radio, entre otras, los candidatos trataron de persuadir al electorado de votar por una u otra campaña, lo que da cuenta de un encuadramiento colectivo, que permite la sensibilización de esos votantes por medio de mensajes publicitarios.</p> <p>Como segunda medida, los candidatos buscaron la movilización de los ciudadanos para que entreguen su voto y den su apoyo a uno de los candidatos.</p> <p>Por último, se puede decir que por medio de las propuestas enfocadas a grupos específicos como los migrantes o grupos</p>

	<p>claro que se ha convertido en un arma política eficaz, porque le ha permitido a las masas populares salir de las tinieblas y entrar en la lucha por el poder.</p>	<p>religiosos, los candidatos trataron de hacer un encuadramiento colectivo. (Ver anexo 2).</p>
Concentración o dispersión de las armas	<p>Para Duverger, las armas políticas se encuentran algunas veces concentradas y otras dispersas, lo que da origen a dos tipos de sociedades: la primera donde las armas políticas se encuentran en manos de sólo una clase o grupo social; la segunda donde las armas se encuentran en manos de varias clases o grupos sociales.</p>	<p>A pesar de que en Estados Unidos existen varios partidos políticos, es claro que el poder y las armas se concentra sobre dos esencialmente: el Partido Republicano y el Partido Demócrata.</p> <p>Durante las elecciones del 2004 se presentó esta concentración de armas políticas, ya que Bush pertenecía al Partido Republicano y Kerry representaba al Demócrata. Sin embargo, dicha concentración es propia de la historia del país durante sus procesos electorales.</p>