

## **Barack Obama: estrategia electoral**

Rubén Aguilar Valenzuela

Obama inició su lucha por la presidencia el 27 de junio de 2004 en la convención demócrata de Boston. Todos los asistentes quedaron cautivados por la historia y la fuerza del discurso del senador local por Illinois que saludaba desde el escenario acompañado, ya de desde aquel entonces, de su mujer, Michelle, y sus dos hijas, Malia y Sasha.

Ese día se pusieron a prueba los dos elementos centrales de la estrategia del "descubridor" de la historia de Obama, David Axelrod (55); la fuerza dramática de su historia, que resultaba de novela, y el contenido y forma del discurso. La estrategia guió al que ese mismo año, después de esa intervención, sería senador para el Congreso Nacional y sólo cuatro años después presidente de Estados Unidos. La "salida" hacia la búsqueda de la Casa Blanca tuvo un éxito rotundo. Ese día comenzó la construcción, con base en una historia real, del mito Obama.

### **La historia**

El discurso que pronunció ese día lo tituló, *La audacia de tener esperanza*. Con él inició la narración de su historia personal, tema que sería central en todas sus intervenciones. En esa ocasión habló de sus raíces africanas

y blancas, de sus padres, el uno africano de Kenya y la otra norteamericana blanca de Kansas. Dijo: "Me presento aquí hoy agradecido por la diversidad de mi patrimonio ... sabiendo que mi historia es parte de una historia americana más grande, que estoy en deuda con todos aquellos que me precedieron y que en ningún otro país del mundo mi historia sería siquiera posible..."

El mensaje era él y su historia. Sí él había llegado ahí todos los norteamericanos podían tener esperanza. Él la encarnaba. Su historia era la prueba. En ese discurso, pronunciado con fuerza y convicción, transmitía autenticidad, y refiriéndose a sus padres dijo que: "Me llamaron Barack, soy afortunado, porque pensaban que, en una América tolerante, el nombre no es obstáculo para el éxito, y me imaginaron yendo a las mejores escuelas, aunque no eran ricos, porque en una América generosa no hay que ser rico para desarrollar lo que uno tiene".

El primero en considerar que la historia de Obama, que realmente es única, era algo que merecía la pena de ser contada y que podía ser "vendible" para el gran electorado de Estados Unidos fue David Axelrod. Él trabajó con Obama en la construcción de la narrativa. No tenía que inventar nada. Se trataba sólo de contar. Era una tragedia que convocaba. El argumento era sencillo y lineal y de una gran

fuerza. Lo más impactante es que era real y podía ser corroborada día a día.

Axelrod vio que Obama era la "la personificación de su propio mensaje". Asumió, entonces, el potencial que tenía la historia y se propuso narrarla. Axelrod nació en una familia judía de clase media en Manhattan. Estudió ciencias políticas en la Universidad de Chicago. Trabajó como periodista en el Hyde Park Herald y en el Chicago Tribune. A partir de 1984 optó por dedicarse a la consultoría política. Conoció a Obama al inicio de los noventa cuando éste apenas había terminado su carrera de abogado.

Se vuelven a encontrar en 1997 cuando Obama era ya senador estatal de Illinois. En el 2000 Obama fracasa en su intento de ganar la senaduría para el Congreso Nacional. En 2004 Axelrod es quien hace la estrategia y Obama gana. A partir de entonces establecen una relación estrecha. Desde ese momento planean el siguiente paso, el "asalto" a la Casa Blanca. A partir de entonces en el equipo de Obama a Axelrod se le conoce como "el protector del mensaje".

El núcleo central de la estrategia fue que se conociera la historia de Obama. Axelrod siempre creyó en las enormes posibilidades que esta tenía y el efecto que la misma causaría en los estadounidenses. Él pensaba que iba a

resultar inspiradora y provocar simpatía y empatía en quien la conociera. Él, por eso mismo, confió que se le podía ganar a Hillary Clinton en la contienda interna. Obama en la campaña por los presidencia siguió lo que le decían sus asesores y admitió sus críticas y consejos. Su capacidad de escucha y su disciplina resultaron partes fundamentales de su éxito.

### **El discurso**

De Obama todos reconocen su notable capacidad de comunicación. Cuando se para en un escenario muestra una extraordinaria confianza en él y lo que propone. Tiene también grandes dotes de actor. Para comunicar se necesitan. Se desempeña con desparpajo y naturalidad ante las multitudes y las cámaras. Es un buen lector, utiliza muy bien el *telepronter*, y su dicción es perfecta. La forma la domina.

El contenido del discurso es siempre importante, pero todavía más en una sociedad donde el discurso político tienen rango de género literario. Frases de los grandes discursos de los presidentes de los Estados Unidos se conocen y repiten en todo el mundo. Axelrod y Obama tenían muy claro la importancia de los discursos. Podían hacer la diferencia y lo lograron. El redactor resultaba, pues, una pieza clave del equipo.

El elegido fue Jon Favreau, ahora de 27 años, a los 23 años ya trabajaba como "discursero", para el candidato demócrata a la presidencia John Kerry. En 2005, cuando se quedó sin empleo, se presentó con Obama a quien había conocido en la convención demócrata del 2004. Después de la entrevista se quedó con el trabajo.

Favreau estudió Ciencia Políticas en la Universidad Holy Cross en Worcester, Massachussets. A él se le autorizó que formara a su equipo e incorporó a Adam Frankl, de 26 años, y a Ben Rhodes, de 30 años. Los discursos que Obama leyó a lo largo de su campaña y los que ya ha empezado a leer como presidente son de la autoría de éste grupo.

Para el redactor de discursos, el fantasma como se le conoce en Estados Unidos, resulta clave la compenetración con quien los utiliza. Obama ha dicho que Favreau más que un escritor parece "un lector de mentes". El éxito de un "discursero" está en su capacidad para captar lo que su jefe quiere decir, pero también para intuir lo que conviene expresar. Eso sólo se logra en el trabajo cercano y en la confianza mutua. Las directrices de los grandes discursos vienen de Obama y Axelrod. Favreau y su equipo las traducen. Los resultados están a la vista.