eJOURNAL USA

Temas *de la* Democracia

OCTUBRE DE 2004

GUÍA ELECTORAL DE *2004*

OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS

TEMAS DE LA DEMOCRACIA

Editor.....Leslie C. High
Editores asociados.....Rebecca Ford Mitchell
Rosalie Targonski
Alexandra Abboud
Carrie Lee
Consulta/Investigación.....Anita Green
Lorna Dodt
Directora de arte.....Chloe Ellis
Diseño de portada.....Min Yao
Editor de fotografía.....John Wicart

Directora.....Judith S. Siegel
Director ejecutivo.....Guy E. Olson
Gerente de producción.....Christian Larson
Gerente de producción adjunta.....Sylvia Scott

Junta Editorial

George Clack Kathleen R. Davis Francis B. Ward

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos ofrece productos y servicios que explican al público del extranjero las políticas estadounidenses. La oficina publica cinco periódicos electrónicos que analizan los principales temas que encaran Estados Unidos y la comunidad internacional. Los periódicos — *Perspectivas Económicas, Cuestiones Mundiales, Temas de la Democracia, Agenda de la Política Exterior de Estados Unidos* y *Sociedad y Valores Estadounidenses* — ofrecen declaraciones de política estadounidense junto con análisis, comentarios e información de antecedentes en sus respectivas áreas temáticas.

Todos los periódicos aparecen en versiones en español, francés, inglés y portugués; algunos temas selectos aparecen también en árabe y ruso. Los periódicos en inglés se publican aproximadamente cada mes. Las traducciones se publican generalmente de dos a cuatro semanas después de la versión original en inglés.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en la Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae enteramente en los proveedores. Los artículos pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que haya restricciones específicas de derechos de autor. El uso de fotografías debe ser autorizado por las fuentes correspondientes.

Los números actuales o atrasados de los periódicos electrónicos y la lista de los próximos periódicos pueden encontrarse en la página de la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos en la World Wide Web: http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm.

También están disponibles en varios formatos electrónicos para facilitar su lectura en pantalla, transferencia, descarga e impresión. Agradecemos hacer cualquier comentario que se desee en la oficina local de la embajada de Estados Unidos (att. Sección Diplomacia Pública), o en las oficinas editoriales:

Editor, eJournal USA: *Issues of Democarcy*
IIP/T/DHR
U.S. Department of State
301 4th St. S.W.
Washington, D.C. 20547
United States of America
E-mail: ejdemos@state.gov

Guía electoral de 2004

Estados Unidos se halla en medio de una nueva temporada electoral y los candidatos recorren todo el país. Los carteles se exhiben en los patios delanteros de las casas y adornan los parachoques de los automóviles. Los voluntarios se presentan en las tiendas de comestibles y estaciones de ferrocarril para instar al público a registrarse en el último minuto. Cada vez son más frecuentes las conversaciones serias, a veces acaloradas, sobre cual es el candidato que pueda conducir al país por mejor sendero.

La mayor parte de los estadounidenses siguen las peripecias de la campaña electoral presidencial por los periódicos, las noticias vespertinas de la televisión, su programa favorito de radio o por un sitio en la Internet. Relativamente son pocos los ciudadanos que tienen la experiencia de conocer a los candidatos, a menos que vivan en un estado arduamente disputado, de esos considerados como campos de batalla . Quienes lo hacen, en particular donde hay grandes concentraciones de votantes indecisos, pueden tener varias oportunidades de ver a los candidatos durante la temporada electoral. Quienes viven en comunidades que consistentemente votan por los Republicanos o los Demócratas es probable que no vean a ninguno de los candidatos de los partidos.

La campaña de elecciones presidenciales de 2004 no es una excepción a esa norma. A medida que se acerca el 2 de noviembre, fecha de las elecciones, se intensifica el alud de información mediática y los candidatos se esfuerzan por resaltar sus diferencias en torno a las cuestiones de interés. El presidente George Bush y el senador John Kerry están viajando por todo el país y dirigiéndose a muchedumbres de posibles seguidores, en particular en los estados más disputados, como Pennsylvania, Ohio y Nuevo México. Los dos candidatos programaron tres debates para ser transmitidos por televisión en toda la nación para plantear con más claridad las cuestiones de interés para los votantes. Lo que más parece preocupar a los estadounidenses en las elecciones de 2004, según las encuestas de opinión, es el tema de la seguridad y la situación de la economía nacional, sobre todo lo relacionado con puestos de trabajo.

En esta revista se presenta un amplio panorama de las elecciones, las fuerzas influyentes en acción, las posiciones de los dos partidos principales, y los procedimientos de voto en Estados Unidos. En la primera sección se examinan seis importantes factores que influyen en las elecciones: la necesidad de lograr apoyo en suficientes estados para ganar en el Colegio Electoral, los diversos grupos étnicos y demográficos de electores, la importancia de las elecciones para el Senado y la Cámara de Representantes, las cambiantes normas que rigen el financiamiento de las campañas, el papel de los medios de información y la publicidad política y el impacto de los candidatos de terceros partidos. Cada segmento presenta información general con el comentario de un experto que explica cómo se desarrolla el temario en la campaña de 2004.

En la segunda sección se comparan los programas electorales de los partidos Republicano y Demócrata, que presentan sus posiciones oficiales respecto a una serie de cuestiones de política. Dos activistas políticos, uno de cada partido, presentan información general sobre la posición de sus respectivos partidos en varios temas clave. Por último, se comparan ambos programas, uno al lado del otro.

En la última sección se examinan algo de la mecánica de las elecciones en Estados Unidos, incluyendo al Colegio Electoral, los centros de votación, las máquinas para votar y las boletas de votación.

A los estadounidenses les gusta discutir sobre su sistema electoral: si se debe eliminar el Colegio Electoral, cómo controlar la cantidad de dinero que se gasta en las campañas, qué máquinas para votar son de uso más fácil para los electores. Cada ciclo electoral lleva consigo sus propios reclamos, ajustes y reformas. Y las discusiones empiezan en torno a cómo proceder la próxima vez. Sin embargo, el sistema electoral ha servido al país durante más de 200 años en la transferencia pacífica del poder presidencial y sigue siendo un modelo de democracia estadounidense en acción.

—Los editores

Temas *de la* Democracia

Departamento de Estado de Estados Unidos Octubre de Volumen 9 Número 3
http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm

CONTENIDO

Guía electoral de 2004

Qué se juega

4 ***Ganar en los estados***

Dado que el presidente y el vicepresidente son seleccionados por voto del Colegio Electoral en cada estado, en que el ganador se lleva todo, y no por el voto nacional popular, los candidatos se empeñan en ganar las competencias en estados estratégicos.

Comentario experto: Charlie Cook, director y gerente de la publicación Cook Political Report

7 ***Electorado dividido***

Las encuestas indican que los votantes estadounidenses apoyan a los principales candidatos presidenciales casi en cifras iguales. La pequeña cantidad de indecisos, o los votantes "oscilantes" pueden ser decisivos en el resultado de la elección.

Comentario experto: John Zogby, presidente y oficial ejecutivo en jefe, Zogby International

10 ***Elecciones para el Congreso***

El control del Congreso es importante para la agenda legislativa de un partido. Este año hay una diversidad de arduas competencias para el Senado y la Cámara de Representantes.

Comentario experto: Thomas E. Mann, W. Catedra Averell Harriman y miembro de número en The Brookings Institution

14 ***Financiamiento de las campañas***

La llamada Ley McCain-Feingold prohíbe el dinero "suave", pero la aparición de "527 comités" es una salida favorable a los grandes contribuyentes.

Comentario experto: Jan Baran, Asociado, Wiley, Rein & Fielding LLP, Washington, D.C.

17 ***Medios de comunicación***

Los votantes de Estados Unidos obtienen en los medios masivos de comunicación la mayor parte de su información sobre los candidatos y sus posiciones. La calidad de la cobertura de la campaña y el tono de la publicidad política son factores importantes en la elección.

Comentario experto: Montague Kern, profesor asociado en el Departamento de Periodismo y Estudios de Medios de Comunicación, Universidad de Rutgers

21 ***Terceros Partidos***

A pesar del dominio de los partidos Republicano y Demócrata, con frecuencia los terceros partidos afectan el resultado de las elecciones en Estados Unidos. Ralph Nader es en 2004 el único candidato

de un tercer partido, y puede tener un impacto considerable.

Comentario experto: L. Sandy Maisel, William R. Kenan, Jr., profesor de Gobierno, Colby College

Dónde se ubican

25 ***Plataformas programáticas***

Además con el encanto personal y la afiliación personal de un candidato, la posición del partido en los diversos temas son los factores decisivos para los votantes. Aquí una comparación de los fragmentos del programa de los dos principales partidos en cuestiones con un comentario de cada una por dos experimentados activistas partidarios.

Comentario experto: Tucker Eskew, Republicano, ex-vice secretario del Presidente en la Oficina de Comunicaciones de la Casa Blanca y presidente de Eskew Strategies, y Marc Ginsberg, Demócrata, ex-embajador de Estados Unidos en Marruecos y director general, ejecutivo principal de Northstar Equity Group.

28 ***Fragmentos de los programas***

Un cuadro con los fragmentos de sus programas revela dónde se ubican los Republicanos y los Demócratas en los temas principales.

30 ***Debatir los temas***

Los debates televisados entre los candidatos se han convertido en unos de los acontecimientos más esperados e influyentes en la campaña presidencial.

Cómo se hace

31 ***Dia de la votación***

Cómo proceden los estadounidenses en las urnas.

32 ***Tecnología para votar***

La manera en que los estadounidenses emiten su voto está cambiando.

34 ***Boletas***

No sólo los nombres de los candidatos aparecen en una boleta estadounidense.

35 ***Colegio Electoral***

Cómo el Colegio Electoral elige al presidente y al vicepresidente.

36 ***Bibliografía (en inglés)***

38 ***Recursos en la Internet (en inglés)***

Ganar en los estados

La campaña por la presidencia se concentra más intensamente en algunos estados que en otros debido a que la Constitución de Estados Unidos establece el uso del Colegio Electoral en lugar del voto popular directo. Este artículo explica cómo funciona este sistema y luego el comentario siguiente, por Charlie Cook, examina las cifras en las elecciones de este año. Cook es director y propietario del informativo Cook Political Report.

El día de las elecciones los estadounidenses marcan en su boleta en favor de su candidato presidencial favoritos están, en realidad, votando por un grupo de electores estatales. Estos electores están comprometidos a votar por ese candidato en el Colegio Electoral, entidad compuesta por representantes que realmente es la que elige al presidente y al vicepresidente.

Establecido en los primeros días de la república, el Colegio Electoral actualmente tiene 538 miembros. Cada estado está representado por electores en cifra igual a la de senadores y representantes que representan al estado en el Congreso nacional. El Distrito de Columbia, que no tiene derecho al voto en el Congreso, cuenta sin embargo con tres votos electorales. El candidato que gana la presidencia es el que recibe la mayoría absoluta (por lo menos 270) de los votos electorales.

De acuerdo a este sistema electoral, es posible alcanzar la presidencia sin ganar el voto popular. Fue lo que sucedió recientemente en 2000, aunque también ocurrió otras tres veces en la historia de Estados Unidos. Esta anomalía ocurre porque casi todos los estados usan el sistema del "ganador se queda con todo", de modo que el candidato que gana el voto popular en un estado cuenta con todos los electores de ese estado en el Colegio Electoral. Las únicas excepciones son los estados de Maine y Nebraska, donde se escogen dos electores por voto popular en todo el estado y el resto por voto popular dentro de cada distrito congresional.

Por consiguiente, los partidos políticos deben considerar cada estado un certamen político diferente, teniendo en cuenta que no es el total nacional de los votos lo que cuenta, sino cuantos votos electorales que tenga un candidato, lo que determinará quien llega a la Casa Blanca. Los candidatos deben realizar tanto la campaña nacional, en la cual sus mensajes son difundidos por los

Arriba: El presidente George Bush saluda a sus partidarios en un acto de su campaña electoral, el 6 de agosto, en Stratham, New Hampshire. (AP Photo/Charles Dharapak)

Partidarios reciben al senador John Kerry en una concentración del 21 de septiembre en Orlando, Florida. (AP Photo/Peter Cosgrove)

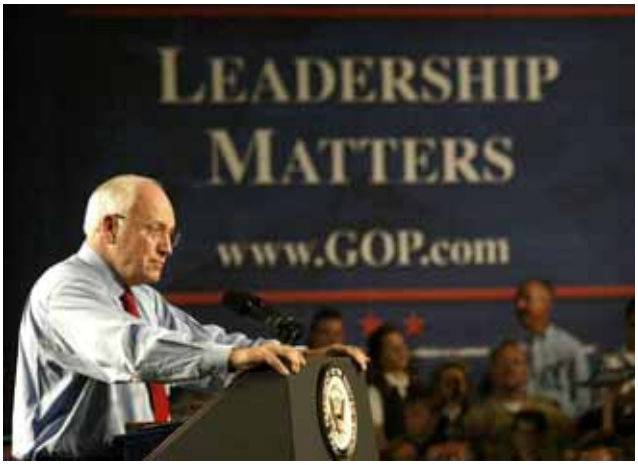
medios de comunicación masivo, como una campaña más precisa en los estados abordando cuestiones e inquietudes locales y regionales.

Muchos estados, en virtud a su composición demográfica o económica, posiblemente vayan a favorecer a determinado candidato o partido. En años recientes se ha discutido ampliamente el tema de los denominados estados rojos y estados azules, es decir los estados que tienden a votar por mayoría por los Republicanos (rojos) o por los Demócratas (azules). Los mapas que ilustran estas diferencias muestran que la mayoría a los estados azules en las costas y la mayoría de los estados rojos en el sur y centro del país. Aquellos estados que son demasiado difíciles de predecir, denominados estados campo de batalla o estados oscilantes, tienden a concitar muchos de los recursos de ambas campañas.

Los estados campo de batalla, donde los candidatos compiten por una pequeña diferencia en el porcentaje en relación al otro, pueden cambiar de una elección a otra e incluso dentro de una misma temporada electoral. En general los expertos consideran que en 2004 hay 10 estados campos de batalla: Florida, Ohio y Pensilvania, Iowa, Minnesota, Nueva Hampshire, Nuevo México, Oregon, Virginia Occidental y Wisonsin. En total estos diez estados representan 116 de los 270 votos electores que se requieren para ganar.

Los estrategas de las campañas deben calcular el tiempo y los fondos que necesita dedicar un candidato a un estado determinado para tener la mayor posibilidad de ganar. Durante la campaña de 2004 el presidente George Bush y el senador John Kerry han realizado varias visitas a los estados denominados campos de batalla como Pensilvania y Ohio. Además de los candidatos presidenciales, los candidatos a la vicepresidencia, miembros de sus familias y otros representantes, como políticos locales populares, han pronunciado discursos en nombre de las campañas en varios estados.

En un certamen reñido la concurrencia de los votantes a las urnas es decisiva, y ambas campañas organizan actividades para identificar a los partidarios y llevarlos a las urnas el día de la elección o para que voten en ausencia por anticipado enviando por correo las papeletas. Los dos partidos tienen también programas dinámicos para registrar votantes, especialmente en las comunidades con mayor probabilidad de favorecer a su candidato.



Influencia del Colegio Electoral

Comentario por Charlie Cook

Si Estados Unidos tuviera una gran elección nacional en la que el ganador del voto popular fuera el presidente elegido, los candidatos concentrarían todas las actividades de sus campañas en las ciudades principales, sin realizar campañas realmente nacionales, ignorando completamente a los estados más pequeños.

El actual sistema del Colegio Electoral fue establecido para crear 51 (50 estados más el Distrito de Columbia) certámenes separados, con los estados campo de batalla tan diversos en esta elección como Nueva Hampshire en el nordeste, Nuevo México y Nevada en el sudoeste y la Florida en el sudeste (tres estados con una considerable población hispana), estados industriales como Pensilvania y Ohio, así como estados más diversos con grandes poblaciones agrícolas, como ser Iowa, Minnesota y Wisconsin.

Este sistema también obliga a los candidatos a realizar campañas más al "detalle", con visitas a ciudades y pueblos bastante pequeños, que no sería el caso en absoluto si se tratara de una elección nacional. El sistema hace que las campañas no sean puramente un asunto de la televisión y obliga a la interacción con los votantes en escenarios más pequeños.

Arriba: El vicepresidente Dick Cheney habla ante una concentración del 20 de septiembre en Grove City, Ohio. (AP Photo/Jay Laprete)

Situación actual en la contienda

Actualmente hay 24 estados, con un total de 208 votos electorales, considerados como pilares sólidos en el campo del presidente George Bush. Ellos son Alabama (9), Alaska (3), Arizona (10), Arkansas (6), Georgia (15), Idaho (4), Indiana (11), Kansas (6), Kentucky (8), Luisiana (9), Mississippi (6), Missouri (11), Montana (3), Nebraska (5), Carolina del Norte (15), Dakota del Norte (3), Oklahoma (7), Carolina del Sur (8), Dakota del Sur (3), Tennessee (11), Texas (34), Virginia (13), Utah (5) y Wyoming (3).

Hay 13 estados que posiblemente, casi seguro, voten por el senador John Kerry, con un total de 179 votos electorales. Ellos son California (55), Connecticut (7), Distrito de Columbia (3), Delaware (3), Hawaii (4), Illinois (21), Maryland (10), Massachusetts (12), Nueva Jersey (15), Nueva York (31), Rhode Island (4), Vermont (3) y Washington (11).

Actualmente hay tres estados que se inclinan hacia Kerry, que tienen 28 votos electorales: Maine (4), Michigan (17) y Oregon (7).

De los 50 estados y el Distrito de Columbia que votan el 2 de noviembre, hay 11 estados, con un total de 123 votos electorales, que son demasiado reñidos para hacer una predicción. Ellos son Colorado (9), Florida (27), Iowa (7), Minnesota (10), Nevada (5), Nueva Hampshire (4), Nuevo México (5), Ohio (20), Pensilvania (21), Virginia Occidental (5) y Wisconsin (10). Un candidato debe tener 270 votos para ganar el Colegio Electoral y por consiguiente, la elección.

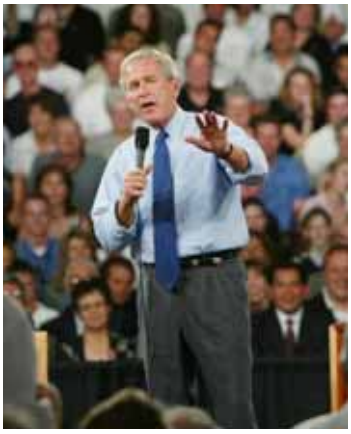
En vísperas del primer debate las encuestas principales indicaban que Bush estaba entre tres y ocho puntos (más probablemente seis puntos) por encima de Kerry en todo el país y con un promedio de cuatro puntos de ventaja en los estados más reñidos. Bush iba adelante por márgenes muy pequeños en siete u ocho de los estados demasiado reñidos como para anticipar los resultados.

Después del primer y segundo debate las nuevas encuestas mostraban a los candidatos empatados, es decir, ninguno de ellos con ventaja clara sobre el otro.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Electorado dividido

Puesto que los votantes estadounidenses están divididos en partes casi iguales entre los dos principales candidatos a presidente, las campañas y la atención de los medios de comunicación se concentran en los votantes indecisos, que pueden volcar el resultado de la elección hacia uno u otro lado. Este artículo expone la composición del electorado; el comentario de John Zogby examina el comportamiento de votación de ciertos grupos. Zogby es presidente y oficial ejecutivo en jefe de Zogby International, firma de sondeos de opinión pública.



Con una población en edad de votar de más de 200 millones de personas, Estados Unidos tiene un electorado variado. En años recientes, los medios de comunicación han dividido el país en estados rojos y azules para mostrar las preferencias de voto en relación con los temas nacionales: rojo para los Republicanos y azul para los Demócratas. Pero esta es una simplificación exagerada del panorama político estadounidense. Por ejemplo, no muestra cuán cerradas pueden ser las competencias políticas dentro de esos estados. Aunque el candidato ganador generalmente recibe todos los votos electorales del estado, cerca de la mitad de los votos en cualquier estado, rojo o azul, pueden haber votado por el oponente. En las elecciones del 2000, hubo 14 estados en los cuales menos de cinco puntos porcentuales separaron a los candidatos ganador y perdedor. Un pequeño giro en los votos de un estado donde los votantes están casi igualmente divididos puede, entonces, cambiar el resultado de una elección.

Las campañas de los partidos políticos concentran sus esfuerzos en dos grupos de votantes: aquellos que ya los apoyan — la "base" del partido — y aquellos a quienes se puede persuadir de que las apoyen, o sea el "voto oscilante".

Ambos partidos llevan a cabo sondeos para identificar qué votantes pueden ganarse para su lado en la boleta. Durante toda la campaña, los encuestadores buscan información sobre los estilos de vida de los votantes, su actitud en relación con distintos temas y el candidato que prefieren para presidente. Las campañas usan esta información para planear estrategias a fin de llegar hasta los votantes indecisos e independientes; los medios de comunicación usan los datos para presentar un cuadro de cómo transcurre la carrera por la Casa Blanca, y pronosticar el ganador.

Arriba: El presidente Bush responde a preguntas de los votantes en una sesión de "Preguntas al presidente Bush", el 11 de agosto, en Albuquerque, Nuevo México. (AP Photo/Pablo Martinez Monsivais)

El senador Kerry saluda a sus partidarios en un acto realizado en Santa Fé, Nuevo México, el 11 de octubre. (AP Photo/Gerald Herbert)

Los expertos coinciden en que la influencia más fuerte en el comportamiento del votante es la identificación partidista. Actualmente los votantes estadounidenses se identifican a sí mismos en partes casi iguales como Republicanos, Demócratas o Independientes no afiliados a ninguno de los partidos principales. Aunque ciertos estudios sugieren que los independientes tienden a votar constantemente por los candidatos de un partido y no por los del otro, una cantidad de estos votantes tomarán ellos mismos una nueva alineación cuando consideren que en el país o en su comunidad hay problemas serios que no son atendidos adecuadamente. Es la porción del electorado impredecible, alrededor del 10 por ciento de todos los votantes, que los candidatos apuntan más intensamente como objetivo, acomodando sus mensajes de campaña a lo que los encuestadores han determinado que es más probable que resulte persuasivo.

Hay, de hecho, algunas características regionales del votante: los residentes de los estados de la costa del Pacífico y los estados del nordeste tienen a ser más liberales en cuestiones sociales y económicas, en tanto que los del Sur tienden a ser más conservadores; los estados oscilantes tienden a ser aquellos donde hay un equilibrio de zonas rurales y grandes áreas urbanas. Pero, debido a la movilidad de los estadounidenses (cada año cerca de una quinta parte de la población de Estados Unidos se muda de lugar), la llegada de inmigrantes que se convierten en votantes y la influencia de los medios nacionales de comunicación, los patrones de voto cambian entre una y otra elección.

Por ejemplo, luego de la Segunda Guerra Mundial el estado de la Florida era resueltamente conservador y republicano, que sólo en tres ocasiones le dio su voto en el Colegio Electoral a un candidato presidencial demócrata. Pero en la década pasada miles de jubilados se han mudado a ese estado procedentes de ciudades del norte y su población afronorteamericana e hispánica (no cubana) se ha duplicado. Estos grupos apoyan tradicionalmente a candidatos Demócratas y, como lo demostraron las elecciones del 2000, la Florida es ahora un importante estado oscilante.

Si miran más allá de la historia de votación regional, los encuestadores encontrarán indicadores más precisos de cómo un ciudadano depositará su voto, atendiendo a su edad, sexo, nivel educativo, ingresos, etnia y otras características demográficas que afectan las opiniones políticas. Por ejemplo, es más probable que las personas que se identifican como cristianas evangélicas voten por los Republicanos; las mujeres que han cursado la universidad es más probable que sean liberales en cuestiones sociales; es más probable que los varones en buena posición económica sean conservadores en cuestiones económicas.

Arriba: El senador John Edwards (segundo desde la izquierda), candidato vicepresidencial Demócrata, conversa con una familia de McAdenville, Carolina del Norte, durante una visita a ese vecindario el 22 de agosto. (AP Photo/Chuck Burton)

Los bloques de votantes que hay que observar

Comentario de John Zogby

Esta elección — como muchas otras anteriores — la decidirá un puñado de grupos. Es de esperar que los hispánicos, los afronorteamericanos, los católicos, los votantes jóvenes, los votantes rurales y suburbanos, tendrán impacto en la carrera por la Casa Blanca. Agréguese a esto que estos grupos sólo tienen un impacto considerable en los estados considerados campos de batalla y se tendrá una idea de qué grupos tienen la llave del poder en el 2004.

Tres grupos favorecen al demócrata John Kerry sobre el republicano George W. Bush por márgenes abrumadores: los afronorteamericanos, los hispánicos y los jóvenes. Con esos grupos, la competencia real no es conquistarlos, sino llevarlos hasta las urnas — una afluencia elevada de votantes es la clave de una victoria demócrata; una afluencia baja de esos grupos y los republicanos estarán en el poder cuatro años más.

La carrera promete convertirse en una pelea política callejera en 20 estados oscilantes. Allí, los votantes suburbanos forman el verdadero terreno en disputa: entre los suburbanos Bush aventaja a Kerry.

El grupo hispánico será el grupo demográfico más estrechamente vigilado en esta elección. Bush cortejó afanosamente a los hispánicos durante su período. Lo hizo por una buena razón: en el 2000, los hispánicos sobrepasaron a los afronorteamericanos como el grupo minoritario más numeroso en Estados Unidos. Los hispánicos representaron exactamente el 7 por ciento de los votos en el 2000, cifra que se anticipa crecerá en esta elección.

El voto afronorteamericano es determinante para los demócratas. Los afronorteamericanos apoyaron a Gore con un margen de 9 a 1, y apoyarán a Kerry por un margen similar. Una elevada participación electoral afronorteamericana puede volcar la competencia hacia el lado de Kerry en la Florida, Michigan, Missouri, Carolina del Norte, Ohio, Pennsylvania, Tennessee y Virginia.

Los cristianos evangélicos blancos son un electorado clave que favorece al Partido Republicano. Varias posturas de la administración Bush despiertan fuerte apoyo en este grupo. Algunos estrategas republicanos han alegado que los casi cuatro millones de evangélicos blancos que no votaron en las elecciones del 2000 le costaron a Bush el voto popular. Sea o no exacta esa cifra, los Republicanos quieren maximizar la afluencia de evangélicos en la votación del 2004.

Los votantes católicos se han convertido en uno de los grupos que más cambian de uno a otro lado, principalmente porque es un grupo líder que vota de la manera que vota la nación. En el 2000 Gore ganó ahí por dos puntos. Desde entonces Bush ha cortejado al grupo católico, que importa en casi todos los estados oscilantes. A pesar de ser católico, actualmente Kerry va a la zaga de Bush. Sólo en los estados oscilantes de Arkansas, Carolina del Norte, Oregón, Tennessee, Virginia, Washington y Virginia Occidental, los católicos no representan por lo menos una cuarta parte de los votantes.

El voto rural — clave de las victorias del ex presidente Clinton — será un grupo decisivo. Kerry trata de llegar hasta los votantes rurales con mensajes de temas económicos, y muchos votantes rurales viven en áreas duramente golpeadas por la recesión.

Los votantes jóvenes también pueden demostrar ser importantes en esta elección. Han sido objeto de la intensa atención de grupos no partidistas como "Rock the Vote" (Sacudir el Voto) y de partisanos de la política como el cineasta Michael Moore. En el 2000, Gore superó a Bush por 48 a 46 por ciento, y cuando esto se escribe, Kerry parece tener una sólida ventaja sobre Bush.

Nada de esto significa que un repunte tardío de un candidato, o la aparición de una tendencia inesperada, no vaya a cambiar la tendencia de la competencia; sin embargo, tal como las cosas están hoy, hay que esperar que la estrategia, en los dos campos, para dedicarse a este electorado en los días que faltan hasta el 2 de noviembre.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Elecciones para el Congreso

Cada dos años los estadounidenses eligen a toda la Cámara de Representantes y a un tercio del Senado. Los dos principales partidos políticos buscan cada uno lograr la mayoría de los escaños en ambas cámaras del Congreso, para impulsar con facilidad sus agendas legislativas. Nuestro artículo le pasa una mira al proceso y es seguido de un análisis del experto político Thomas E. Mann, que evalúa las perspectivas de los Republicanos y Demócratas en las elecciones de este año para el Congreso. Mann ocupa la cátedra W. Averell Harriman y miembro de número de The Brookings Institution, con sede en Washington, D.C.

Dado que cada una de las tres ramas del gobierno de Estados Unidos - ejecutiva, legislativa y judicial - tiene igual fuerza en el sistema de "controles y equilibrios" en Estados Unidos, es de vital importancia si Republicanos o Demócratas controlan las cámaras del Congreso.

Aunque el presidente determina la agenda política para el país, el Congreso tiene influencia enorme para determinar si una administración puede cumplir o no con sus metas. Las cámaras del Congreso solas tienen poder para aprobar leyes; aprobar o negar la designación de funcionarios de departamentos del gabinete, embajadores y jueces; supervisar - e investigar - a las agencias del gobierno; ratificar tratados; reglamentar el comercio; controlar los impuestos y gastos; declarar la guerra, y aprobar fondos para las fuerzas militares.

Los términos en que se realiza el debate sobre cualquier tema son controlados por el partido mayoritario en cada cámara del Congreso, porque el partido mayoritario controla el liderazgo y la composición de las diversas comisiones legislativas.

El Partido Republicano ha controlado la Cámara de Representantes desde las elecciones intermedias (mitad del período de cuatro años del presidente) de 1994. Lo mismo ocurre con el Senado, excepto por un período de cinco meses en 2001 cuando el senador James Jeffords de Vermont dejó el Partido Republicano para ser independiente sin afiliación, quitando por lo tanto el control formal de manos Republicanas. Para el demócrata Bill Clinton, que ejerció la presidencia de 1993 a 2001, eso significó tener que adaptar continuamente sus propuestas legislativas para obtener el apoyo del partido de oposición que controlaba el Congreso; para el presidente republicano George W. Bush, eso ha significado que tiene la mano un poco más libre para aplicar su programa.

La totalidad de la Cámara de Representantes, en la cual el tamaño de la delegación de cada estado se determina por su población, está abierta a elección cada dos años. La representación en el Senado, por otra parte, es igual para todos los estados: cada uno tiene dos senadores, elegidos para un período de seis años, y una tercera parte de sus bancas está abierta a elección en cualquier ciclo electoral de dos años. El vicepresidente tiene el voto de desempate en las deliberaciones del Senado.

La redistribución de distritos también es un factor en las elecciones para el Congreso. Debido a que la Cámara de Representantes se basa en la cantidad de población del estado, los distritos congresionales en cada estado generalmente se modifican conforme a la información de población obtenida en el censo de Estados Unidos que se realiza cada 10 años. El partido que tiene la mayoría de las bancas en la legislatura de cada estado en ese momento controla el proceso de redistribución de distritos y con frecuencia usa ese poder para trazar nuevas

líneas de distritos de manera que favorezcan a sus candidatos. Esto se conoce como "gerrymandering", o sea la manipulación en la demarcación de territorios.

Dado que el control del Congreso es tan vital para aplicar la plataforma partidaria, los partidos políticos se concentran en las elecciones de la Cámara de Representantes y del Senado tanto como en los comicios presidenciales, dirigiéndose a los votantes potenciales de los estados "oscilantes" en los comicios para el Congreso o en distritos donde las elecciones son tan reñidas que pueden ser ganadas por cualquier partido. Ambos partidos esperan que su candidato presidencial tendrá "arrastre", la habilidad de atraer a votantes que debido a su entusiasmo por un candidato presidencial votarán también por los candidatos del mismo partido para otros puestos.

En la actualidad, la composición del Senado es de 51 Republicanos, 48 Demócratas y un independiente que tiende a votar con los Demócratas; los Republicanos tienen una mayoría de 229 a 205 sobre los Demócratas, con un independiente, en la Cámara de Representantes de 435 miembros. Incluso un pequeño cambio en esta distribución de bancas en las elecciones generales de 2004 tendrá un gran impacto en la capacidad del próximo presidente para cumplir las promesas en su plan de acción para Estados Unidos.

Arriba: La senadora Republicana Lisa Murkowski (segunda desde la izquierda) y su familia saludan a sus partidarios en Alaska luego de ganar la nominación Republicana para el Senado el 24 de agosto. (AP Photo/Al Grillo)

Las competencias de este año

Comentario por Thomas E. Mann

Las perspectivas del Partido Demócrata de ganar el control mayoritario del Senado y de la Cámara de Representantes dependen ahora de manera importante del desempeño de su candidato presidencial, el senador John Kerry. El aumento de votos por la lista partidaria completa registrado en años recientes significa que las elecciones competitivas para el Congreso pueden inclinarse hacia uno u otro lado dependiendo del desempeño de los candidatos que encabezan la boleta. Un triunfo cómodo de Kerry bien podría brindar el margen de victoria suficiente en varios comicios por bancas del Senado arduamente disputadas para permitir que los Demócratas ganen una mayoría muy estrecha, mientras que una victoria de Bush muy probablemente permitirá a los Republicanos mantener o aumentar su mayoría de 51 bancas. Los Demócratas tienen muchas menos probabilidades de retomar el control de la Cámara de Representantes. Para superar a los Republicanos necesitan conseguir 13 bancas adicionales en la cámara de 435 asientos. Sin embargo, la cantidad de elecciones genuinamente competitivas históricamente pequeño (unas tres docenas de bancas, la mitad actualmente en manos demócratas) significa que probablemente necesitarán un triunfo arrollador de Kerry para conseguir nuevamente la mayoría.

Aparte de la elección presidencial, los Republicanos tienen una ventaja en el Senado porque están defendiendo menos bancas en territorio más hospitalario.

El terreno competitivo en el Senado se limita a 10 de los 34 estados con elecciones en este ciclo, en sólo dos de los cuales los senadores titulares están seriamente amenazados. El líder minoritario Tom Daschle de Dakota del Sur se encuentra en reñida batalla con el ex miembro de la Cámara de Representantes, el republicano John Thune. Y la senadora de Alaska, Lisa Murkowski, designada por su padre el gobernador Frank Murkowski para completar su período incompleto en el Senado, enfrenta un fuerte desafío del ex gobernador demócrata Tony Knowles. Los demócratas deben defender cinco bancas en el sur donde sus titulares han decidido retirarse: Florida, Georgia, Carolina del Sur, Carolina del Norte y Luisiana. El candidato republicano es candidato más fuerte en Georgia; los demócratas tienen candidatos fuertes en los otros cuatro comicios, pero deben competir en terreno partidista en su mayor parte desfavorable. Los Republicanos están defendiendo bancas abiertas en Illinois, Oklahoma y Colorado. El demócrata Barack Obama, quien fue el orador principal en la Convención Demócrata, es el favorito cierto en Illinois, pero las otras elecciones están demasiado reñidas para adelantar un ganador.

En la Cámara de Representantes, las perspectivas republicanas han sido alentadas por varias rondas exitosas de redistribución de distritos, las cuales han reducido agudamente la cantidad de bancas competitivas y dado a los Republicanos ventaja nacional en por lo menos una docena de bancas. La reciente manipulación partidista de mediados de la década en Texas, orquestada por el líder mayoritario en la Cámara de Representantes Tom Delay fue trazada para darles a los Republicanos media docena de bancas adicionales. Si no hay una marea nacional adversa poderosa, puede esperarse que mantengan o aumenten modestamente su mayoría actual.

Si George W. Bush es reelecto probablemente trabajará nuevamente con leve mayoría Republicana en el Senado y en la Cámara de Representantes, suficientes para controlar la agenda pero no para frenar el denominado "filibusterismo", o sean los prolongados discursos obstruccionistas para postergar medidas de legislación en el Senado, o la agitación entre los Republicanos moderados en la Cámara de Representantes. Su ambiciosa agenda para construir una sociedad de propietarios en el país y ampliar la libertad y la democracia alrededor del mundo puede encarar obstáculos formidables en el Capitolio.

Si John Kerry resulta victorioso, probablemente enfrente una Cámara de Representantes y posiblemente también un Senado controlados por Republicanos. Se vería forzado a tratar con los Republicanos en ambas cámaras, lo cual requeriría cambios sustanciales en las propuestas que promete en la campaña. Pero el gobierno dividido entre partidos es más la norma que la excepción en la política estadounidense contemporánea, y la evidencia sugiere que esos gobiernos son más productivos y ponen en vigencia políticas más sostenibles de lo que podría esperarse.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Arriba: John Thune, candidato del Partido Republicano al senado, responde a preguntas durante un debate realizado el 18 de agosto, Carolina del Sur. (AP Photo/Doug Dreyer)

El candidato Demócrata al Senado Barack Obama saluda a la multitud en la Feria Estatal de Illinois en Springfield, el 18 de agosto. (AP photo/Seth Perlman)

Competencias a observar en el Senado

Estados en manos Demócratas: competencias a observar		
ESTADO	**CANDIDATO**	**COMENTARIO**
Florida	Betty Castor (D) Mel Martínez (R)	El decisivo papel de Florida en la elección presidencial del 2000 ha concitado mucha atención y recursos por parte de ambos partidos nacionales.
Luisiana	Chris John (D) John Kennedy (D) Arthur Morrell (D) David Vitter (R)	Competencia con escaño abierto, con desempate para los dos que lleguen al tope si ningún candidato logra más del 50 por ciento del voto.
Carolina del Norte	Erskine Bowles (D) Richard Burr (R)	La candidatura a la vicepresidencia del titular John Edwards deja abierto este escaño.
Dakota del Sur	Tom Daschle (D)* John Thune (R)	Daschle, líder de la minoría en el Senado, único titular Demócrata cuya reelección es incierta, enfrenta un fuerte desafío por parte del ex-congresista Thune.
Otros estados donde un escaño Demócrata está abierto a elección son: Carolina del Sur, Georgia, Washington, California, Wisconsin, Arkansas, Connecticut, Hawaii, Indiana, Maryland, Nevada, Nueva York, Dakota del Norte, Oregon, Vermont		

Estados en manos Republicanas: competencias a observar		
ESTADO	**CANDIDATO**	**COMENTARIO**
Alaska	Tony Knowles (D) Lisa Murkowski (R)*	Murkowski, nombrada en el Senado por su padre, busca la reelección contra del ex-gobernador Knowles.
Colorado	Ken Salazar (D) Pete Coors (R)	El Fiscal Federal Salazar y el magnate cervecero Coors superaron unas primarias difíciles para ser los candidatos del partido.
Illinois	Barack Obama (D) Alan Keyes (R)	Esta histórica competencia, es la primera entre dos candidatos afronorteamericanos en la historia de Estados Unidos.
Oklahoma	Brad Carson (D) Tom Coburn (R)	Tanto el congresista Carson como el excongresista Coburno son experimentados legisladores.
Otro estados en los que un escaño Republicano está abierto a elección son: Kentucky, Missouri, Pennsylvania, Alabama, Arizona, Idaho, Iowa, Kansas, Nueva Hampshire, Ohio, Utah		

* Titular en busca de reelección

Financiamiento de las campañas

Estados Unidos tiene leyes para regular el dinero que se gasta en las campañas electorales federales, sin embargo las preocupación no cesa. Este artículo hace una reseña del financiamiento de las campañas políticas. El abogado Jan Baran analiza los cambios logrados con la Ley Bipartidista de Reforma Electoral de 2002. Baran es socio en el bufete Wiley, Rein & Feingold LLP, con sede en Washington D.C. y en la empresa dirige la Práctica de Leyes Electorales y Etica Gubernamental.

El elevado costo de las campañas políticas en los Estados Unidos es un tema ampliamente discutido. Los esfuerzos hechos para controlar esos costos limitando la cantidad de dinero que un donante puede contribuir y las maneras en que los candidatos y los partidos lo pueden gastar, han tenido un éxito variado.

En 1971, el gobierno estableció un fondo que ofrece a los candidatos presidenciales financiación pública para sus campañas—dinero público que los ciudadanos aportan con contribuciones voluntarias en sus impuestos sobre la renta. El candidato que acepta dinero público debe aceptar un límite en los gastos y tiene prohibido recaudar o gastar cualquier fondo privado una vez que acepta la nominación de su partido. Tanto el presidente Bush como el senador Kerry, como todo candidato presidencial desde que se pusieran a disposición estos fondos en 1976, han optado por utilizar este sistema. Por lo tanto, en la elección general de 2004, ambos están limitados a gastar aproximadamente 76 millones de dólares.

Sin embargo, los Partidos Demócrata y Republicano pueden gastar respectivamente otros 16 millones de dólares en coordinación con sus candidatos y sumas ilimitadas en actividades no coordinadas. Además, los grupos de interés sin fines de lucro pueden también participar en el proceso y publicar anuncios sobre temas particulares que se refieran directamente a las posturas de cada candidato. De esta manera, mismo con los límites impuestos a los gastos, se anticipa que la campaña presidencial de 2004 será la más costosa de la historia. Este año, los expertos estiman que los candidatos, partidos y grupos de interés gastarán unos mil millones de dólares solamente en publicidad.

El debate sobre el financiamiento de las campañas gira alrededor de dos temas principales: primero, la

Arriba: imágenes de los avisos televisivos del presidente Bush (izq.) y del senador Kerry. (AP Photos/Bush-Cheney 2004; Kerry-Edwards 2004)

preocupación de que las grandes contribuciones permitan que las personas y organizaciones acaudaladas tengan acceso a los candidatos—acceso que el ciudadano común no tiene—y que, con ese acceso influyan en la política; y segundo, la creencia de que las contribuciones destinadas a una ideología política en particular representan una forma de libertad de expresión, que está protegida por la Constitución de Estados Unidos.

Un intento realizado en 1974 para reformar la influencia que el dinero ejerce en la política de Estados Unidos resultó en la creación de la Comisión Federal Electoral (FEC), una agencia gubernamental independiente, no partidista. Su misión es supervisar los reglamentos del proceso electoral estadounidense, incluso el uso de los fondos para la elección y la divulgación de los nombres de los principales contribuyentes financieros. La misma ley que estableció a la FEC limitó también la cantidad que una persona puede aportar e hizo que las contribuciones a los candidatos por parte de sindicatos laborales o corporaciones fuesen ilegales.

El resultado fue que los sindicatos, corporaciones y personas acaudaladas reorientaran sus contribuciones hacia los partidos políticos. Esas donaciones, que por ley no pueden ser utilizadas por los candidatos mismos pero pueden ser usadas para propósitos diferentes a la campaña como ser registro de votantes y apoyo a temas, se las conoce como "dinero blando". No hay límites para el dinero blando que una persona o un grupo puede contribuir.

En 2002 el presidente George W. Bush firmó la Ley Bipartidista de Reforma Electoral (BCRA), conocida como Ley McCain-Feingold, con los nombres de quienes la propusieron en el Senado. La ley hizo que fuera ilegal solicitar y utilizar cualquier dinero blando en campañas federales y proscribió la difusión publicitaria de temas de apoyo por grupos ajenos durante las últimas semanas que preceden a una elección federal.

Los grupos de interesados respondieron al gastar sus dólares blandos por medio de 527 comités partidistas y los grupos 501c - los nombres provienen de la sección del código tributario que los describe - que asumieron muchas de las actividades antes atendidas por los partidos políticos, especialmente la difusión de los anuncios de temas de apoyo por los partidarios.

Hace poco los tribunales ordenaron a la FEC aplicar en forma más estricta las disposiciones de la Ley McCain-Feingold, y los reformadores en el Congreso prometieron presentar nueva legislación para hacer que los grupos políticos independientes fuesen más responsables; sin embargo ninguno de estos cambios entrará en vigor a tiempo como para afectar la elección de este año.

La BCRA en la práctica

Comentario de Jan Baran

La elección presidencial de 2004 es la primera que se realiza conforme a la Ley Bipartidista de Reforma Electoral (BCRA), popularmente conocida como "Ley McCain-Feingold". Esta ley cambió las reglas de la financiación de campañas políticas de varias maneras importantes. Primero y antes que nada, prohíbe las donaciones cuantiosas y las donaciones de corporaciones y sindicatos a los partidos políticos nacionales. Estos fondos solían llamarse con frecuencia "dinero blando". En la campaña de 2000, los comités del Partido Republicano y el Partido Demócrata recaudaron y gastaron colectivamente unos 500 millones de dólares en dinero blando.

La segunda disposición importante de la Ley McCain-Feingold aumentó los límites que una persona puede contribuir a los candidatos y partidos políticos. Esta fuente de dinero se llama "dinero duro". Algunos de los límites fueron duplicados en relación a lo que inicialmente eran en 1974. Por ejemplo, la Ley McCain-Feingold aumentó de 1.000 dólares a 2.000 dólares la cantidad que una persona puede donar a un candidato a presidente, senador o representante. Este límite es "por elección", lo que significa que las elecciones primarias y las elecciones generales son tratadas en forma separada y, por lo tanto, un donante puede donar a un candidato hasta 4.000 dólares en el mismo año electoral.

La prohibición del dinero blando y los topes más altos para el dinero duro han afectado profundamente la manera en que se emplea el dinero en las campañas de 2004. Los candidatos descubrieron que podían recaudar considerablemente más dinero que en el pasado. Por ejemplo, el presidente Bush y el senador Kerry batieron el récord en la recaudación de fondos. En 2000, el entonces gobernador Bush recaudó aproximadamente 100 millones de dólares en su campaña para la elección primaria, suma inaudita hasta ese entonces. Conforme a la Ley McCain-Feingold y con el límite aumentado, el comité Bush-Cheney recaudó hasta agosto de 2004 la extraordinaria suma de 260 millones de dólares. Igualmente impresionante es lo logrado por el senador Kerry, quien recaudó más de 230 millones de dólares. Sin embargo, durante la campaña para la elección general, los dos candidatos recibirán y gastarán únicamente el dinero provisto por el Tesoro de Estados Unidos conforme al sistema de financiación pública y no recaudarán ningún dinero privado adicional. Este año los candidatos recibieron 74,62 millones de dólares.

Los comités de los partidos políticos, que también operan dentro de los límites más elevados para el dinero duro, igual han recaudado más dinero durante este ciclo. De hecho, algunos de los comités han recaudado más dinero duro que el dinero duro y blando combinado recaudado en 2000. No obstante, se les prohíbe aceptar dinero blando. ¿A dónde fue a parar ese dinero blando? Muchos observadores arguyen que el dinero de personas acaudaladas, corporaciones y sindicatos es donado ahora a las llamadas organizaciones 527. Estos son grupos que toman su nombre de una disposición en el código tributario que exonera a las organizaciones políticas del pago de impuestos. Una organización 527 puede evitar los límites aplicados al dinero duro y no necesita cumplir con las restricciones legales impuestas a la financiación de campañas federales si no contribuye dinero a los candidatos y limita sus actividades a la "propaganda temática" o a campañas políticas que no son federales. Hasta el momento en el ciclo electoral de 2004, las organizaciones 527 han recaudado unos 300 millones de dólares. Los principales contribuyentes a estos grupos tienden a ser personas. Dos personas han dado más de 27 millones de dólares a organizaciones 527 con el propósito de financiar anuncios que critican al presidente Bush. Se puede obtener información en varios sitios de la Internet sobre las organizaciones 527, entre elloswww.opensecrets.org

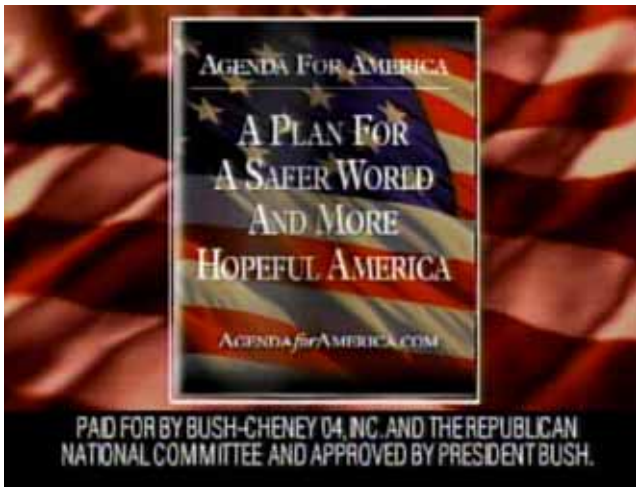
Algunos comités 527 han influido drásticamente en la carrera presidencial. Por ejemplo, el grupo llamado Swiftboat Veterans for Truth auspició anuncios de televisión que atacaron al senador Kerry en lo que respecta a sus actividades en contra de la guerra en Vietnam y pusieron en tela de juicio la base sobre la que se le otorgaron algunos honores militares que había ganado durante su servicio militar. Los anuncios eran polémicos y fueron replicados por la campaña de Kerry. Sin embargo, los anuncios dieron lugar a un debate de una semana sobre el historial del senador en Vietnam y desviaron la atención de otros temas de la campaña.

El auge de las organizaciones 527 ha impulsado a los senadores John McCain y Russ Feingold a pedir más reformas. Presentaron legislación que en efecto prohibiría a las organizaciones 527 utilizar dinero blando. Presentaron también un proyecto de ley para cambiar la composición de la FEC y darle mayores poderes de aplicación de la ley. Aunque la elección de 2004 está todavía por decidirse, es probable que hayan reformas futuras y que la elección de 2008 será regida por una serie diferente de reglamentos de financiamiento para las campañas.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Medios de comunicación

Como en el pasado, los estadounidenses se están informando sobre las campañas políticas a través de los medios de comunicación, con la cobertura de prensa sobre los candidatos y por los anuncios publicitarios por la radio, prensa y televisión. Mientras tanto, la Internet ha empezado a ejercer su propia influencia. En el artículo examina el efecto de los medios de comunicación en los electores y es seguido por un comentario analítico de Montague Kern, profesor asociado del Departamento de Periodismo y Estudios de los Medios de Comunicación de la Universidad Rutgers en New Bruswick, Nueva Jersey.



Sería difícil sobrestimar la importancia de los medios de comunicación en el proceso electoral en Estados Unidos. Las redes nacionales de televisión cubren 99 por ciento de los hogares del país, lo que las pone en contacto con la totalidad del espectro socioeconómico. Las estaciones de noticias por cable, los programas de entrevistas en radio y televisión, los periódicos y las revistas de noticias y la Internet ofrecen a los electores información sobre los candidatos. El contenido y acento de su cobertura son algunos de los factores más poderosos para determinar cómo los electores perciben a los candidatos y las cuestiones de interés..

Los estudios han demostrado que la radio y la televisión dedican la mayor parte de sus reportajes sobre las elecciones a la competencia entre los candidatos, en lugar de explicar las cuestiones de interés y la posición de los candidatos frente a ellas. Decididos a ganar audiencia, los locutores prefieren los momentos dramáticos que destacan los errores que comenten los candidatos, los ataques contra los oponentes o la posibilidad de escándalos o problemas.

Aun cuando los medios de comunicación cubren noticias sobre la campaña, los candidatos no suelen disponer de mucho tiempo directo en las ondas. Un estudio académico de la cobertura sobre la campaña presidencial de 2000 por los principales medios de comunicación reveló que 74 por ciento del tiempo hablaban los reporteros, la audiencia solamente escuchó la voz de los candidatos 12 por ciento del tiempo y, cuando la hicieron, el comentario sonoro duraba por término medio sólo 7,8 segundos.

Para establecer una comunicación más directa con los votantes, los candidatos compran tiempo para difundir anuncios en la radio y la televisión. En las elecciones presidenciales de 2000, los candidatos de los dos partidos principales gastaron 285 millones de dólares, de los cuales casi 60% se dedicó a publicidad. El elevado costo de

llegar a los electores exige a las campañas concentrar sus anuncios en zonas donde creen que tienen una oportunidad de influir en la opinión en quienes todavía están indecisos, lo que resulta en que los residentes de algunas regiones son bombardeados con anuncios políticos, mientras que otros están escasamente expuestos a ellos.

Las elecciones de 2004 son las primeras en las que la Internet se utiliza con éxito para hacer campaña electoral y recaudar fondos. El ex aspirante a candidato presidencial Howard Dean, gobernador del pequeño estado de Vermont, utilizó su sitio en la Web para establecer una red de miles de entusiastas voluntarios. Antes de renunciar a la competencia, Dean recaudó más dinero que sus rivales en las primarias Demócratas y recibió elogios de los medios de comunicación por demostrar el poder político de la Internet.

Los otros contendientes siguieron el ejemplo de Dean e hicieron buen uso de la Internet. El presidente Bush (www.georgewbush.com) y el senador Kerry (www.johnkerry.com) han establecido sitios en la web donde impulsan sus programas y tratan de rebatir los mensajes transmitidos por la campaña rival.

Los candidatos también tratan de generar noticias que difundan los medios de comunicación. Estas noticias pueden ser algo tan importante como el anuncio de un nuevo plan sobre una cuestión de interés para el electorado o tan trivial como hacer acto de presencia en un lugar simbólico. En este aspecto, el presidente titular que busca su reelección tiene una ventaja, porque lo que haga el presidente siempre es noticia, bien sea la ceremonia para la firma de una ley, una reunión con un jefe de estado extranjero o la visita a una zona devastada por alguna catástrofe natural.

Los estudios académicos indican que la mayoría de los votantes tiende a buscar y dar crédito a la información que confirme sus propias creencias. Sintoniza con las emisoras que presentan un punto de vista político similar al suyo. Dos terceras partes del electorado, cifra que coincide con el número de votantes que se identifica con un partido determinado, admiten que han llegado a una decisión incluso antes de que comience la campaña.

El porcentaje relativamente pequeño de los llamados votantes oscilantes, todavía indecisos, son aquéllos sobre los que tienen más efecto la cobertura de los medios de comunicación y los anuncios publicitarios de la campaña. No obstante, las estrategias de comunicación de la campaña no están enteramente diseñadas para llegar al voto oscilante. A los partidos también les interesa mantener el firme apoyo de sus seguidores tradicionales, conocidos como la base y hace una campaña nacional informativa como las dirigidas a públicos regionales.

En años recientes, ha surgido una controversia por el uso por los informadores de las encuestas en boca de urna, con la práctica de preguntar a los electores que salen de las cabinas cómo han votado y luego usar esta información, a menudo basada en porcentajes muy pequeños, para pronosticar un ganador. Si bien estas encuestas han demostrado ser, en general, bastante acertadas, los estados de la costa occidental, donde los centros de votación cierran horas después que los de la costa este, se quejan de que las predicciones tempranas influyen en quienes todavía no han emitido su voto.

Un aviso de televisión, divulgado el 20 de septiembre, se refiere a las posturas del presidente Bush en relación al terrorismo.
(AP Photo/Bush-Cheney 2004)
El presidente Bush distribuye agua entre las víctimas del huracán en Fort Pierce, Florida,
el 8 de septiembre. (AP Photo/Charles Dharapak)
Un aviso de televisión utiliza imágenes del senador Kerry, durante la guerra del Vietnam, para contrarrestar versiones de que mintió sobre sus antecedentes de servicio.
(AP Photo/Kerry-Edwards 2004)
El senador Kerry hace declaraciones a la prensa al llegar a Erlanger, Kentucky, el 7 de septiembre. (AP Photo/Gerald Herbert)

Por último, en 2004, otro medio de comunicación, al que no se suele relacionar con las campañas políticas, entró en la lid: las películas de cine. Una película completa, de estilo documental, estrenada en junio criticó las decisiones de la administración de Bush después de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. En septiembre, otra película, para contrarrestar esos argumentos, se estrenó en las salas de cine de Estados Unidos. Todavía queda por ver si este tipo de películas se repetirá en elecciones futuras, pero este año decididamente fueron parte de la combinación de medios de comunicación.

La publicidad y las encuestas como noticias

Comentario de Montague Kern

La publicidad política juega un papel importante en las elecciones en Estados Unidos. La investigación ha confirmado que los anuncios son cuatro veces más eficaces que las noticias como fuente de información de los votantes. Los llamados anuncios de ataque tienen un papel de especial importancia en las elecciones, ya que aparecen con más frecuencia en las noticias que los anuncios positivos y estimulan el conflicto, que también se considera importante como noticia.

Sin embargo, en las primarias presidenciales demócratas de 2004, los candidatos se mostraron reacios a atacar personalmente a sus contrincantes. Howard Dean fue el único candidato en publicar anuncios de "mensaje directo". Con la mirada clavada en los ojos de los votantes, criticaba la guerra de Iraq, al presidente George W. Bush y a los otros candidatos demócratas. Los anuncios negativos nunca han disfrutado del favor del público, pero los electores les prestan atención. Los anuncios pueden decidir el programa de la campaña e influir en los votantes, en particular cuando no hay militancia, experiencia o conocimiento político previo.

Howard Dean desafío a los medios de comunicación tradicionales. fue el primero en dirigir una campaña en la Internet, en un intento de llegar directamente a los electores. En principio, la prensa y muchos investigadores pensaron que la emergencia de la Internet beneficiaría principalmente a liberales como Dean. Esta predicción no se ha confirmado con la marcha de la campaña. Conservadores y republicanos están igualmente presentes, si no más, en el nuevo medio de comunicación. Los "influyentes" en la Internet, (nombre acuñado después de las encuestas sobre su demografía) han obligado a la prensa a prestar atención, más recientemente con respecto a una noticia que se transmitió a mediados de septiembre. Una importante cadena de televisión había difundido documentos relativos al Servicio Guardia Nacional y el presidente George W. Bush, al que presentaban bajo una luz desfavorable. Algunas personas que publican diarios personales (llamados "blogs", contracción de "web" y "logs" o registros en inglés) en la Internet, inmediatamente impugnaron la autenticidad de los documentos. Investigaciones posteriores demostraron, casi

con certeza, que habían sido falsificados. La cadena reconoció que no había examinado con suficiente minuciosidad los documentos y presentó sus excusas al público por no haberse atenido a normas periodísticas aceptadas.

Durante las primarias los anuncios más tradicionales, pero positivos, de la campaña de Kerry se coordinaron con actos sobre el terreno, enfocados exclusivamente en Iowa. Los anuncios de Kerry, que tuvieron poca atención, eran de buena calidad, pero la prensa nacional casi los ignoró. Por consiguiente, Kerry salió de las primarias como alguien desconocido, cuya persona cobraba vida con los reportajes de prensa que se concentraban en su falta de agresividad para atacar al presidente y su carencia de arrastre en los sondeos de opinión pública.

Los medios de comunicación también atacaron la caracterización por la campaña de Bush de Kerry era un "flip flopper", o sea una veleta, alguien que con frecuencia cambia su posición. Los comentaristas señalaron que Kerry no respondió a los anuncios que ponían en tela de juicio sus antecedentes. Aunque todavía se está estudiando el efecto de los anuncios, es obvio que uno de ellos tuvo un gran efecto gracias a su proliferación en la Internet y las redes de noticias por cable, pese a las dudas sobre su veracidad. El anuncio afirmaba que John Kerry no merecía las medallas al valor que había recibido durante su servicio en la guerra de Vietnam.

Ese anuncio, como otros tantos publicados en la campaña de este año, han sido diseñados y financiados por grupos de apoyo independientes y no por los organizadores de la campaña de Bush o Kerry. Otros ejemplos dignos de mención son el anuncio publicado por el Progress for America Voter Fund, que utiliza elementos visuales para relacionar a John Kerry con Osama Bin Laden, y "Polygraph", de Moveon.org , que atacaba la veracidad de George Bush durante la preparación de la guerra de Iraq.

Otro aspecto importante en relación con los medios de comunicación y la política, este año, es que las campañas políticas están impugnando los resultados de los sondeos de opinión realizados por organizaciones de prensa que dan pábulo a las noticias que se difunden todos los días. La crítica proviene tanto de izquierda como de derecha. Según el Wall Street Journal, en artículos publicados en septiembre, las campañas están impugnando la forma en que los encuestadores políticos escogen sus muestras de electores. En los sondeos sólo se tiene en cuenta a los electores registrados, por lo que no incluye el punto de vista de los electores no registrados y, por tanto, se pasa por alto a casi la mitad de la población de los Estados Unidos, que no se ha registrado y, de hecho, no ha votado, en las últimas elecciones presidenciales.

Ese año, sin embargo, es probable que aumente considerablemente la cifra de personas que acudan a las urnas, gracias a los esfuerzos desplegados para registrar a los votantes. Y en las elecciones es el votante, y no los anuncios políticos ni la cobertura de prensa, el que decide quién será presidente de Estados Unidos.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Terceros Partidos

Aunque un candidato de un tercer partido no ha ganado aún una elección presidencial en Estados Unidos, algunos de ellos han tenido influencia importante en los resultados. Este artículo pasa revista a los obstáculos que enfrentan los terceros partidos y el comentario de L. Sandy Maisel examina el caso de Ralph Nader, candidato de un tercer partido. Maisel es titular de la cátedra de gobierno William R. Kenan, Jr. en el Colegio Universitario Colby, en Waterville, Maine.

Aunque los republicanos y los demócratas dominan el panorama político de Estados Unidos, los terceros partidos tienen un historial largo y activo en influir en las elecciones presidenciales del país. En las elecciones del 2000, candidatos de otros 12 partidos aparecieron en las boletas de algunos o de todos los estados. En las próximas elecciones hay otra vez candidatos de 12 terceros partidos en pugna. Algunos, como los "partidos de la prohibición" (principalmente contra la venta de bebidas alcohólicas) y varios grupos socialistas, apenas consiguieron suficientes firmas de apoyo de votantes para calificar en los comicios en unos pocos estados. Otros, en cambio, están en las boletas en más de la mitad de los 50 estados; el Partido Verde, grupo interesado en el medio ambiente (28); el Partido de la Constitución, un grupo cristiano fundamentalista (38); el Partido Libertario, un grupo fiscalmente conservador y socialmente liberal (49), y el Partido Reformista/Independiente que apoya la candidatura de Ralph Nader, un grupo reformista liberal (37 con calificaciones para varios estados adicionales bajo revisión judicial).

Para los terceros partidos es extremadamente difícil montar un desafío creíble contra los candidatos Republicanos y Demócratas. El proceso en el Colegio Electoral y los procedimientos para entrar en la boleta, participar en los debates y recibir fondos del gobierno para la campaña favorecen a los partidos establecidos.

Además, los terceros partidos rara vez tienen en los estados grandes organizaciones comparables a las de los partidos principales; tienen menos experiencia en realizar campañas y consiguen menos cobertura informativa de la prensa. Puesto que no están en el poder y son menos conocidos, les resulta más difícil recaudar dinero y, dadas las grandes sumas que se necesitan para competir en los comicios nacionales en Estados Unidos, tienen que dedicar más tiempo a recaudar contribuciones que a hacer campaña a favor de sus temas. No obstante, algunos candidatos de terceros partidos tienen éxito a nivel local y estatal, y ha habido representantes de partidos independientes en el Congreso.

No obstante, los terceros partidos pueden lograr resultados dramáticos. Sus candidatos pueden ser "arruinadores": en una elección reñida, pueden quitarles suficientes votos a un candidato de un partido principal y hacerle perder el voto popular en un estado, y por lo tanto sus votos del Colegio Electoral y por ende la presidencia. Esto ha ocurrido varias veces en la historia de Estados Unidos. En 1912 la candidatura de tercer partido del ex presidente Teddy Roosevelt obtuvo más del 27 por ciento del voto y dividió el voto Republicano, permitiendo que el Demócrata Woodrow Wilson ganara la presidencia. En épocas más recientes, George Wallace en 1968 y Ross Perot en 1992 arrebataron porcentajes importantes de votantes a ambos partidos principales en las elecciones generales. Muchos consideran que la campaña de Nader en el 2000 le quitó suficientes votos (2,8 millones) del candidato Demócrata Al Gore que perdió la elección en el Colegio Electoral ante George W. Bush. Por esa razón, la repetición de su candidatura en las elecciones del 2004 ha sido vigilada estrechamente por los partidos principales.

La candidatura de Nader

Comentario por L. Sandy Maisel

El contexto lo es todo en la política estadounidense. Los candidatos de terceros partidos lo saben mejor que nadie y comprenden que en esta elección el contexto tiene una cantidad de facetas diferentes. Me concentraré en la candidatura de "tercer partido" de Ralph Nader. Se usan las comillas para indicar que Nader no representa a cualquier otro tercer partido, sino que está en la boleta en los estados en los que su nombre aparece bajo diversas etiquetas. Cuando los estadounidenses hablan de terceros partidos en la actualidad, en realidad quieren decir "candidatos distintos a los del partido Demócrata o Republicano"

El candidato presidencial independiente Ralph Nader durante una conferencia de prensa el 23 de febrero en Washington, D.C. (AP Photo/Ron Edmonds)

Al decidir concentrarme en la candidatura de Nader, a propósito dejo de lado a Peter Cobb, candidato del Partido Verde, bajo cuya bandera partidaria Nader se presentó hace cuatro años. También dejo de lado a otros candidatos cuyos nombres aparecen en las boletas en uno u otro estado bajo diversas etiquetas. Lo hago porque estimo que su impacto será mínimo. Aunque puedan plantear temas interesantes, nadie los escucha y casi nadie votará por ellos. Pero debo agregar una advertencia. Por cierto que son electoralmente irrelevantes a nivel nacional, pero en cualquier estado que esté tan reñido como lo estuvieron Nuevo México o Florida en el 2000, incluso un candidato que obtenga el 0,5 por ciento de los votos puede ser relevante si esos votos hubieran ido al candidato perdedor.

Ese hecho destaca la primera faceta del contexto del 2004. Mucha gente opina que Ralph Nader le costó las elecciones del 2000 a Al Gore, porque la gente que votó por Nader de otra manera habría votado por Gore en ciertos estados clave fuertemente disputados. La exactitud de esta afirmación es menos relevante que la percepción de que es cierta. Dada esa percepción los Demócratas se han esforzado por mantener a Nader (y a otros candidatos de terceros partidos) fuera de las elecciones dondequiera que pudieran hacerlo. El acceso a los comicios en las elecciones estadounidenses se controla a nivel estatal, y cada estado tiene leyes separadas. Al redactar esto, el nombre de Nader aparecerá en la boleta de 32 estados; en otros cuatro está en las boletas pero ha sido desafiado judicialmente; en otro ocho estados no está en las boletas pero Nader procura obtener acceso por acción judicial y definitivamente su nombre no aparecerá en las boletas de siete estados. En las elecciones del año 2000, Nader figuró en las boletas en 43 estados.

La segunda faceta está relacionada estrechamente. Incluso en los estados donde aparece el nombre de Nader, algunos partidarios son reticentes a apoyarlo porque temen el mismo resultado que ocurrió en el 2000, es decir que al apoyar a su verdadero favorito viraron la elección en favor de su menos favorito. Otra vez, aquí todo lo que importa es la percepción.

Lo reñido de las elecciones del 2000 no solamente está fresco en el recuerdo de muchos, sino que muchos expertos también pronostican un comicio extremadamente reñido en 2004. La faceta relevante de este contexto, para los terceros partidos, es que si el presidente Bush o el senador Kerry ganan la presidencia se determinará por su desempeño en los nueve o diez estados que permanecen muy competitivos.

Los votantes de estados donde el resultado está virtualmente decidido pueden votar por Ralph Nader sin temor de afectar el resultado final. Eso no es así en otros estados. Nader se encuentra en las boletas en por lo menos seis de los estados clave, con posibilidades de entrar en otros dos. En las encuestas en esos estados tiene alrededor del 2 por ciento de los votos. Generalmente el voto proyectado del candidato de un tercer partido se reduce al aproximarse la elección, particularmente una elección muy estrecha. Pero parece que en algunos estados, como Nueva Hampshire, el voto por Nader podría ser mayor que el margen entre los votos de Bush y de Kerry.

¿Entonces cómo se evalúa su participación? Los terceros partidos se encuentran en una clara desventaja debido a las normas del sistema electoral estadounidense. Muchos votantes reconocen esto y lo aceptan, les guste o no. Como resultado, en una elección particularmente reñida como esta, los candidatos de un tercer partido, incluso los prominentes como Nader, atraen relativamente pocos votos. Sin embargo, en una elección sumamente reñida, como se demostró en el 2000, incluso esos pequeños totales de votación pueden ser determinantes. Si el margen entre los dos candidatos principales se amplía, los candidatos de terceros partidos como Nader serán electoralmente irrelevantes, pero si el margen se cierra, bien pueden determinar quien será el que preste juramento como presidente en enero del 2005

The opinions expressed in this article do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. government.

Candidatos presidenciales de terceros partidos, 1832-1996

Los siguientes candidatos de terceros partidos lograron obtener más del promedio histórico del 5,6 por ciento del voto popular

Año	Partido	Candidato	Voto Popular (Porcentaje)	Voto Electoral (número)	Resultado en la próxima elección
1996	Reformista	H. Ross Perot	8.4	0	No participó. Apoyó al candidato Republicano George W. Bush
1992	Independiente	H. Ross Perot	18.9	0	Participó como candidato del Partido Reformista
1980	Independiente	John B. Anderson	6.6	0	No se presentó
1968	Independente Americano	George C. Wallace	13.5	46	Logró 1,4 por ciento del voto popular
1924	Progresista	Robert M. La Follette	16.6	13	Retornoó al Partido Republicano
1912	Progresista (“Bull Moose”)	Theodore Roosevelt	27.4	88	Retornó al Partido Republicano
1912	Socialista	Eugene V. Debs	6	0	Logró 3,2 por ciento del voto popular
1892	Populista	James B. Weaver	8.5	22	Respaldó al candidato Demócrata
1860	Unión Constitucional	John Bell	12.6	39	Partido disuelto
1860	Demócratas Meridionales	John C. Breckinridge	18.1	72	Partido disuelto
1856	Americano (“Nada-Sabe”)	Millard Fillmore	21.5	8	Partido disuelto
1848	Tierra Libre	Martin Van Buren	10.1	0	Logró 4,9 por ciento del voto popular
1832	Anti-Masón	William Wirt	7.8	7	Respaldó a candidato Whig

Plataformas programáticas

El programa político de un partido indica a los votantes la posición del partido en las cuestiones importantes del día. Presentamos aquí extractos de las plataformas de 2004 de los dos principales paridos de Estados Unidos, el Republicano y el Demócrata, luego de la descripción preliminar de cada uno de ellos por activistas experimentados del partido. Tucker Eskew, ex vice adjunto del presidente en la Oficina de Comunicaciones de la Casa Blanca escribe sobre el programa del Partido Republicano y Marc Ginsberg, ex embajador de Estados Unidos en Marruecos y director gerente, principal funcionario de Northstar Equity Group y presidente de la Alianza de Liderazgo Estadounidense, escribe sobre el programa del Partido Demócrata.

Programa del Partido Republicano

por Tucker Eskew

Ex-vice adjunto del Presidente en la Oficina de Comunicaciones de la Casa Blanca y titular de Eskew Strategies

La guerra mundial contra el terror: para mantener a Estados Unidos y al mundo más seguro, el presidente Bush continuará trabajando con nuestros aliados para luchar y ganar la guerra contra el terror. Desde el 11 de septiembre de 2001, nuestro valiente ejército, con la ayuda de docenas de otros países, derrocaron el régimen de los Talibán en Afganistán, removieron a un aliado clave de Al-Qaida y liberaron al pueblo afgano. En Iraq Saddam Hussein resistió a la comunidad internacional y a 17 resoluciones de las Naciones Unidas por espacio de 12 años, sin dar indicio alguno de que algún día Iraq se desarmaría y acataría las demandas justas del mundo. En 2002 el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas votó unánimemente dándole una última oportunidad a Saddam Hussein para que cumpliera sus obligaciones con la comunidad internacional o atenerse a graves consecuencias. Hoy, 25 millones de ciudadanos iraquíes, que vivían bajo la tiranía cruel de Saddam Hussein, son libres y dan los primeros pasos hacia la democracia. Trabajamos con el pueblo afgano y el pueblo iraquí para cultivar la libertad y sembrar la semilla de la prosperidad en el Oriente Medio. Nuestro país está más seguro porque regímenes peligrosos, con vínculos con el terror, ya no están en el poder. El mundo está más seguro, aunque

Continua en la página siguiente

Programa del Partido Demócrata

por Marc Ginsberg

Ex embajador de Estados Unidos en Marruecos. director gerente, principal funcionario de Northstar Equity Group y presidente de la Alianza de Liderazgo Estadounidense

Guerra mundial al terror: Estados Unidos y otros países democráticos participan juntos en el combate mundial contra los terroristas radicales islámicos, que debe realizarse agresivamente en muchos frentes, con todos nuestros recursos, diplomáticos, económicos, de información, así como militares. Aunque tuvimos el apoyo mundial tras los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 (11/9), ese apoyo ha desaparecido en su mayor parte y nuestras alianzas deben repararse a fin de librar una lucha más eficaz para prevalecer. Nunca debemos encontrarnos a la defensiva o esperar hasta ser atacados otra vez . . . siempre debemos llevar la batalla al enemigo, pero no puede enfocarse primordialmente sólo en la acción militar. Estados Unidos también debe participar en una batalla de ideas para reparar y construir nuevas alianzas con el mundo musulmán para ayudarlo a derrotar el radicalismo islámico. También debemos volver a la tarea de promover una paz durable en el Oriente Medio que ponga fin irrevocablemente el conflicto árabe-israelí, deje a Israel fuerte y seguro y produzca un nuevo liderazgo palestino que rechace categóricamente y se oponga enérgicamente al terror y acepte el derecho de Israel a existir como país judío y democrático en el Oriente Medio.

Continua en la página siguiente

Programa del Partido Republicano

Continuación de la página anterior

todavía no totalmente, porque estamos trabajando con aliados para eliminar el financiamiento del terror, atrapar a los terroristas y promover la democracia y la libertad.

Seguridad territorial: la tarea más importante del presidente es proteger el territorio estadounidense. Desde el 11 de septiembre de 2001, hemos logrado un progreso tremendo. El presidente Bush y el Congreso establecieron el Departamento de Seguridad Territorial. Al unificar 22 organismos y oficinas, el presidente mejoró la capacidad del gobierno para vigilar nuestras fronteras, proteger nuestra infraestructura y patrullar nuestro espacio aéreo. Se ha esforzado por asegurar nuestras fronteras, en tanto que mantiene las puertas abiertas a los visitantes extranjeros.

Comercio y economía: en su segundo período el

El senator John Kerry, izq., y el presidente George Bush durante el debate nacional televisado del 30 de septiembre en Coral Gables, Florida, el primero de tres encuentros programados en la competencia para las elecciones del 2 de noviembre. Sus candidatos a la vicepresidencia, senador John Edwards y el vicepresidente Dick Cheney también se presentaron en un debate nacional televisado el 5 de octubre en Cleveland, Ohio. En esos eventos, además de defender su desempeño pasado, los candidatos abordan sobre la conveniencia y las metas de muchos de los puntos de los programas de sus respectivos partidos y describen cómo ellos pretenden aplicarlos.

presidente Bush se concentrará en lograr una economía más próspera y competitiva. Los elementos de su plan incluyen proceder adelante con medidas audaces para reformar la educación; crear una fuerza laboral calificada y efectiva; impulsar un sistema de tributación más sencillo, favorable al crecimiento y justo; fomentar la investigación y el desarrollo, en el sector público y el

Continua en la página siguiente

Programa del Partido Demócrata

Continuación de la página anterior

Al atacar a Iraq distrajimos erróneamente nuestra atención y recursos de Al-Qaida, el enemigo verdadero. La gran amenaza frente a nosotros es la posibilidad de que los terroristas obtengan armas nucleares y nos es preciso reenfocar nuestros esfuerzos para evitar que ello ocurra. Aunque Saddam era un dictador cruel, no era razón para ir a la guerra. Hemos cambiado a un dictador por un caos que nos ha costado apoyo vital de iraquíes y de nuestros aliados. Nuestras alianzas y el apoyo mundial a Estados Unidos se vieron gravemente socavados por nuestra precipitación para librar esa guerra, sin fundamento sólido. Según toda la inteligencia disponible, Saddam no poseía ni armas de destrucción en masa ni ayudaba a Al-Qaida. Estados Unidos no está hoy necesariamente más seguro como resultado del derrocamiento de Saddam, a Estados Unidos le falta apoyo internacional vital y una estrategia coherente para restaurar la estabilidad en Iraq. Las consecuencias de no lograr la estabilización de Iraq nos obliga a alterar el curso y asegurar que Iraq tenga un futuro democrático, estable y próspero.

Es preciso que Estados Unidos reasuma nuevamente su histórica asociación transatlántica para luchar eficazmente la guerra contra el terror, reconstruir a Iraq, estabilizar a Afganistán, frenar a Corea del Norte, atender la cuestión de las ambiciones nucleares de Irán y hallar una solución constructiva para superar la inestabilidad en el Oriente Medio. Ello significa también procurar el consenso con Europa en cuestiones como el Protocolo de Kyoto sobre el medio ambiente, la Corte Penal Internacional, el comercio internacional y la ayuda exterior.

Seguridad territorial: los demócratas están comprometidos a considerar la aplicación de medidas inmediatas en torno a las recomendaciones de la Comisión 11/9, incluso la creación del cargo de director de inteligencia nacional, un gran mejoramiento de las capacidades de los funcionarios de nuestro servicio de inteligencia y la integración de la inteligencia que recolectamos. Nuestra atención debe estar en impedir que los terroristas obtengan armas de destrucción en masa, con el resguardo de todo el material nuclear no protegido, reforzar los esfuerzos para la no proliferación, la destrucción de las reservas de armas químicas y dando ayuda económica y de educación a los estados fracasados. Internamente, debemos dedicar los fondos adecuados a las necesidades de quienes prestan los primeros auxilios y tomar medidas para protegernos

Continua en la página siguiente

Programa del Partido Republicano

Continuación de la página anterior

privado; satisfacer nuestras necesidades energéticas y disminuir nuestra dependencia en materia de energía; reducir la carga de las regulaciones; reformar el gobierno y abrir los mercados para los productos estadounidenses en todo el mundo. El comercio libre amplía la selección disponible para los consumidores estadounidenses y eleva el nivel de vida de nuestras familias.

Inmigración: el presidente propone un nuevo programa de trabajadores temporales que relacionará a los trabajadores extranjeros que así lo deseen con los empleadores estadounidenses dispuestos a emplearlos, cuando no se encuentren estadounidenses para llenar las vacantes. Este programa permitirá la situación legal de trabajadores temporales a millones de hombres y mujeres indocumentados actualmente empleados en Estados Unidos y a quienes, en países extranjeros, buscan participar en el programa y se les haya ofrecido empleo aquí.

Salud mundial: el presidente Bush está comprometido con mejorar la salud y el bienestar de la población del mundo. Por ejemplo, anunció una iniciativa de cinco años de 15.000 millones de dólares para cambiar el curso de la lucha contra la pandemia mundial del VIH/SIDA. Este compromiso de recursos ayudará a los países más afectados en Africa y el Caribe a librar y ganar la batalla contra el VIH/SIDA. Los 15.000 millones de dólares de financiamiento para esta iniciativa triplica el compromiso de Estados Unidos con la ayuda internacional para el SIDA.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

Programa del Partido Demócrata

Continuación de la página anterior

contra el bioterrorismo.

Comercio y Economía: el desafío de Estados Unidos en comercio internacional y política económica radica en mantener el crecimiento de nuestra propia economía y el aumento del empleo de compensación elevada, al reducir el déficit presupuestal y el déficit de la balanza comercial. Los Demócratas fomentarán la creación de empleos en Estados Unidos con el descuento impositivo para los fabricantes, incluso las pequeñas empresas, para retener los empleos en el país. Al mismo tiempo se promoverá también el comercio equitativo, insistiendo en normas laborales y ambientales eficaces en acuerdos y asegurando el cumplimiento de las reglas contra las prácticas desleales de comercio. La ampliación del comercio mediante aranceles reducidos y el alivio de la deuda beneficiarán a todos los países en dificultades, incluyendo a nuestros vecinos más cercanos del Sur.

Inmigración: debemos recordar que, como nunca antes, desde el Círculo Polar Artico hasta la Tierra del Fuego los pueblos de las Américas están vinculados por el comercio, inmigración y lazos de familia. El aumento del empleo en un país no significa una pérdida correspondiente en otro. El flujo libre de las ideas y la reforma sostenida y en cooperación son los caminos que aseguran una vida mejor para nuestros hijos.

Salud mundial: Africa ocupa el centro de la crisis mundial del VIH/SIDA. Los programas eficaces de tratamiento y prevención deben estar impulsados por la ciencia, no por una ideología conservadora. La imposición de un sistema que prohíbe a las organizaciones que reciben fondos gubernamentales explicar las opciones de la planificación familiar, que se opone al uso de condones o que hace hincapié en la abstinencia como la mejor medida para prevenir la enfermedad, le quita a quienes formulan la política la flexibilidad para idear soluciones que funcionen en la realidad. Es necesario aumentar las contribuciones al Fondo Mundial. Estados Unidos también debe suministrar asistencia humanitaria directa o proveer la seguridad que permita el acceso sin impedimentos de los trabajadores humanitarios a todas las áreas en crisis.

Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos.

Programas de los partidos 2004

A continuación se ofrecen extractos de las plataformas de los dos partidos principales. Las plataformas completas se encuentran en: *Partido Demócrata: http://a9.g.akamai.net/7/9/8082/v001/www.democrats.org/pdfs/2004platform.pdf - Partido Republicano: http://www.gop.com/About/PartyPlatform/Default.aspx*

Tema	Programa del Partido Demócrata "Fuertes en el país, respetados en el mundo"	Programa del Partido Republicano "Un mundo más seguro y un Estados Unidos con más esperanza"
Terrorismo	La victoria en la guerra contra el terrorismo requiere una combinación de determinación estadounidense y de cooperación internacional en todos los frentes. Requiere la capacidad y voluntad de dirigir la acción militar inmediata y eficazmente cuando sea posible la captura o destrucción de grupos terroristas y sus jefes; mejora masiva de la recolección y análisis de información de inteligencia junto con vigorosa acción policial; acción incesante para cerrar el flujo de fondos terroristas; acción mundial para impedir que estados fracasados o que estén fracasando puedan ser refugios de terroristas; acción sostenida para negarles más reclutas a los terroristas mediante la conducción de una diplomacia pública eficaz, y acción política y económica sostenida para mejorar la educación, trabajar por la paz, apoyar a la democracia y ampliar la esperanza..	Estamos defendiendo la paz al llevar la lucha al enemigo. Estamos enfrentando a los terroristas en el extranjero para no tener que enfrentarlos aquí en el país. Estamos destruyendo el liderazgo de las redes terroristas con incursiones súbitas, interrumpiendo su planificación y financiamiento y manteniéndolos en fuga. Estamos preservando la paz al trabajar con más de 80 naciones aliadas, así como con las instituciones internacionales, para aislar y enfrentar a los terroristas y a regímenes proscriptos. No hay negociación con los terroristas. Ninguna forma de terapia o de coerción los apartará de sus métodos asesinos. Sólo la destrucción total y completa del terrorismo permitirá que prospere la libertad.
Iraq	No podemos permitirnos fracasar en la paz. No podemos permitir un estado fracasado en Iraq que inevitablemente se tornará en un refugio de terroristas y en una fuerza desestabilizadora en el Oriente Medio.	En Iraq, Estados Unidos está sirviendo a la causa de la libertad, de la paz y de nuestra propia seguridad… Tenemos confianza completa en el plan de gobierno propio iraquí que está implementando actualmente el gobierno interino de Iraq.
Oriente Medio	Estados Unidos necesita una iniciativa importante de diplomacia pública para apoyar las muchas voces de libertad en el mundo árabe y musulmán… Y debemos apoyar a los grupos de derechos humanos, prensa independiente y sindicatos laborales dedicados a construir una cultura democrática desde los cimientos. Trabajaremos para transformar al Gobierno Autónomo Palestino mediante la promoción de un liderazgo nuevo y responsable, dedicado a combatir el terrorismo y a promover la democracia. Apoyamos la creación de un estado palestino democrático dedicado a vivir en paz y seguridad junto al estado judío de Israel.	Los republicanos apoyamos la política del presidente Bush de trabajar con todos los gobiernos del Oriente Medio que están dedicados a destruir las redes terroristas, mientras que a largo plazo esperamos normas más elevadas de reforma y democracia de nuestros amigos en la región. Esperamos ampliar la paz mediante el apoyo al surgimiento de la democracia y la esperanza y el progreso que trae la democracia, como una alternativa al odio y al terrorismo en el Oriente Medio más amplio. Apoyamos la visión del presidente Bush de dos estados, Israel y Palestina,. que vivan juntos en paz y seguridad…. Si los palestinos adoptan la democracia y el imperio del derecho, enfrentan la corrupción y rechazan con firmeza el terrorismo pueden contar con el apoyo de Estados Unidos para la creación de un estado palestino.

Tema	Programa del Partido Demócrata "Fuertes en el país, respetados en el mundo"	Programa del Partido Republicano "Un mundo más seguro y un Estados Unidos con más esperanza"
Armas de destrucción masiva	Nuestra meta de seguridad número uno debe ser impedir que los terroristas obtengan acceso a esas armas.	No permitiremos que los regímenes más peligrosos del mundo posean las armas más peligrosas del mundol.
Papel mundial de EE.UU.	Creemos en un Estados Unidos que sea admirado por los pueblos del mundo, que sepan que valoramos no solamente nuestra libertad sino también la de ellos. No sólo nuestra democracia, sino también su esperanza de conseguirla. No sólo nuestra paz y seguridad, sino también la del mundo.	Afirmamos el papel de Estados Unidos en el mundo para el logro de más libertad, oportunidad y prosperidad. Nuestros esfuerzos para ampliar el alcance de la libertad económica y política se complementan con nuestra labor para fomentar la libertad religiosa.
Comercio	Nuestra prioridad será derribar los obstáculos al comercio libre, justo y equilibrado a fin de que los mercados de otras naciones sean tan abiertos como los nuestros. Usaremos todos los instrumentos a nuestra disposición para crear nuevas oportunidades para los trabajadores, granjeros y empresarios estadounidenses y derribar las barreras en mercados clave de exportación.	El comercio libre debe ser un comercio justo que favorezca las metas económicas de Estados Unidos y proteja empleos estadounidenses. Para lograr esa meta debemos actuar mundial, regional y bilateralmente para negociar nuevos acuerdos comerciales y hacer cumplir los compromisos comerciales existentes.
Salud mundial	Atender los desafíos de la salud mundial – incluida la pandemia del SIDA – es una obligación humanitaria y un imperativo de seguridad nacional… Y restableceremos el liderazgo de Estados Unidos en la salud mundial rechazando políticas impulsadas por la ideología en vez de la ciencia.	Apoyamos plenamente el liderazgo del presidente Bush para aumentar enormemente los recursos para encontrar una vacuna para el VIH/SIDA y dedicar por lo menos 15.000 millones de dólares en cinco años para programas mundiales de prevención, atención y tratamiento… emprendiendo un enfoque integral a la pandemia con educación, abstinencia, prevención, prueba, tratamiento y atención.
Seguridad territorial	Necesitamos mejorar nuestra capacidad de obtener, analizar y compartir información a fin de que podamos rastrear a los terroristas y detenerlos antes de que causen daño.	Se están transformando las instituciones principales de la seguridad nacional estadounidense… para hacer frente al desafío de defender a Estados Unidos en una nueva era.
Immigration	Extenderemos la promesa de ciudadanía a quienes todavía luchan por la libertad… Los inmigrantes indocumentados que se encuentran dentro de nuestras fronteras y pueden pasar una corroboración de antecedentes, trabajan arduamente y pagan impuestos deberían tener un sendero para ganar participación plena en Estados Unidos.	El Partido Republicano apoya la reforma del sistema de inmigración para asegurar que es legal, seguro, ordenado y humano… Una economía creciente requiere una cantidad creciente de trabajadores, y el presidente Bush ha propuesto un programa nuevo de trabajadores temporales que se aplica cuando no se puede encontrar estadounidenses para ocupar esos empleos.
Economía	Reactivaremos el sector manufacturero de Estados Unidos, crearemos empleos nuevos y protegeremos los existentes mediante la eliminación de los incentivos fiscales a compañías que envían empleos al exterior y reduciendo los impuestos a las compañías que crean empleos aquí en el país..	Queremos que más personas establezcan y tengan pequeñas empresas. Queremos que más personas y controlen la atención de su salud. Deseamos que más personas posean cuentas personales de jubilación.

Debatir los temas

Los debates transmitidos por televisión a toda la nación son lo más destacado en la competencia presidencial durante las últimas semanas de la campaña.

Desde 1976 que los debates presidenciales son pilar del proceso electoral en Estados Unidos, cuando se reiniciaron luego del primer debate televisado entre Richard Nixon y John Kennedy en 1960. Los votantes mencionan con consistencia los debates como un factor influyente para decidir su voto y en competencias cerradas -como la de 2004 por la presidencia- cobran mayor importancia. El presidente Bush y el senador Kerry se enfrentaron en la Florida en un debate de 90 minutos el 30 de septiembre y lo volvieron a hacer en Missouri el 8 de octubre y en Arizona el 13 de octubre. Entre tanto, los candidatos a la vicepresidencia, el vicepresidente Dick Cheney y el senador John Edwards mantuvieron un debate el 5 de octubre en Ohio, otro estado arduamente disputado en esta elección.

Desde su fundación en 1987, la Comisión de Debates Presidenciales (CPD), entidad no partidista, ha organizado los debates y establecido las reglas de participación y comportamiento de cada candidato. La CPD prescribió pautas para asegurar equidad y transparencia. Este año, el primer y tercer debate tuvieron un formato con un único moderador, con reglas claras para los límites de tiempo y las acciones de los candidatos. Por ejemplo, los candidatos no han de hacerse preguntas directas uno al otro, y se les prohíbe caminar por el escenario o manipularlo para mejorar su presentación. El segundo debate se programó para que fuera un cabildo abierto, en el que los miembros del público pueden hacer preguntas a los candidatos. En el tercer debate se retornó el formato del primer debate.

Aunque es difícil cuantificar el efecto de los debates presidenciales, evidentemente desempeñan un papel decisivo en el proceso electoral de Estados Unidos. Los debates de este año excedieron el estimado de una audiencia entre 37,5 a 45,6 millones de personas que vieron los del año 2000. "No hay duda de que la muy numerosa cantidad de gente que observa los debates y el hecho de que aprenden en ellos... los convierte en un elemento muy importante en el proceso general para la elección", dijo la directora ejecutiva de la CPD, Janet Brown.

Arriba: El senador Kerry, izquierda, escucha al presidente Bush en el primero de los tres debates programados, el 30 de septiembre de 2004 en Coral Gables, Florida. (AP Photo/Ron Edwards)

Dia de la votación

Cuando millones de norteamericanos vayan a las urnas el día de las elecciones, este año más ciudadanos que nunca antes votarán en ausencia.

El 2 de noviembre los votantes inscritos de Estados Unidos irán a las escuelas, iglesias o municipalidades para depositar sus votos, no sólo para presidente y vicepresidente sino también para funcionarios estatales y locales. Aunque en el país no se usa un sistema de votación único (ver Tecnología para votar), una práctica es la misma: el voto en los centros electorales es confidencial y se lo deposita en secreto en la caseta electoral.

Una vez que entren en un centro de votación, los votantes encontrarán funcionarios electorales y trabajadores electorales voluntarios, quienes verificarán las constancias de inscripción y ayudarán a los votantes en el proceso de votación. Un candidato y sus seguidores pueden permanecer en las puertas de un centro de votación, estrechando manos o distribuyendo material electoral. Pero las leyes requieren que estas actividades partidistas se mantengan a cierta distancia de las mesas de votación para asegurar que los votantes dispongan de la privacidad que necesitan para depositar su voto.

Los centros de votación abren temprano por la mañana y quedan abiertos durante el día. Mucha gente vota en camino al trabajo o al terminar su labor, o en algún momento que le convenga durante el día. Sin embargo, algunos votantes nunca verán el centro de votación el día de las elecciones. En 2004 muchos estadounidenses votarán en ausencia, procedimiento que antes estaba disponible sólo para quienes no podían movilizarse hasta los lugares donde votan. Los votantes ausentes solicitan una boleta a sus funcionarios electorales locales y la devuelven por correo. En muchos estados el voto ausente se ha convertido en una alternativa popular. El estado de Oregon ha terminado con los centros de votación y todos los votantes lo harán por correo este año.

Muchos de los partidarios del voto ausente argumentan que el procedimiento aumenta la participación electoral. Los expertos estiman que más de 100 millones de estadounidenses votarán el 2 de noviembre, aunque esta cifra sólo representa alrededor de la mitad de quienes tienen derecho a votar. La baja participación electoral se ha vuelto un problema importante en muchas elecciones y las campañas para inscribir votantes son un componente determinante de un año electoral. En los centros comerciales locales, salas de cine y en otros lugares públicos y en actividades generales, es posible encontrar representantes de los partidos políticos, y de varios grupos cívicos, repartiendo tarjetas de inscripción a quienes recientemente, al cumplir 18 años, han adquirido el derecho de votar, o al convertirse en ciudadanos estadounidenses, como a personas que pueden tener el derecho de votar, pero que no están inscritas.

Arriba: una señal indica a los votantes el lugar de un centro de votación en Little Rock, Arkansas, derecha, y otra hacia un cajón postal para las boletas que se envían por correo en Portland, Oregon.(AP Fotos/izq: Danny Johnson; der.: Don Ryan) - Cortesía Steve Bogart/NowThis.com

Tecnología para votar

Con ayuda de la computadora y otra maquinaria, Estados Unidos está aplicando métodos más eficaces y seguros de voto.

La tecnología para votar, es decir, la manera en que los electores emiten su voto físicamente ha adoptado formas múltiples en la historia electoral de Estados Unidos. Durante el período colonial, cuando mucha gente no sabía leer, a menudo los electores votaban con el procedimiento de la mano alzada o a viva voz. Para fines de 1700 se hicieron predominantes las boletas de papel. Su uso, sin embargo, fue desapareciendo gradualmente después de la invención en 1869 de la máquina para votar. En 2004, menos del uno por ciento del electorado estadounidense usará las boletas tradicionales de papel.

La tecnología para votar varía de un condado a otros en cada estado. En las elecciones de 2004, se usarán seis distintos sistemas de voto. Los porcentajes indicados a continuación corresponden a los votantes registrados que usarán alguno de esos sistemas, según proyecciones del Servicio de Datos Electorales. Los sistemas de voto son:

- Tarjeta perforada: los electores marcan con una perforación su selección en una boleta de voto - 13,7
- Manivela mecánica: los electores impulsan una manivela para marcar su selección - 14%
- Lectura óptica: los electores rellenan una boleta que leída con un rastreador óptico - 34,9%
- Sistemas de Registro Electrónico Directo (DRE): los electores pulsan una pantalla electrónica o las teclas de una máquina para emitir su voto - 29,3%
- Boletas de papel: los votos se marcan en papel y se hace el escrutinio a mano - 0,7%
- Mixto: el uso de máquinas varía de una ciudad a otra dentro de cada estado: 7,4%

El sistema de máquinas electrónicas de voto recibió un gran impulso con la Ley de Ayuda al Voto en Estados Unidos del año 2002. El Congreso promulgó la ley, asignando 3.900 millones de dólares para mejorar la administración de las elecciones, luego de una controversia por las boletas de votación en las elecciones presidenciales de 2000, que demostró la necesidad de actualizar y mejorar los sistemas de voto. Dado lo reñido de la votación popular en Florida, la campaña de Gore pidió un recuento.

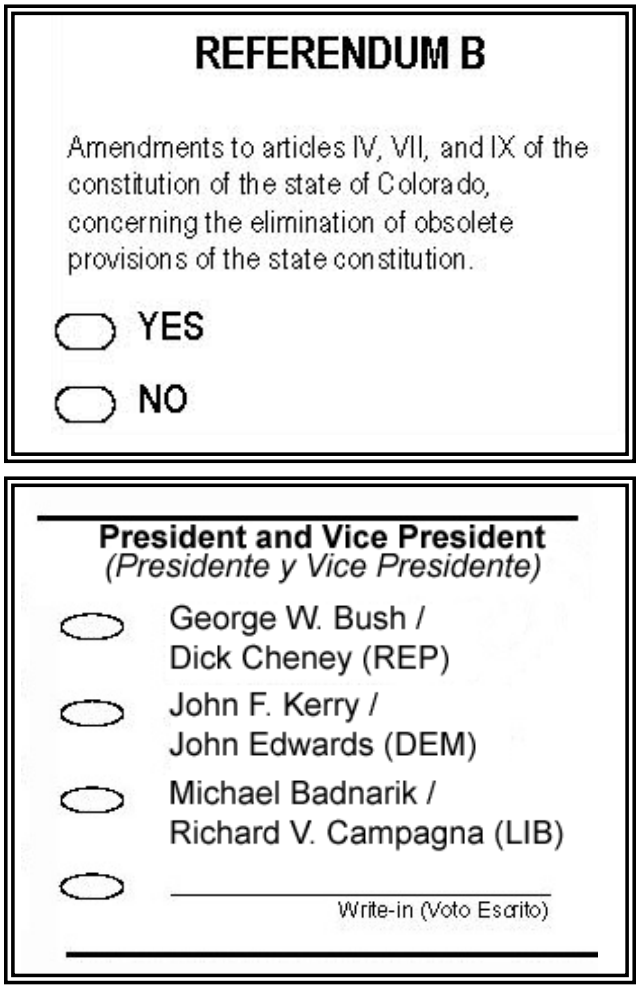
La Ley de Ayuda al Voto en Estados Unidos estableció un programa de compra por valor de 325 millones de dólares para reemplazar los anticuados sistemas voto de tarjetas perforadas y de las manivelas mecánicas en favor del por los DRE. Se estima que la cantidad de votantes que use los DRE aumentará del 12,6 por ciento en 2000 a 29,3 por ciento en 2004.

La ley también contiene cláusulas para combatir el fraude electoral y facilitar el acceso a las urnas. Las reformas que entrarán en vigor este año incluyen normas para verificar la identidad de quienes votan por primera vez y ordenar definiciones estatales sobre qué constituye voto válido. Cada distrito electoral está obligado a tener al menos una máquina para invidentes y discapacitados. Otras reformas estarán en pleno vigor para 2006.

Iris Stanley emite su boleta de votación en una máquina electrónica en la primaria de preferencias presidenciales, en Roswell, Georgia, el 2 de marzo. (AP Photo/Ric Feld)
Deborah Clark, supervisora electoral en el condado de Pinellas, Florida, demuestra el procedimientos para votar utilizando una máquina electrónica con pantalla táctil, durante una conferencia de prensa realizada el 27 de julio. (AP Photo/Phil Coale)

Boletas

Las boletas de votación de Estados Unidos contienen el nombre de los candidatos a cargos nacionales, estatales y locales, además de preguntas sobre importantes cuestiones legislativas.



El fragmento de una boleta del estado de Colorado (arriba) es un ejemplo de un referendo - en este caso para la aprobación de enmiendas a la constitución estatal – que con frecuencia los ciudadanos de Estados Unidos votan en las urnas. La de abajo es una porción de la boleta bilingue (inglés-español) del estado de Texas.

Bien sea mediante la tecnología táctil de votación en una pantalla electrónica o la tradicional boleta de papel, los electores estadounidenses hacen decisiones sobre una gran variedad de cargos y propuestas legislativas el día de las elecciones. Según el consultor político de Washington Earl Bender, en Estados Unidos hay más de 176.000 cargos electivos en diversas categorías y poderes del Estado. Este año, los 435 escaños de la Cámara de Representantes en su totalidad, 34 escaños del Senado y 11 cargos de gobernador salen a elección, además de la presidencia. Las boletas también incluyen candidatos a cargos gubernamentales estatales y locales, desde magistrados de tribunales supremos y tesoreros a comisionados municipales y miembros de la junta de educación.

Los electores pueden participar asimismo en el proceso legislativo estatal y local con la aprobación e incluso la elaboración de leyes. Según la legislación estatal o local, los electores pueden pedir un referendo, es decir un voto para determinar si una medida aprobada por la legislatura estatal tiene fuerza de ley. También pueden añadir medidas legislativas o iniciativas propias a través de un proceso de petición. En muchas zonas, los electores pueden someter a voto medidas tributarias locales y la deposición de funcionarios elegidos.

Las leyes estatales sobre elecciones establecen la apariencia y la organización de las boletas. La boletas pueden agrupar a candidatos por afiliación a partido o por cargo. Algunas papeletas permiten a los electores marcar un partido para votar por todos los candidatos que presenta. Cada estado ofrece la posibilidad de votar por candidato no incluido en la lista mediante la inscripción de su nombre en la papeleta de voto.

La opción de boletas en otros idiomas también varia de una localidad a otra de acuerdo a la necesidad de los electores. Las leyes electorales federales protegen el derecho de los votantes que no hablan inglés y exigen la distribución de papeletas bilingües en jurisdicciones donde hay registrados 10.000 o más votantes que no sean de habla inglesa.

Colegio Electoral

Como prescribe la Constitución de Estados Unidos, los presidentes no son elegidos directamente por el pueblo, sino por los electores del pueblo.

Los redactores de la Constitución de Estados Unidos crearon el Colegio Electoral como alternativa a la elección del presidente mediante el voto popular o a través del Congreso. Cada estado elige una cantidad de miembros del Colegio Electoral igual a la cantidad de sus senadores — dos por cada estado —, más la cantidad de sus delegados a la Cámara de Representantes. El Distrito de Columbia, que no tiene representación con voto en el Congreso, cuenta con tres votos en el Colegio Electoral. Actualmente hay 538 miembros en el Colegio Electoral y se precisan 270 votos para ganar la elección presidencial

Varias semanas después de la elección general, los electores de cada estado se reúnen en la capital de su estado y depositan su voto oficial por el presidente y el vicepresidente. Los votos se envían luego al presidente del Senado de Estados Unidos quien, el 6 de enero, en presencia del Congreso en pleno, los cuenta y anuncia el vencedor.

El vencedor en el Colegio Electoral es por lo común el candidato que ha logrado más voto popular. Sin embargo, es posible ganar la presidencia sin lograr la mayoría del voto popular. El caso más reciente ocurrió en la elección presidencial del 2000, cuando el presidente Bush ganó la votación en el Colegio Electoral — 271 a 266 — después de perder la votación popular frente al entonces vicepresidente Al Gore. Otros dos presidentes, Rutherford B. Hayes en 1876 y Benjamin Harrison en 1888, llegaron a la presidencia sin ganar el voto popular. En la elección de 1824, entre John Quincy Adams y Andrew Jackson, Jackson ganó el voto popular pero ninguno obtuvo una mayoría de votos en el Colegio Electoral. Adams consiguió la presidencia luego que la Cámara de Representantes decidiera la elección con una votación, procedimiento que la Constitución reconoce cuando ningún candidato consigue la mayoría en el Colegio Electoral.

Los electores del estado de Virginia Occidental votan por unanimidad por George W. Bush a la presidencia en el capitolio estatal en Charleston, el 18 de diciembre de 2000. (AP Photo/Bob Bird)

Bibliografía (en inglés)

Lecturas adicionales, en inglés, sobre el proceso electoral en Estados Unidos

Información General de las Elecciones

DiClerico, Robert E. *Voting in America: A Reference Handbook.* Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, 2004.

League of Women Voters. *Choosing the President, 2004: A Citizen's Guide to the Electoral Process.* Guilford, CT: Lyons Press, 2003.

Moore, John L. *Elections A to Z.* Washington, DC: CQ Press, 2003.

Administración de campañas

Faucheux, Ronald A., ed. *Winning Elections: Political Campaign Management, Strategy & Tactics.* New York: M. Evans and Co., 2003.

Green, Donald P. and Alan S. Gerber. *Getting Out the Vote: A Guide for Candidates and Campaigns.* Washington, DC: Brookings Institution Press, 2004.

Strachan, J. Cherie. *High-Tech Grass Roots: The Professionalization of Local Elections.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003.

Colegio Electoral

Fortier, John C. et al., eds. *After the People Vote: A Guide to the Electoral College.* 3rd ed., Washington, DC.: AEI Press, 2004.

Schumaker, Paul D. and Burdett A. Loomis, eds. *Choosing a President: The Electoral College and Beyond.* New York: Chatham House Publishers, 2002.

Reforma Electoral

Avaliktos, Neal, ed. *The Election Process Revisited.* New York: Nova Science Publishers, Inc., 2004.

Buchanan, Bruce. *Presidential Campaign Quality: Incentives and Reform.* Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.

Gross, Donald A. and Robert K. Goidel. *The States of Campaign Finance Reform.* Columbus: Ohio State University Press, 2003.

Henderson, Harry. *Campaign and Election Reform.* New York: Facts On File, 2004.

McCaffrey, Paul, ed. *U.S. Election System.* New York: H.W. Wilson, 2004.

Streb, Matthew J. *Law and Election Politics: The Rules of the Game.* Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers, 2004.

Medios de Comunicación

Goldstein, Kenneth M. and Patricia Strach, eds. *The Medium and the Message: Television Advertising and American Elections.* Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.

Hacker, Kenneth L., ed. *Presidential Candidate Images.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004.

Lange, Bernd-Peter and David Ward, eds. *The Media and Elections: A Handbook and Comparative Study.* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

Schultz, David A., ed. *Lights, Camera, Campaign!: Media, Politics, and Political Advertising.* New York: P. Lang, 2004.

Partidos Políticos

Hershey, Marjorie Randon and Paul Allen Beck. *Party Politics in America*, 10th ed. New York: Longman, 2003.

Korzi, Michael J. *A Seat of Popular Leadership: The Presidency, Political Parties, and Democratic Government.* Amherst, Boston: University of Massachusetts Press, 2004.

Encuestas y Opinión Pública

Stonecash, Jeffrey M. *Political Polling: Strategic Information in Campaigns.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003.

Traugott, Michael W. and Paul J. Lavrakas. *The Voter's Guide to Election Polls.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004.

Campañas Electorales Presidenciales

Ackerman, Bruce A. *Deliberation Day.* New Haven, CT: Yale University Press, 2004.

Buchanan, Bruce. *The Policy Partnership: Presidential Elections and American Democracy*. New York: Routledge, 2004.

Nicosia, Albert, ed. *The Election Process in the United States.* Hauppauge, NY: Nova Science Publishers, Inc., 2003.

Roberts, Robert North and Scott J. Hammond. *Encyclopedia of Presidential Campaigns, Slogans, Issues, and Platforms.* Westport, CT: Greenwood Press, 2004.

Thurber, James A. and Candice J. Nelson, eds. *Campaigns and Elections American Style.* Boulder, CO: Westview Press, 2004.

Votantes

Abramowitz, Alan. *Voice of the People: Elections and Voting in the United States.* New York: McGraw-Hill, 2004.

Eisner, Jane. *Taking Back the Vote: Getting American Youth Involved in Our Democracy.* Boston, MA: Beacon Press, 2004.

El Departamento de Estado no asume responsabilidad por el contenido o la disponibilidad de los recursos señalados.

Recursos de Internet (en inglés)

Fuentes en sitios electrónicos con información, en inglés, sobre el proceso electoral en Estados Unidos

Colegio Electoral

Center for Voting and Democracy—Electoral College
http://www.fairvote.org/e_college/index.html

Federal Election Commission: The Electoral College
http://www.fec.gov/pages/ecmenu2.htm

National Archives and Records Administration: U.S. Electoral College
http://www.archives.gov/federal_register/electoral_college/

Reforma Electoral

Campaign Finance: Constitutional and Legal Issues of Soft Money (Congressional Research Service Report)
http://fpc.state.gov/documents/organization/29688.pdf

Center for Responsive Politics
http://www.opensecrets.org/home

Election Reform Information Project: Reports on Election Reform
http://www.electionline.org/index.jsp?page=Publications

Election Reform: Overview and Issues (Congressional Research Service Report)
http://fpc.state.gov/documents/organization/28920.pdf

Medios de Comunicación

ABC News Political Unit
http://abcnews.go.com/sections/politics/TheNote/TheNote.html

Campaign Advertisements (Bush and Kerry)
http://pcl.stanford.edu/campaigns/campaign2004/index.html

CBS News: Campaign 2004
http://www.cbsnews.com/sections/politics/main250.shtml

Cook Political Report
http://www.cookpolitical.com/

CNN
http://www.cnn.com/ELECTION/2004/

Fox News Channel
http://www.foxnews.com/

New York Times—2004 Election Guide
http://www.nytimes.com/packages/html/politics/2004_ELECTION GUIDE_GRAPHIC/index.html

MSNBC Decision 2004
http://www.msnbc.msn.com/id/3032553/

Voice of America: Road to the White House
http://www.voanews.com/specialreport.cfm?objectid=6B65B21A-4280-4D94-87D90E84B6298834

Washington Times
http://www.washtimes.com/national/

Partidos Políticos

Bush/Cheney 04
http://www.georgewbush.com/

Democratic National Committee
http://www.democrats.org/

Democratic Party Platform for 2004
http://a9.g.akamai.net/7/9/8082/v001/www.democrats.org/pdfs/2004platform.pdf

Kerry-Edwards 2004
http://www.johnkerry.com/index.html

Nader-Camejo 2004
http://www.votenader.org/

Republican National Committee
http://www.rnc.org/

Republican Party Platform for 2004
http://msnbcmedia.msn.com/i/msnbc/Sections/News/Politics/Conventions/RNC-2004platform.pdf

Encuestas y Opinión Pública

Pew Research Center for the People and the Press
http://people-press.org/

Polling Report
http://www.pollingreport.com/wh2004.htm

The Polls, the Pundits, and the Election of 2004, by John Zogby
http://usinfo.state.gov/products/pubs/election04/polls.htm

Quinnipiac University National Polls
http://www.quinnipiac.edu/x701.xml

Real Clear Politics
http://www.realclearpolitics.com/bush_vs_kerry.html

Campañas Electorales Presidenciales

Commission on Presidential Debates
www.debates.org

Council on Foreign Relations: Campaign 2004 Foreign Policy in the Presidential Election
http://www.cfr.org/campaign2004/

Democracy in Action: P2004 Race for the White House
http://www.gwu.edu/~action/P2004.html

Elections 2004 (University of Michigan)
http://www.lib.umich.edu/govdocs/elec2004.html

Federal & State Election Resources
http://www.llrx.com/columns/roundup25.htm

Federal Election Commission: About Elections and Voting
http://www.fec.gov/elections.html

Foreign Press Center: Campaign 2004
http://fpc.state.gov/c9752.htm

League of Women Voters: The Election Process
http://www.lwv.org/voter/read.cfm?pid=elections101

Political Campaign Management
http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/pcm/links.shtml

Politics1—Presidency2004
http://www.politics1.com/p2004.htm

Project Vote Smart
http://www.vote-smart.org/

Scholastic News: Election 2004
http://teacher.scholastic.com/activities/election2004/

Votantes

Center for American Women and Politics
http://www.rci.rutgers.edu/~cawp

Center for Voting and Democracy
http://www.fairvote.org

Motivating Younger People to Vote
http://www.pewtrusts.com/pdf/new_voters_brief_0504.pdf

El Departamento de Estado no asume responsabilidad por el contenido y disponibilidad de los recursos señalados aquí. Hasta el 21 de septiembre de 2004 los enlaces citados estaban activos

---

Cubierta trasera: Fotografía de Steve Bogart/NowThis.com

http: / / usinfo.state.gov / journals / journals.htm

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS
OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL