

El año en que cambió Estados Unidos

Barack Obama encarna la oportunidad de una transformación profunda y el comienzo de una nueva etapa en la política norteamericana

ANTONIO CAÑO - Washington

EL PAÍS - Internacional - 02-11-2008

El día primero de este año cientos de periodistas y observadores emigraban al norte para cumplir con el ritual del calendario electoral estadounidense: los caucuses de Iowa. Es un recorrido que los veteranos habían cubierto varias veces, siempre por esas mismas fechas en las que los sembrados están cubiertos de nieve, y que los noveles hacían con la excitación natural del primer día de escuela. Pero todos encontraron en su destino algo diferente esta vez: una población cautivada por la magia de un joven político y una campaña insólita por delante que prometía emociones fuertes.

Cuando se contaron los votos la noche siguiente, los augurios se cumplieron con creces. Barack Obama, un senador negro todavía poco conocido, ganó holgadamente en un Estado con más del 90% de blancos y frente a una estrella mundial como Hillary Clinton. La palabra "histórico" comenzó a circular inconteniblemente en tertulias y medios de comunicación. Nada ni nadie podía sustraer a los presentes en las heladas calles de Des Moines de la emoción de sentirse sobre la ola del nacimiento de una nueva era.

Este corresponsal había escrito, atrevidamente, la palabra "histórico" un par de meses antes, en un pequeño acto de Obama, también en Iowa, en

el que por primera vez escuchó en directo la voz hipnotizadora de aquel hombre espigado que uno, sin mucho con lo que comparar en su entorno, confundía tontamente con la de un predicador.

Aquella voz empezaba a sonar mucho más seria, quizá ayudada por el reverenciado escenario, cuando volvimos a escuchar a Obama, unos días después, en la sede central de Google, en Silicon Valley, acompañado del consejero delegado de la empresa, Eric Schmidt, y de sus dos fundadores, Sergey Brin y Larry Page. Allí oí decir a Obama aquello de "quiero cambiar el mundo".

Noble, ambiciosa e improbable meta la que se fijaba este político que pasado mañana puede entrar de verdad en la historia como el primer presidente negro de Estados Unidos y que, en todo caso, ya ha hecho historia al dinamitar con su presencia y con su éxito un pasado racista que este país pueda ya dar por superado.

Gane o pierda estas elecciones, Barack Obama es un símbolo para millones de personas que, en Estados Unidos y en otros lugares, se creían condenados para siempre al campo de los excluidos. "Los cínicos decían que este día nunca llegaría", proclamó Obama hace casi un año en su noche de triunfo en Des Moines.

Ese célebre día se prolongó durante meses y en muchos Estados. En el sur, los descendientes de los esclavos celebraban el triunfo de un negro como si fuera la victoria de su tatarabuelo encadenado, de su abuelo apaleado o de su padre condenado al asiento trasero del autobús. En el Norte, el Este y el Oeste, cientos de miles de jóvenes, de descreídos, de viejos liberales orillados por un largo periodo conservador

protagonizaban una movilización sin precedentes que se ha extendido hasta hoy. Otros muchos asistían al espectáculo con cierta benevolencia y escepticismo, convencidos de que aquello no duraría. Entre estos, algunos se fueron subiendo al tren en las siguientes estaciones, bien fuera por convencimiento o por oportunismo.

Los discursos de Obama resonaban con fuerza en los campus universitarios y en los círculos ilustrados de las grandes ciudades, aunque tardaron algo más en encontrar oídos amables entre los trabajadores y el campo. "Basta de enfrentar a jóvenes contra viejos, regiones contra regiones, ricos contra pobres, hombres contra mujeres, demócratas contra republicanos. No más Estados rojos y Estados negros. Somos los Estados Unidos de América".

Esas palabras, que Obama pronunció por primera vez en la Convención Demócrata de 2004, han sido el mantra repetido incesantemente durante todo este año ante audiencias entregadas hasta el éxtasis. Algunos han intentado ridiculizar o distorsionar la enorme movilización en torno a Obama comparándola a un fenómeno religioso o al fervor primitivo ante una deidad tribal.

Es natural, como el propio Obama ha dicho en varias entrevistas, el cinismo se ha extendido tanto en la política que es difícil distinguir ya las verdaderas voluntades del que dice luchar por tu causa. Obama es, sin duda, un fenómeno que será sometido durante mucho tiempo a ese tipo de escrutinio y de duda. De acuerdo, es un símbolo, incluso un símbolo muy poderoso, pero ¿será un buen presidente?, se preguntarán muchos si el martes consigue la victoria en las urnas. Es una cuestión que sólo se podrá responder, por supuesto, con el ejercicio de su gestión. Pero este

largo periodo de campaña electoral (presentó su candidatura en febrero de 2007) ha dejado algunas muestras de lo que podemos esperar.

El columnista conservador David Brooks decía que si gobierna como ha conducido su campaña "va a ser una presidencia muy aburrida". Partiendo de la base de que Obama no pretende llegar a la Casa Blanca para entretener a Washington, Brooks intenta hacer alusión, en realidad, al orden militar, la contención y el rigor que han dominado constantemente la campaña demócrata.

No ha habido relevos de cabezas ni de jerarquías. David Axelrod ha dominado todo el tiempo el panorama desde la cúspide de la organización y David Plouffe ha permanecido a su derecha como el hombre de confianza para dirigir la perfecta maquinaria desarrollada para la victoria.

Una maquinaria asentada sobre dos bases muy sólidas: la mayor recaudación de dinero obtenida nunca por un candidato presidencial y la más extensa red de organizaciones de base jamás implantada por una campaña política. Los 150 millones de dólares reunidos sólo en el mes de septiembre son casi una quinta parte de todo el dinero que John McCain ha tenido para gastar desde que obtuvo la nominación. Otro ejemplo: en un Estado como Nuevo México, que no era un gran escenario de contienda hasta ahora, la campaña de Obama ha montado este año cuatro veces más oficinas que John Kerry y Al Gore en el pasado, y más del doble de las que tiene hoy McCain. Gore y Kerry perdieron en Nuevo México; Obama lleva 15 puntos de ventaja en las encuestas.

Es imposible separar el éxito de Obama de la perfecta conducción de su campaña. Pero es un éxito que nadie le ha regalado. Obama arrancó esta campaña como un outsider del Partido Demócrata, cuyo aparato apostaba claramente por Clinton, y durante muchos meses continuaron las sospechas sobre él. Se le criticaba su indefinición ideológica -llegó a elogiar a Ronald Reagan- y la falta de agresividad en los ataques a su rival. Más en silencio, se le envidiaba también por su súbita y enorme popularidad, confirmada por aquel célebre acto multitudinario de julio en Berlín.

Obama llegó a la convención de Denver rodeado de las dudas que sus propios compañeros, los Clinton incluidos, habían hecho circular sobre sus posibilidades reales de obtener la victoria. Esas dudas y esas intrigas quedaron ahogadas en la misma convención por las lágrimas de cientos de personas que no pudieron contenerse al escuchar formalmente la proclamación de Barack Hussein Obama como candidato a la presidencia de Estados Unidos.

Ha habido algunos momentos malos para la candidatura demócrata en estos meses: las declaraciones de su pastor, Jeremiah Wright, las revelaciones sobre su amistad con un antiguo miembro de una organización radical y terrorista en los años sesenta, Bill Ayers, o sus relaciones con el inversor encarcelado por corrupción Tony Rezko. Pero Obama consiguió sobreponerse a esos episodios sin gran perjuicio, a veces ayudado por su habilidad oratoria, como fue el caso de su magnífico discurso sobre la raza. Los críticos insisten también en que, sin la complicidad de la prensa, Obama hubiera sufrido mucho más en alguno de esos escándalos.

La admiración de la prensa, que no ha sido constante ni exenta de duras críticas en varias ocasiones, es, en todo caso, una de las consecuencias de la enorme sorpresa que su triunfal carrera representa y del atractivo del personaje. La prensa, por ejemplo, también se vio seducida durante unos días -muy pocos, eso es cierto, los justos para comprobar su auténtico valor- por Sarah Palin. Muchos en el Partido Demócrata y entre los analistas pensaron que Palin iba a modificar bruscamente el ritmo de la campaña. Pero no Obama, quien nunca dio la menor muestra de preocupación por la entrada en escena de la gobernadora de Alaska.

Obama es un curioso personaje que une a la potencia de su mensaje y a la simpatía de su rostro un talante glacial. Aquellos días de octubre en los que el sistema financiero se desplomaba como un castillo de naipes, en los que el secretario del Tesoro, Henry Paulson, parecía al borde del infarto, aquellos días en los que las comparencias de George Bush sólo servían para bajar las Bolsas aún más y en los que John McCain se precipitaba en una estrategia suicida, Obama transmitía desde las pantallas de la televisión una serenidad contagiosa.

Los republicanos y los que no creían en él dicen que esa crisis es la que le puede dar la victoria. Fue una gran oportunidad, sin duda, de demostrar sus condiciones para el mando, pero ésa no es la explicación de su posible triunfo.

Obama adquirió el perfil de vencedor antes de la crisis y asentó su fuerza en cualidades que exceden con mucho a lo que esa crisis sacó a relucir. Obama es, sobre todo, la gran oportunidad de una transformación profunda en este país, la certeza de que se pasa página a un periodo de la política americana que empezó con Reagan y muere con Bush. Otros

políticos han podido tener antes o tienen hoy mejores programas que él, otros han podido exhibir más experiencia y preparación, pero Obama, su nombre, su raza, su historia, son, por sí mismos, la garantía del cambio, de un cambio tan insólito y de tales dimensiones que hoy es inútil calcular.

LA CAMPAÑA DE BARACK OBAMA

El imparable ascenso de un desconocido

- 10 de febrero de 2007. Barack Obama anuncia formalmente su candidatura.

- 12 de septiembre de 2007. El aspirante a la Casa Blanca propone la retirada inmediata de las tropas estadounidenses de Irak, de forma que estuviera concluida a finales de 2008, para dar paso a una presencia sustancial de fuerzas con misión humanitaria.

- 8 de diciembre. La popular presentadora de televisión Oprah Winfrey le ofrece su respaldo y hace campaña por él en el Estado de Iowa.

- 3 de enero. Gana la primera cita de las primarias en Iowa.

- 26 de enero. La victoria en Carolina

del Sur impulsa su candidatura tras las derrotas en New Hampshire y Nevada.

- 5 de febrero. En el supermartes gana 13 Estados contra los nueve de la senadora por Nueva York Hillary Clinton, su rival en las primarias. La

batalla entre Obama y Clinton continúa. El republicano John McCain tiene el camino despejado.

- 4 de marzo de 2008. Tras 12 victorias seguidas, Obama sufre dos duras derrotas en Estados importantes: Tejas y Ohio.

- 18 de marzo de 2008. Pronuncia un convincente discurso con el que neutraliza los ataques lanzados por su relación con el reverendo Jeremiah Wright, contra las cuerdas por su discurso extremista.

- 3 de junio de 2008. Barack Obama alcanza la cifra de delegados necesaria para garantizarse la candidatura demócrata. Los superdelegados (altos cargos del partido) respetan su victoria y también se decantan mayoritariamente por el senador de Illinois.

- 24 de julio de 2008. Culmina una gira por Europa con un discurso en Berlín, ante unas 200.000 personas.

- 23 de agosto de 2008. Obama elige a Joseph Biden como candidato a la vicepresidencia.

- 28 de agosto de 2008. Acepta oficialmente la investidura demócrata ante 75.000 personas en el estadio de Denver, en el cierre de la convención del partido.

- 26 de septiembre, 7 y 15 de octubre. Los sondeos le dan como ganador en los debates con McCain. Su ventaja sobre el adversario empieza a tomar cuerpo.

- 19 de octubre. El ex secretario de Estado republicano Colin Powell anuncia su respaldo a la candidatura de Obama, al que reconoce la "habilidad de inspirar" a los ciudadanos.

- 30 de octubre. La excelente recaudación de fondos de la campaña permite al candidato demócrata comprar 30 minutos de espacio publicitario en las principales cadenas de televisión de Estados Unidos. Más de 33 millones de espectadores siguen el anuncio.