

MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ

**RUMBO
A LA
CASA BLANCA**



Universidad del Desarrollo
Facultad de Gobierno

Copyright © 2020 Miguel Ángel Fernández

Programa de Opinión Pública

Centro de Políticas Públicas, Facultad de Gobierno

Universidad del Desarrollo, Chile

gobierno.udd.cl

Diseño e imágenes bajo licencia abierta no comercial de Creative Commons 3.0. Documento de distribución gratuita, prohibida su venta.

Primera edición, Septiembre 2020

Presentación

La democracia más longeva de la historia moderna elegirá su camino para los próximos cuatro años, con probablemente la elección que más diferencias morales, políticas y económicas ha existido desde el triunfo de Abraham Lincoln.

La contienda tiene como protagonistas al incumbente republicano Donald Trump y al ex vicepresidente demócrata Joe Biden. Si bien Biden puntea en las encuestas, Trump ya logró triunfar en el Colegio Electoral con una minoría de voto popular hace cuatro años. ¿Podrá volver a sorprender?

Este 2020 Estados Unidos elige a su próximo presidente en medio de la pandemia, problemas raciales y la crisis económica más aguda en casi un siglo. Las llaves de la Casa Blanca están en juego, y para entender las razones del triunfo de uno u otro candidato debemos explorar el camino a la candidatura, la operativa electoral, el tenor de la campaña, los temas de política pública, el despliegue estratégico de los comités presidenciales y el rol de los medios en un ambiente de creciente polarización y conflicto.



Índice general

1 Rumbo a noviembre 9

I **Nominación y sistema electoral**

2 Rumbo a la nominación 19

2.1 Una mirada histórica a las primarias 21

2.2 Las primarias de 2020 27

2.2.1 El camino de Biden 28

2.2.2 El camino de Trump 34

2.3 Las convenciones nacionales de los partidos 38

2.3.1 La convención demócrata 39

2.3.2 La convención republicana 42

2.3.3 Las convenciones frente a frente 45

3	Procedimiento electoral	51
3.1	Instituciones fiscalizadoras	51
3.2	Operación y mecanismo de las elecciones	54
3.2.1	El voto presencial	56
3.2.2	El voto en ausencia, por correo y anticipado	60
3.2.3	El voto por correo en 2020	64
3.3	El Colegio Electoral	69

II

La campaña y los votantes

4	Medios y campañas	79
4.1	Los medios de comunicación	79
4.2	La relevancia de las campañas	87
4.2.1	La carrera publicitaria	92
4.3	Donaciones y gasto electoral	95
5	El votante americano	101
5.1	Participación electoral	101
5.2	Identificación partidaria	106
5.3	La economía y popularidad del presidente	109
5.4	Los temas de política pública	113
5.5	Tendencias demográficas	114
5.6	¿Polarización u ordenamiento? La división americana	117



La carrera 2020

6	Rumbo a Avenida Pensilvania	125
6.1	Los modelos predictivos y las encuestas	129
6.2	Posibles efectos del COVID-19	137
6.2.1	Contagios, muertes y el apoyo a Trump	141
6.3	El camino a los 270: El mapa electoral	145
6.4	Eventos de campaña	155
6.4.1	Temas de política pública	155
6.4.2	Los debates presidenciales	163
6.4.3	Polémicas de campaña	167
7	Más allá de la presidencial	175
7.1	La carrera en el Senado	177
7.2	La carrera de los Representantes	180
7.3	Consideraciones finales	184
	Referencias	189
	Index	197



1. Rumbo a noviembre

Sin espacio para dudas, pocas contiendas presidenciales aúnan tanta atención internacional como la de los Estados Unidos de América. La cuna de la democracia liberal ha desarrollado un estilo único de elecciones fruto de la combinación de su forma de Estado, las ideas de innovadores públicos y reformas impulsadas durante las últimas décadas. En términos partidistas, la elección del presidente se ha determinado en el último siglo entre dos partidos: Los Demócratas y los Republicanos¹ (o GOP por las siglas en inglés de su sobrenombre de “gran partido viejo”). Más allá de éstos, candidatos de una tercera fuerza han producido movimientos electorales significativos – tal como el caso de Ross Perot en la contienda de 1992 y su efecto sobre la derrota del ex presidente George H. Bush – aun cuando demócratas y republicanos han gobernado alternadamente desde la administración

¹Convencionalmente se ha identificado al partido demócrata con el burro, y a los republicanos con el elefante. Esta simbología de los partidos se atribuye al artista Thomas Nast, quien en 1874 publicó una caricatura en el periódico Harper’s Weekly.

de Millard Fillmore entre 1850 y 1853. Siguiendo esta histórica tendencia, este 2020 el posible impacto de las candidaturas del partido Verde (Howie Hawkins) o el Libertario (Jo Jorgensen) no parece ser substancial, y la elección a celebrarse el próximo martes 3 de noviembre estará marcada por la competencia entre el incumbente Donald J. Trump y el ex vice-presidente Joe Biden.

La competencia no es trivial puesto que, bajo un sistema presidencialista, el partido y candidatura triunfadora tomará las riendas del mayor poder político de Estados Unidos: el ejecutivo. A nivel general éste está compuesto por un presidente y un vicepresidente, que durarán cuatro años en su cargo y tendrán la posibilidad de reelegirse una vez de manera consecutiva². Si bien en términos técnicos la elección se celebra bajo un sistema de mayoría, la presencia del Colegio Electoral – compuesta por 538 miembros que deben respetar la expresión de la ciudadanía de cada estado – permite la posibilidad de que un presidente sea elegido sin una mayoría de votos individuales, pero con una pluralidad de votos electorales (al menos 270 votos electorales de los 538 en disputa).

Así, un sistema de mayoría se transforma en un mecanismo para evitar la única expresión de las regiones de más alta concentración poblacional, y mantener la relevancia de cada estado federado. El Colegio Electoral es, sin lugar a dudas, la más reconocida – y actualmente polémica – institución electoral del país. Pero, sin perjuicio de ello, es solo la punta de un entramado institucional que deja un amplio

²Durante la administración de Harry S. Truman, se ratificó la decimosegunda enmienda constitucional de 1951 que formalmente estableció un límite de dos periodos consecutivos en la presidencia (si bien dicha norma no aplica para su mandato, sus asesores le recomendaron no buscar la reelección). Esto ocurrió luego de que Franklin D. Roosevelt se transformara en el único presidente en romper la tradición de los dos términos tras ir (y triunfar) en su tercera incursión presidencial en 1940 (y luego, volver a hacerlo en la elección de 1944).

espacio de libertad a los estados (y ciudades) para decidir el procedimiento, características y mecanismos de votación.

Mientras se escriben las páginas de este libro digital, Joe Biden lidera las encuestas y parece ser el más probable ganador de la elección. Sin embargo, el incumbente republicano Donald J. Trump – como se ya mencionó – ya obtuvo el triunfo con prácticamente todos los modelos y encuestas en contra. Sumado a la diferencia en los sondeos y el clima electoral, el COVID-19 ha traído una debacle financiera y social poco vista en la historia americana, cambiando los incentivos para cómo llevar adelante las campañas, y poniendo aún más énfasis en el uso de redes sociales para movilizar electores a las urnas y persuadir a votantes indecisos. Por si esto fuese poco, la figura de Trump levanta anticuerpos inclusive al interior del partido republicano, y su estilo personalista de corte populista crispa al país en momentos donde los problemas de salud, raciales, de género y económicos parecen no terminar.

El futuro de una de las economías más poderosas del mundo, la forma en la cual se planteará su relación con la comunidad internacional – incluyendo Latinoamérica – y el camino que decida tomar Estados Unidos de cara a los desafíos que presenta el creciente poder de China, los cambios tecnológicos, y la creciente división de la ciudadanía americana se jugarán en el primer martes tras el primer lunes de noviembre. Una buena parte del naipes electoral ya ha sido expuesto, pero aún falta contar los votos – situación que podría tomar inclusive semanas por el auge del voto por correo – para determinar quién se sentará en enero próximo en el sillón de la sala oval.

Para comprender las claves que guiarán la victoria de uno u otro candidato, el siguiente documento presenta una descripción de los

principales elementos que juegan parte del proceso para elegir al presidente de Estados Unidos. Desde los organismos electorales hasta las características del votante americano, cada arista que confluye en la ratificación final del presidente crea su propio incentivo y modifica, sea de manera directa o indirecta, la coordinación de los esfuerzos de agentes políticos y otros grupos interesados en la forma y capacidad que tienen de influir en el resultado final.

La Figura 1.1 exhibe un diagrama general de cómo es el procedimiento electoral para elegir al presidente de los Estados Unidos. Así, el proceso para llegar a la Casa Blanca consta de cinco etapas fundamentales: Las primarias (y caucus), la convención nacional, el período de campaña presidencial, la elección general y el proceso del Colegio Electoral. Aproximadamente, este proceso comienza en los últimos meses durante el año previo a la elección (con la instalación de los candidatos a primarias) y finaliza durante el mes de enero con la inauguración del presidente electo.

Para describir cada una de estas etapas el documento se estructura de la siguiente manera. Tras esta breve introducción, la segunda sección presenta el camino que deben seguir quienes esperan estar en la papeleta de votación de noviembre; las primarias y las convenciones de los partidos se toman las páginas para desarrollar su historia, detalles e importancia. La tercera parte describe los principales organismos electorales que intervienen en el proceso, poniendo especial énfasis en la dimensión descentralizada del proceso electoral americano. En esta sección se explora las modalidades de votación (presencial o ausente) y se expone la dimensión operativa (cómo, donde y cuando votan los ciudadanos). La última parte del tercer capítulo revisa el colegio electoral, su origen, controversias actuales y los in-

centivos que entrega para la estrategia electoral de las campañas presidenciales. El capítulo cuarto describe un tema relevante, la relación entre la política y su expresión de campaña y los medios de comunicación en los Estados Unidos. Desde allí se da lugar a la quinta parte del documento, que presenta una revisión bibliográfica de los principales factores que explican el comportamiento electoral del votante americano. En el sexto apartado, se revisa el estado de la carrera de 2020, poniendo énfasis en las encuestas y modelos predictivos, el posible efecto de la pandemia sobre la posibilidad de reelección de Trump, y se describen las polémicas de la campaña y factores de último minuto que podrían impactar el camino de la contienda. El último capítulo revisa brevemente la relevancia de la elección presidencial para los comicios senatoriales y de representantes, y termina con una breve reflexión personal sobre el momento que vive Estados Unidos.

De esta forma, la lectura de esta guía digital puede ser de principio a fin – con el objetivo de que el lector tenga una noción lo más completa (y a su vez sencilla) posible del trazado para transformarse en presidente, o puede explorar solo aquellos capítulos de naturaleza más contingente a la elección. De ser esta última alternativa el foco de la lectura, recomiendo recurrir a los capítulos dos, cinco y seis, más el apartado relativo al Colegio Electoral en el capítulo 3. Lo anterior debido a que, dada la complejidad del sistema americano y sus múltiples normativas, es importante conocer el cómo y por qué votan los americanos, como así también tener una noción general de los tópicos relevantes de la elección.



Figura 1.1: El proceso electoral para elegir al presidente de los Estados Unidos

Antes de revisar el proceso de nominación a la presidencia (tópico con el que comenzará este viaje por el sistema electoral americano), una advertencia para quien lea estas páginas. Aquí encontrará una exposición de lo que se debe conocer para entender la elección americana, y una descripción de los eventos de campaña, pero no así un relato o interpretación de lo que hoy en día ocurre en los Estados Unidos. Asimismo, los datos y estadísticas que se presentan están actualizadas a la tercera semana de septiembre, por lo que lo que ocurra durante octubre podría alterar los modelos, temas e inclusive polémicas en torno al proceso. Solo como ejemplo, la muerte de la jueza Ruth Bader Ginsburg pone de relevancia la Corte Suprema y sus equilibrios políticos en medio de la campaña, pudiendo establecer nuevos incentivos para la movilización de electores e inclusive reabriendo un debate que tuvo lugar durante las elecciones de 2016. Por razón de tiempo y especialidad, solo se comenta esta situación de manera superficial en el capítulo sexto de esta guía. A su vez, temáticas que podrían aparecer frente a la luz pública pueden también aplanar la resonancia de otros tópicos, que, sin dejar de ser fundamentales para el futuro americano, podrían no tener el sitio que se anticipa en los debates y conversaciones políticas del país.



Nominación y sistema electoral

2 Rumbo a la nominación .. 19

- 2.1 Una mirada histórica a las primarias
- 2.2 Las primarias de 2020
- 2.3 Las convenciones nacionales de los partidos

3 Procedimiento electoral ... 51

- 3.1 Instituciones fiscalizadoras
- 3.2 Operación y mecanismo de las elecciones
- 3.3 El Colegio Electoral



2. Rumbo a la nominación

Comencemos por lo obvio. Para optar al cargo de presidente, la constitución de los Estados Unidos establece tres requisitos: ser un ciudadano natural del país¹ (nacer en suelo americano), tener al menos 35 años de edad, y haber sido residente durante 14 años o más. Más allá de dichos requisitos, ser candidato a la presidencia americana requiere el apoyo de uno de los partidos mayores, o a la inscripción de la candidatura en cada uno de los estados del país. Es decir, para acceder a estar en la papeleta las opciones son: triunfar en la primaria de uno de los partidos constituidos en todos los estados, o bien atenerse a las normas y procedimientos de cada estado para individualmente inscribir la candidatura en él.

Por ejemplo, Alabama requiere que un partido menor o una can-

¹Durante la elección de 2008, un movimiento del Partido Republicano inició una campaña de desprestigio en contra del (entonces) candidato Barack Obama. Conocida como el movimiento “birther”, este grupo desplegó afiches alrededor del país pidiendo el certificado de nacimiento de Obama, atribuyendo que había nacido en Kenya y no Hawaii. Entre algunos de los proponentes más conocidos se encontraba Mike Huckabee (ex pre-candidato durante 2008) y Donald Trump.

didatura independiente consiga la adhesión de un número de ciudadanos que sea – al menos – igual al 3% del total de votos emitidos en la última elección. En lugares como Kentucky el procedimiento es más engorroso, requiriendo que las candidaturas sean inscritas solo por partidos políticos (aquellos que hayan obtenido al menos 20% del voto popular en las últimas elecciones) u organizaciones políticas (aquellos que hayan obtenido más del 2% y menos del 20% de los votos en los comicios previos) de manera directa; todo el resto de las opciones deberán juntar al menos 5000 firmas. Un último ejemplo a destacar es el caso de Louisiana, en donde para ser candidato presidencial de un partido no reconocido se requiere juntar 5000 firmas (al menos 500 de cada distrito) y pagar un arancel de 500 dólares.

Así, y al igual que en la inscripción de candidatos independientes, las reglas que rigen el proceso de primaria varían de estado en estado – y aún más importante – de partido a partido. Desde un punto de vista histórico si bien los caucus, o reunión de los miembros locales de un partido registrado, han sido parte del proceso de nominación presidencial en Estados Unidos desde sus inicios, el mecanismo de primarias data desde la primera mitad del siglo XIX (el primero en celebrarla fue el Partido Anti-masónico en 1831). A partir de inicios del siglo XX², los partidos políticos comenzaron a utilizar primarias como una forma de testear la popularidad de los candidatos presidenciales frente a la ciudadanía, buscando generar un balance entre la opinión de los votantes y la preferencia de los líderes partidarios.

²La primera primaria con real atención pública fue la celebrada en 1921. En ella, Theodore Roosevelt buscó asegurar su opción presidencial mediante este mecanismo. A pesar de vencer en 9 de las 10 contiendas primarias, el incumbente William H. Taft resultó nominado candidato por la proporción de delegados electos mediante voto en primarias y mediante la representación de los líderes del partido.

Ahora bien, no fue hasta la década de 1970 en donde el proceso de primarias tomó el tono y potencia que tiene en la actualidad. Tras el establecimiento de nuevas reglas en el partido demócrata - las cuales apuntaron a aumentar el poder de las preferencias de los ciudadanos en el proceso de nominación presidencial - las primarias se transformaron en eventos maratónicos que eliminaron el control de los agentes profesionales de los partidos y dieron creciente espacio a apelativos de corte populista (Patterson, 1993).

2.1 Una mirada histórica a las primarias

Históricamente el proceso de primarias estuvo dominado por agentes de los partidos. Si bien la forma de categorizar los diferentes mecanismos del proceso difiere entre académicos y analistas, una mirada histórica requiere de una delimitación basada en cinco tipos. De esta forma, en sus inicios el proceso de nominación de candidatos empleaba un mecanismo denominado “primarias de delegados”, en los cuales se elegían nombres no vinculados a un determinado candidato. Así también, coexistieron procesos en donde el comité del partido a nivel estatal determinaba a quien apoyar, y convenciones o caucus locales de miembros notables de la estructura partidista. En los tres casos, el proceso estaba dominado por la “interna del partido”, dejando nulo espacio a los votantes para participar del proceso de nominación (Smith y Springer, 2009). Sumado a dichos mecanismos, el tiempo dio lugar a los llamados “caucus participativos” (en donde todos los individuos vinculados al partido podían participar, y no solo una cúpula) y las primarias abiertas (todo ciudadano que no fuese del partido contrario estaba habilitado para votar). El Cuadro 2.1. exhibe la evolución del uso de estos mecanismos al interior del

partido demócrata y republicano.

Cuadro 2.1: Mecanismos de elección en nominación presidencial (% aproximado en relación al total de carreras)

	Cómité partido	Caucus	Primarias delegados	Caucus participativo	Primaria abierta
Demócratas					
1936	8%	31%	31%	15%	14%
1968	13%	24%	19%	21%	23%
1972	2%	2%	14%	36%	46%
1984	0%	0%	0%	37%	63%
2008	0%	0%	0%	30%	70%
2016	0%	0%	0%	30%	70%
Republicanos					
1936	4%	31%	32%	20%	14%
1968	5%	24%	23%	28%	20%
1972	3%	16%	20%	24%	37%
1984	4%	1%	8%	32%	54%
2008	0%	0%	4%	34%	62%
2016	0%	0%	0%	28%	72%

Fuente: Actualización a datos de Smith y Springer (2009).

Los primeros en llevar a cabo una restructuración de este proceso fueron los dirigentes del partido demócrata. Tras un controvertido proceso en 1968³, los agentes partidistas decidieron reconstruir com-

³Controlando el senador, la cámara de representantes y la oficina oval, el partido demócrata tuvo su más compleja convención nacional durante 1968. El incumbente Lyndon B. Johnson – presidente que reemplazó a John F. Kennedy tras su asesinato en 1963 y logró la victoria en las elecciones de 1964 – se enfrentó a un partido dividido en donde los senadores Eugene McCarthy y Robert F. Kennedy, sumado al vice-presidente Hubert Humphrey, ingresaron a la carrera primaria en búsqueda de la nominación. El incumbente Johnson retiró su candidatura tras vencer por escaso margen la competencia en Nueva Hampshire, y durante la convención miembros del partido decidieron

pletamente su estructura y reglas electorales internas. Así, iniciaron un proceso de comisiones (encabezadas por altos líderes tales como el gobernador de Iowa Harold Hughes) que revisó las normas y funcionamiento de la convención nacional del partido. Operando desde 1968 hasta 1986, lograron transformar por completo – y de manera paulatina – el proceso de nominación de candidatos. Así, por ejemplo, la comisión inicial encontró una serie de vicios que rodeaban el mecanismo tales como que los delegados a la convención eran seleccionados por mecanismos poco democráticos en una veintena de estados. Otro escándalo se basó en que los delegados obviaban deliberadamente que candidato apoyarían, dejando un amplio espectro para la realización de *quid-pro-quo* (tú me otorgas un beneficio y yo apoyo tu candidatura) al momento de decidir a quién apoyar (Davis, 1997).

El resultado final fue un mecanismo que puso límites a la promesa de entrega de altos cargos públicos a senadores, gobernadores y otras autoridades, eliminado el voto por proximidad (mecanismo que forzaba una elección bajo una lógica de “tómalo o déjalo”), estableciendo una redistribución de los delegados a nivel nacional (dejando un porcentaje mayoritario, 1614 de 3000, bajo distribución por tamaño de población de cada estado), y vinculando a los delegados a un determinado candidato a la nominación presidencial. Sin dejar de lado la relevancia de las reformas mencionadas previamente, una de las nue-

apoyaran la candidatura de Humphrey, haciendo caso omiso a la petición de los votantes de un candidato anti-guerra (Vietnam) y a los resultados del proceso popular en las primarias. El evento celebrado en Chicago contó con más de 6,000 miembros de fuerzas militares cuidando el orden, se dio en el marco de movimientos anti y pro guerra, y el triunfo del vice-presidente fue tomado como una intervención “en las sombras” del presidente Johnson y el alcalde de Chicago de la época Richard Daley. Tras el escándalo, los demócratas comenzarían un paulatino proceso de reforma que cambiaría para siempre la batalla por la nominación presidencial.

Las reglas más importantes nació durante la década de 1970 (Davis 1997). La instalación de un porcentaje mínimo de votación (15 %) para obtener delegados en cada estado puso límites a la capacidad real de un alto número de candidatos de perdurar toda la carrera primaria, y hasta el día de hoy es uno de los mayores factores que explican la baja tasa de supervivencia de las campañas del partido demócrata – durante esta última carrera demócrata se inscribieron veintinueve candidatos a diciembre de 2019, y ya para inicios de marzo solo quedaban dos en competencia.

El proceso de 2016 – que dio por triunfadora a Hillary Clinton por sobre Bernie Sanders – posibilitó un nuevo conjunto de reformas que apuntaron a aumentar la participación ciudadana y transparencia del proceso. Así, la convención nacional apuntó a forzar a las ramas locales de los partidos a usar el sistema gubernamental de primarias, aumentar la accesibilidad al proceso de votación (permitiendo inscripción en el mismo día o registro automático, y obligando a los caucus a tener opción de voto ausente o a distancia). Además, se redujo el número de los súper delegados – oficiales del partido nominados por el comité central – a 771 (de un total de 4,500 delegados a nivel nacional) y limitó su campo de acción a convenciones sin resultado popular o bien emitir votos no-decisivos.

De esta forma, el proceso que llevó a Biden a la papeleta estuvo marcado por la distribución proporcional (de acuerdo al número de electores presidenciales del Colegio Electoral) de los delegados del partido en cada estado, siendo un cuarto de ellos asignados al ganador de cada estado y el restante divididos de acuerdo a cada dis-

trito congresista del territorio⁴. Tal como se mencionó brevemente, la competencia por la candidatura demócrata comenzó con el abanico más amplio de postulantes desde su transformación en la década de 1970. Veintinueve candidatos – sin contar al multimillonario Mike Bloomberg que inscribió su candidatura ya entrado el 2020 – pretendieron persuadir a los adherentes del partido para competir contra el incumbente Donald J. Trump.

Al igual que su contraparte demócrata, el partido republicano comenzó su propio proceso de reformas tras la polémica primaria de 1964. Los dirigentes del partido eligieron al ex presidente Dwight Eisenhower para estar al cargo de la comisión que durante 1968 recomendó una serie de cambios “superficiales” para mantener la imagen del partido. En la misma línea, una segunda comisión en 1971 (denominada como el comité de delegados y organización) propuso cambios a la estructura de la convención tales como la duración de las intervenciones y la asignación de asientos durante el evento, sin nuevamente cambiar la estructura y funcionamiento de la competencia interna. Así, no fue hasta la acción de los legisladores estatales que el proceso de nominación republicano varió a la par del demócrata (Smith y Springer, 2009). Por consecuencia, el porcentaje de delegados electos mediante primarias abiertas incrementó desde un 40% a finales de 1960, hasta alcanzar un 70% para finales de la década siguiente.

Si bien la novedad institucional en la forma de elección llegó desde el partido demócrata, los republicanos innovaron en otro aspecto fundamental que da forma a las carreras actuales: el espacio temporal

⁴Algunos estados, como Texas, utilizan una división territorial distinta al de los distritos correspondientes a la elección de la cámara de representantes.

de la competencia. Temiendo que candidatos menores no pudiesen competir con las grandes figuras, y buscando amplificar la capacidad de los candidatos de aunar voluntades a lo largo del país, los republicanos instalaron un sistema que permitiese estirar el proceso durante varios meses. De esta forma, lograron dar así oportunidad a las candidaturas de atraer gradualmente el apoyo de sus adherentes, y con ello, ir recaudando apoyo financiero suficiente para sustentar su esfuerzo (Smith y Springer, 2009). Por ejemplo, el plan trazado por el comité central del partido para el año 2000 determinó que los estados que decidieran celebrar sus primarias entre el 15 de marzo y el 14 de abril obtuvieran un 5% más de delegados que aquellas que llevaran a cabo su proceso antes, y asimismo las que decidieran establecer sus eventos entre el 15 de abril y el 14 de mayo recibieran un 7.5% más de delegados⁵.

Durante los últimos ciclos de nominación primaria, los partidos se han dirigido hacia una relativa estabilidad en relación al tipo de elección a celebrar; desde 2008 hasta 2016 el cambió entre caucus participativos y primarias presidenciales ha sido marginal. Sin perjuicio de ello, la descentralización del sistema americano – y sus partidos – produce que elección tras elección los partidos replanteen la forma en que están llevando a cabo el proceso de nominación de sus candidatos, cada vez más impactados por la presión que ejerce la opinión pública y los medios de comunicación para caminar hacia la transformación del proceso en un completo sistema de primarias abiertas. Durante este 2020 variados sistemas de primaria existieron

⁵Este proceso resulto inadecuado, especialmente por el incentivo generado a estados como California (el cual podría alcanzar a consolidar casi el 40% de los delegados totales) para atrasar su evento primario, y así forzar a otros estados a adelantar su elección para evitar ser irrelevantes durante el proceso.

en el país, la Figura 2.1. muestra las características de cada estado basados en la lógica de primarias abiertas (todos los ciudadanos inscritos que no militen en el partido contrario pueden participar) versus sistemas cerrados (solo miembros del partido pueden votar).

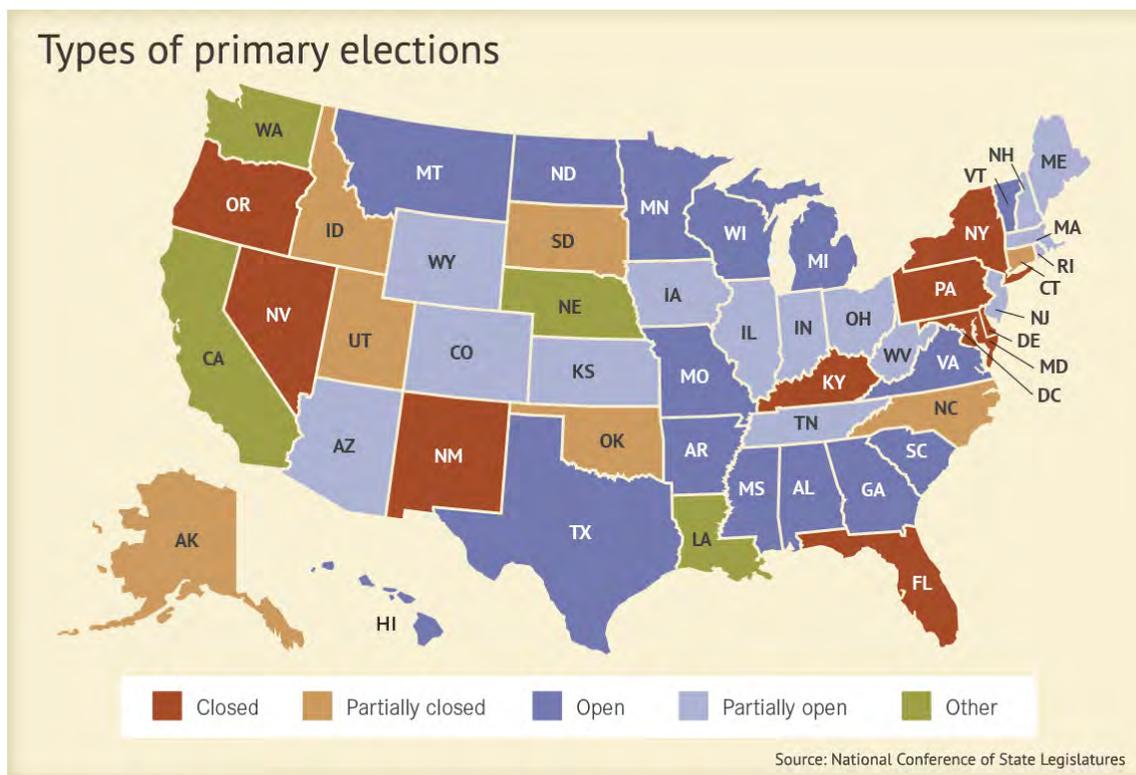


Figura 2.1: Tipos de primaria por estado

2.2 Las primarias de 2020

De los veintinueve candidatos que comenzaron la carrera demócrata, tras el súper martes de marzo solo Joe Biden y Bernie Sanders se mantenían en carrera de manera efectiva. Tras ese momento, Biden era el favorito en las encuestas y con el mayor número de apoyo de otros candidatos, pero el senador por Vermont todavía no daba la carrera por perdida. Solo la pandemia del COVID-19 determinó el real final de la contienda, y durante los meses de marzo y julio las

elecciones que se celebraron a lo largo y ancho de Estados Unidos solo fueron un mero espejismo de la real competencia que tiene lugar cada cuatro años.

Durante el mismo proceso, una facción minoritaria de los republicanos buscó una estrategia con pocos precedentes e inscribieron candidaturas de primaria para competir con el incumbente Donald Trump; sus esfuerzos fueron en vano, y aun cuando jamás existió la opción real de quitar la nominación al actual presidente, nuevamente la pandemia y la crisis opacó un intento por re-direccionar al partido.

Bajo estos elementos en vista, esta sección se centrará en el desarrollo de la carrera demócrata a la nominación presidencial. Sin embargo, también se describirá la división y proceso que vivió el partido republicano.

2.2.1 El camino de Biden

La carrera demócrata para este 2020 será recordada por tener el mayor número de candidatos de un partido político de Estados Unidos desde 1972. Los resultados finales determinaron que solo siete de esos 29 alcanzarán a recibir el apoyo de delegados: el ex vice-presidente Joe Biden, el senador Bernie Sanders, la senadora Elizabeth Warren, el ex alcalde Michael Bloomberg, el ex alcalde Pete Buttigieg, la senadora Amy Klobuchar, y la representante Tulsi Gabbard. Si bien Biden se transformó en el presunto nominado demócrata tempranamente (tras las primarias del 8 de abril en donde Sanders suspendió su campaña), no fue hasta inicios de julio en donde logró abrochar los 1,991 delegados necesarios para alcanzar la nominación.

Este proceso para alcanzar el “número mágico” se instaló tras las convulsionadas primarias de 2016, en donde el rol de los súper de-

legados (dirigentes del partido) creó un clima de poca transparencia alrededor de la victoria de Hillary Clinton. Como se mencionó anteriormente, una batería de reformas apuntaron a aumentar la participación de los votantes en el proceso de nominación, y se tradujeron en que por primera vez desde 1984 los súper delegados no tendrían injerencia en los votos decisivos para elegir quién representaría al partido en la elección presidencial⁶. En adición, uno de los mecanismos más innovadores se instaló en los estados de Alaska, Hawái, Kansas y Wyoming, en donde se estableció un método de voto por preferencia; en éste, los ciudadanos ordenan a los candidatos por un ranking de preferencia, estableciendo un sistema de eliminación del menos votado hasta que todos los remanentes obtuvieran al menos un 15% de las preferencias (de esta forma, todos quienes lograban superar dicha barrera obtenían al menos un delegado para la convención).

Más allá de las reformas institucionales, la primaria tuvo un aire de renovación sin precedentes en el partido. De los candidatos se logró un número record de seis mujeres en competencia, el primer candidato abiertamente gay, y dos multimillonarios entre las opciones. De esta forma se transformó no solo en una batalla de género, etnia y edad, sino también en la carrera por instalar una agenda más progresista al interior del partido.

Las postales durante la campaña dejaron en claro la división – tanto de ideas como generacional – al interior del partido. Los candidatos que lograron calificar para alguno de los once debates celebrados mostraron sus diferencias en torno a temas tales como el sistema de

⁶Sumado a ello, existieron una serie de cambios en el proceso a nivel estatal. En donde, por ejemplo, estados como Colorado, Hawaii, Idaho, Kansas y Maine transformaron su sistema de caucus en primarias. Por consecuencia, este 2020 tuvo el menor número de caucus de la historia reciente del partido, quedando solo Iowa, Nevada y Wyoming bajo este tipo de elección.

salud, control de armas, cambio climático, reforma migratoria, ingreso básico universal e impuestos. En un comienzo las candidaturas de figuras jóvenes – tales como Amy Klobuchar, Cory Booker, Kamala Harris y Beto O'Rourke – presentaron altas expectativas y ánimo de campaña. Sin embargo, todas ellas comenzaron a sucumbir al poco andar y las figuras más experimentadas del partido – tales como Biden, Sanders o Warren – tomaron la posición estelar en las encuestas y prensa.



Créditos: ABC y NYTimes (2020)

Figura 2.2: El camino de Biden

El proceso comenzó con un desorden de la magnitud esperada para tantos candidatos. Durante el primer debate – celebrado en Miami el 26 y 27 de junio de 2019 – veinte candidatos cualificaron. Los organizadores del partido decidieron partir el grupo en dos noches de diez candidatos cada uno, generando un espacio poco claro y de baja interacción entre las candidaturas. Desde la segunda noche llegó uno de los primeros momentos que inclinaron la balanza de la elección. La senadora Kamala Harris fustigó a Joe Biden su pasado en temas raciales, generando no solo un vuelco en las encuestas posteriores a favor de la senadora, sino también comenzando un paulatino proceso de erosión de la candidatura de Biden – quien, hasta ese momento, co-

rría como el favorito del núcleo del partido y una parte importante de sus adherentes. Si bien Harris no logró cimentar el viento a su favor, uno de los que sí sacó partido de esta situación fue Bernie Sanders.

La candidatura de Sanders era una de las más esperadas de la carrera de 2020. El senador independiente por Vermont, y una de las figuras progresistas más a la izquierda del partido, venía desde un complejo proceso primario en el ciclo anterior, y se había logrado posicionar como uno de los más duros oponentes de la administración Trump. Sin duda esta sería su última opción por alcanzar una nominación, y el entusiasmo provocado durante dicha campaña de 2016 se tradujo en un inusitado aumento de las donaciones individuales a su esfuerzo electoral. Su campaña se instaló desde el mensaje de los socialistas democráticos por América, prometiendo una red de salud universal al alcance de todos los americanos, y recibiendo el apoyo de jóvenes figuras estelares del partido como Alexandria Ocasio-Cortez. Sus problemas de salud, el auge de Elizabeth Warren, la maquinaria de Bloomberg y, finalmente, los apoyos que recibió la candidatura de Biden terminaron por sepultar la opción de “Bernie”. Aun así, el senador logró demostrar que el socialismo en los Estados Unidos tiene una opción viable de cara al futuro, y que – muy probablemente – la generación de nuevas figuras demócratas vivirá el momento para explotarlo.

Si bien Bernie comenzó a subir en las encuestas, otra figura ligada al ala progresista del partido tuvo su momento en los sondeos y la opinión pública. La senadora por Massachusetts Elizabeth Warren logró rosar el primer lugar en las encuestas demócratas durante un breve período en octubre de 2019. Su posición contraria a los multimillonarios, una campaña bien organizada y su fuerte vinculación al mundo

sindical le dio espacio para presentar una batería de propuestas y planes. Fruto de esos mismos planes, y la complejidad de ellos, su opción de nominación presidencial se fue derrumbando. Su falta de lenguaje directo y sencillo, y la imposibilidad de instalar planes complejos en medio de una contienda atorada de candidatos termino por quitar momento y dinámica a su intento.

Así, mientras la figura moderada de Biden se desdibujaba, y el ala más progresista del partido demócrata alcanzaba una popularidad en las encuestas poco prevista, un antiguo republicano hizo su jugada para volver la discusión hacia el centro. Michael Bloomberg, ex alcalde de Nueva York y dueño de uno de los conglomerados de comunicación más grandes del país, anunció su entrada a la carrera demócrata a finales de noviembre de 2019. El magnate invirtió una cifra cercana a los mil millones de dólares en su intento por alcanzar la nominación, saltando el primer caucus de Iowa y las siguientes contiendas primarias en una estrategia de dominación del espacio en los medios (tanto digitales como tradicionales). Analistas y comentaristas cercanos a los demócratas reaccionaron a su candidatura con escepticismo, pero el plan de Bloomberg – en palabras del periodista del Washington Post Michael Scherer – fue no solo buscar la nominación, sino que forzar a los candidatos ya existentes a moderar su discurso y buscar el centro político americano. Su candidatura termino tempranamente, suspendiendo su campaña tras el súper martes de marzo, entregando su apoyo a la candidatura de Biden. Su frase “tres meses atrás entre en la carrera para derrotar a Trump, y hoy la dejó por la misma razón” caló hondo en el proceso de primarias que ya se vivía en medio de la pandemia. Bloomberg pudo no conseguir el paso para correr por el sillón en la sala oval, pero logró cambiar la dinámica retórico-ideológica

de los demócratas, y abrió las puertas de Biden para transformarse en el candidato.

Tras una desastrosa competencia en Iowa, con un sistema de votación electrónica que no permitió conocer al real ganador del caucus hasta días después de la elección, y el invierno americano corriendo a lo largo y ancho del país, los veintinueve candidatos a la nominación comenzaron a suspender sus campañas. Los primeros en salir del lote principal fueron figuras llamadas a renovar el partido, líderes como Beto O'Rourke, Andrew Yang o Corey Booker no lograron los resultados ni el ánimo necesario, y así la competencia se redujo a un grupo reducido de candidatos que debatieron en Charleston, Carolina del Sur, el 25 de febrero de 2020. Días después, y tras el apoyo del más influyente político afroamericano de Carolina del Sur (James Clyburn), Joe Biden lograba su primera gran victoria y acallaba las voces que daban su intento presidencial por terminado. Los días siguientes candidatos como O'Rourke, Klobuchar y Buttigieg dieron su apoyo explícito a Biden; la candidatura del ex vice-presidente de Obama tomaba forma, fuerza y energía joven. Sanders aún tenía espacio, pero este era reducido. En ese momento, el coronavirus apareció.

La pandemia obligó a las candidaturas a dejar el juego en terreno y traspasar sus esfuerzos al mundo digital. Facebook, Instagram y Twitter resonaron con nueva fuerza, y el debate del 15 de marzo celebrado en Washington contó con las medidas de distancia social necesarias. Dos semanas después Wisconsin va a votar en medio de la pandemia, con resultados que en este momento se discuten en los círculos de científicos políticos y epidemiólogos americanos⁷. El

⁷Resultados preliminares exhiben que el coronavirus no solo disminuyó la participación en Wisconsin y Michigan, sino también aceleró la tasa de contagio en zonas donde el virus ya estaba activo (Flanders y otros, 2020; Morris y Miller, 2020).

COVID-19 cancela las primarias de Wyoming, Alaska, Hawái, Ohio y Kansas, y cambia la fecha y proceso de otras 14 contiendas (incluyendo Nueva York, Nueva Jersey y Pennsylvania).

Biden, a pesar de vivir un momento crítico durante finales de enero y principios de febrero, resulta finalmente victorioso en su empresa de nominación presidencial. Más de 18 millones de votos – un 51.5% del total – y la consecución de 2,687 delegados respaldan su candidatura (más del doble que su más cercano rival, Bernie Sanders). Biden ganó todos los estados del país con excepción de California, Dakota del Norte, Nevada, Utah, Colorado, Iowa, Vermont y Nueva Hampshire.

2.2.2 El camino de Trump

Si bien se podría pensar que un presidente que busca la reelección no debe enfrentar un proceso de primarias, el sistema de partidos americano nos dice lo contrario. Tanto en 1984, en donde Ronald Reagan buscaba ser nominado como candidato para perseguir su segundo mandato, y en 2004 con el caso de George W. Bush, todo individuo que busca ser el candidato de un partido debe tener la ratificación del mismo. Así, este 2020 no fue la excepción para Trump, pero el seguro proceso de nominación tuvo también más de una sorpresa.

Tal como en 1983 y 2003, los incumbentes Reagan y Bush anunciaron su intento por perseguir un segundo mandato sin gran sorpresa ni desafiantes. En ambos casos, la nominación se logró de manera temprana, sin sobresaltos y con un reducido margen de votantes. La diferencia del proceso llevado a cabo este año está precisamente en la convocatoria y la división interna del partido de Trump. Si Reagan

y Bush amasaron, cada uno, aproximadamente 7 millones de votos durante el proceso de primarias, Trump logró una cifra record de participación: más de 18 millones de votos. Asimismo, el actual presidente anunció su campaña de reelección temprano en su mandato, pues para febrero de 2017 ya estaba en marcha su estrategia – e inclusive slogan – para perseguir la opción de un segundo período.

Ya durante el primer semestre de 2019 aparecieron los primeros desafiantes: el antiguo gobernador de Massachusetts Bill Weld, el ex representante de Illinois Joe Walsh, y el ex gobernador de Carolina del Sur Mark Sandford fueron reconocidos como los principales adversarios en el camino de Trump por conseguir la nominación. Ninguna de las candidaturas logró momento ni ánimo popular, pero si mostraron que aún existía una facción del partido republicano que estaba dispuesto a competir el liderazgo interno con el magnate inmobiliario. Antiguos rivales, como Ted Cruz o Rand Paul, declinaron entrar en competencia y decidieron dar su apoyo irrestricto a Trump. La disidencia – liderada en momentos por el ex candidato presidencial y actual Senador por Utah Mitt Romney (quien inclusive voto a favor en una de los artículos del impeachment sobre Trump durante inicios de 2020) – pareció acallarse públicamente, y solo se reactivó una vez que Joe Biden parecía tener amarrada la nominación demócrata.

Así, la campaña por la nominación de Trump estuvo marcada por esporádicos desafiantes con poco espacio en los medios tradicionales y una inexistente competencia– Joe Walsh anunció su candidatura en agosto de 2019 y suspendió su empresa tras obtener menos del 1% en la contienda de Iowa, mientras Mark Sandford comenzó su proceso en septiembre del mismo año, y decidió retirar su candidatura dos meses después. Aun así, existieron debates – poco publicitados y con

escasa caja de resonancia mediática – durante fines de octubre; en ellos, solo participaron los desafiantes. Quizás lo más relevante fue la posición de la campaña de Trump, él y su equipo tomaron el proceso desde un punto de vista estratégico: el presidente llevó a cabo una serie de eventos políticos entre enero y fines de febrero en lugares como Ohio, Iowa y Nevada para asegurar el entusiasmo y apoyo de sus bases. Todo su plan se vería desmoronado por el COVID, y con la pandemia expandiéndose a lo largo y ancho del país, sus más fervientes oponentes en el partido comenzaron un silencioso movimiento para mostrar división interna y erosionar la campaña del co-autor del “Arte de la negociación”.



Créditos: ABC y NYTimes (2020)

Figura 2.3: El camino de Trump

La resistencia a Trump se produjo desde diferentes vertientes. Por un lado, una ofensiva mediática desde el mercado de la venta de libros, en donde ex colaboradores y personas vinculadas a su círculo familiar han publicado una docena de obras que realizan críticas descarnadas a la administración del magnate, su personalidad, e inclusive su lealtad al país. Ejemplos como el libro de ex asesor de seguridad nacional John Bolton (“El cuarto donde ocurrió”) realizan una crítica al cómo Trump guía asuntos de seguridad e inclusive desliza la hipótesis

de que el actual presidente buscaba apoyo de China para asegurar su re-elección (el libro fue un éxito, logrando vender más de un millón de copias durante el verano americano). A su vez, se tienen casos como el libro del ex director del FBI James Comey (“Una lealtad mayor”), la memoria de su sobrina Mary L. Trump, y los ya record en ventas “Fuego y furia” de Michael Wolf y “Miedo” de Bob Woodward, los cuales han vendido más de dos millones de copias en total.

Otra fuente de conflicto para el magnate inmobiliario nació desde su propio partido. Durante la convención de agosto pasado – relatada en detalle en la próxima sección de este capítulo – más de 500 oficiales del partido republicano se han opuesto públicamente a un segundo término de Trump. El movimiento “Nunca trumpistas” no solo ha ganado adeptos, sino también espacio mediático en estaciones de televisión más cercanas a los demócratas. Figuras como Collin Powell (ex secretario de Estado), Mitt Romney (ex candidato presidencial y actual senador), John Kasich (ex gobernador de Ohio), James Mattis (ex secretario de Defensa), Richard Spencer (ex secretario de la Armada) y Carly Fiorina (empresaria y asesora del fallecido senador John McCain) han declarado no apoyar a Trump, o bien directamente que votaran por Biden. Sumados a la avalancha de figuras – presentes y pasadas – del GOP que buscan erosionar la candidatura de Trump, el denominado “Proyecto Lincoln” ha invertido millones de dólares en anuncios televisivos atacando al actual presidente en la cadena de cable Fox News.

Así, al momento de la convención que ratificó a Donald J. Trump como candidato a la presidencia del partido, analistas y comentaristas hablan sobre una batalla por el “alma” del GOP. Los fervientes seguidores de Trump – quien goza de una aprobación entre los adherentes

del partido superior al 80 de acuerdo en las más pesimistas encuestas (Bump, 2020) – apuestan a que su retórica termine de transformar el partido, mientras sus enemigos internos esperan una aplastante derrota que les permite reconstruir los cimientos republicanos.

2.3 Las convenciones nacionales de los partidos

Tras los meses de contienda electoral por alcanzar los delegados necesarios para transformarse en el candidato de un partido, la atención mediática americana se centra en las convenciones nacionales de demócratas y republicanos. Si bien en la historia han existido momentos de alta tensión al interior de éstos – tal como fue la nominación de Humphrey en 1968 o incluso la de Hillary Clinton en 2016 – este 2020 no existieron mayores sobresaltos a la hora de ungir al nominado presidencial de cada partido. La novedad llegó entonces por el formato y tono que tomó cada uno de los procesos.

En palabras del comentarista Will Jeakle (Forbes), los eventos de cada partido mostraron el espíritu real de cada uno. Mientras los demócratas instalaron una puesta en escena “hollywodesca” (cargada de efectos de post-producción, bromas, colores y conductores profesionales) que dio como premio máximo la estatuilla de candidato presidencial a Joe Biden, los republicanos se pararon desde la tradición, eligiendo como fondo la Casa Blanca, en un ambiente de círculo romano que buscaba realzar el espíritu americano profundo al mismo tiempo que instaló a la figura de Trump sobre los símbolos patrios que crisan la piel de millones de ciudadanos (Jeakle, 2020).

En términos semánticos al menos, ambas convenciones tuvieron un lugar común: el uso de la figura de “nosotros” contra “ellos”. Tanto Trump como Biden buscaron instalar la idea de que una batalla

más profunda estaba tomando lugar en esta elección: para Trump la libertad versus el socialismo; para Biden la ética versus la corrupción. Enfocados en diferentes dimensiones del oponente, los dos contendores principales a la primera magistratura americana buscaron inflar el espíritu y ánimo de sus seguidores desde la retórica estratégica más sencilla (y efectiva): el enemigo está al frente y debemos unirnos para vencerlo.

2.3.1 La convención demócrata

Durante la tercera semana de agosto tuvo lugar la convención del partido demócrata. Marcada por el momento político de Biden y la participación de un diverso grupo de “estrellas” del partido – incluidas figuras como el ex presidente Barack Obama, el ex candidato y senador progresista Bernie Sanders, y la joven representante de Nueva York Alexandra Ocasio-Cortez – la reunión estuvo marcada por dos estrategias: un momento de generar una coalición anti-Trump, y un intento por posicionar la candidatura del ex vicepresidente desde su figura más que sus propuestas.

Así, los líderes del partido – como Barack y Michelle Obama, y Bill y Hillary Clinton – buscaron establecer un discurso marcado por el peligro que representaría cuatro años más de Donald Trump en la Casa Blanca para el futuro de Estados Unidos. En la misma lógica, repitieron constantemente la necesidad de contar con un presidente de la altura ética, experiencia y sensatez de Biden, que permitiese unir al país y evitar una espiral de odio y violencia que habría desatado Trump.

Para analistas liberales – como Katie Glueck del New York Times – Biden realizó una performance a la altura de lo que se necesitaba.

Fuertemente criticado por Trump y sus adherentes por su poco desplante en oratoria, su discurso de cierre del día jueves mostró su momento más fino, coherente y seguro de lo que va de la elección. De alguna manera, Biden buscó revertir voces – que inclusive provenían desde el interior de su partido – que ponían en duda su capacidad para vencer al presidente en ejercicio en debates y eventos.

A diferencia de lo que ocurriría una semana después en la convención republicana, el evento demócrata tuvo a Biden como figura central sin estar siempre presente. La estrategia fue convocar a minorías (afroamericanos, latinos y asiático-americanos), jóvenes y moderados desde figuras como la de Kamala Harris. Cuando el día miércoles la senadora por California aceptó la nominación, no solo marcó como hito ser la primera mujer de raza negra en estar nominada por un partido mayor a la vice-presidencia, sino que también por su bagaje en la promoción de la equidad de género y su raíz inmigrante. El comité presidencial espera que su figura movilice electores, pero también que su carisma y capacidad de oratoria eclipse a Mike Pence durante debates y apariciones públicas.

En la misma vereda estuvo el protagonismo central del ex presidente Barack Obama – cuyo discurso tuvo de fondo un salón mármol con la historia de la redacción de la constitución – que buscó no solo realzar la figura de Biden, sino también dar un sermón que alce los espíritus de las bases con frases como “no dejen que les quiten su poder” (en directa alusión a la ciudadanía) y “no dejen que ellos (referencia a los republicanos) derrumben su democracia”. Más allá de los llamados, la estrategia de su intervención apuntó en establecer una bisagra clara: la elección muestra la competencia entre el legado de Obama y el de Trump, y el partido que resulte vencedor tendrá la

última palabra para enterrar la apuesta de uno u otro (recordar la incombustible pelea de Trump por repeler y reemplazar el Obama Care). Así, un sentido de urgencia se tomó la convención, y apuntó a establecer – como menciona la ex primera dama Michelle Obama – que Trump no es el presidente que necesita el país.



Créditos: ABC y NYTimes (2020)

Figura 2.4: La convención demócrata

Lo que quedó algo en deuda de la convención pasó por la política pública. Lejos de mostrar las profundas diferencias al interior del partido – que de una u otra manera se avistaron durante la primaria – la convención estuvo plagada de eslóganes en torno a la salud pública, la regulación de Wall Street, el rol de la tecnología, y el cambio climático. Los planes no se presentaron de manera concreta, pero sí se delinearon los principios y objetivos del plan de gobierno de Biden.

Lo que sí tuvo lugar durante las cuatro noches demócratas fue un incesante llamado a participar de la votación. Guiños desde el discurso de Hillary Clinton, un llamado recurrente a independientes, y una puesta en escena para persuadir a militares y ex uniformados fueron parte del cantar de los discursos e intervenciones expresadas durante el evento. La aparición del senador por Illinois, Tammy Duckworth – veterano de guerra de Iraq – durante la última noche ilustró bien esta

estrategia: Trump pierde seguidores, apoyo popular y polariza, y por ello debemos buscar apoyo en quienes lo llevaron a la Casa Blanca cuatro años atrás.

Al fin y al cabo, la convención estuvo centrada en un enfoque micro a grupos objetivos, un intento por promover la candidatura de Biden desde su figura, y no tanto su efecto emocional, y – muy centralmente – atacar la esencia de lo que representa Donald Trump.

2.3.2 La convención republicana

En el caso de la convención republicana, celebrada durante la última semana de agosto de este año, no es de sorprender el centralismo de la figura de Trump en cada una de las cuatro noches del evento. Durante las intervenciones de figuras del partido – incluidos el líder de la bancada mayoritaria de senadores Mitch McConnell, el líder de la minoría de representantes Kevin McCarthy y secretarios de estado como el afroamericano Ben Carson y Mike Pompeo – y los miembros de la familia Trump – Ivanka, Donald Jr y Melania Trump – se buscó instalar una burbuja psicológica de protección sobre la figura del actual presidente.

Al mismo tiempo, Trump y su administración intentó instalar la idea de un músculo de su gobierno en torno a temas de seguridad y orden – recordar los eventos que se han vivido en ciudades como Portland desde el estallido racial que impacta a los Estados Unidos tras el asesinato de George Floyd – para así buscar no solo animar a la base adherente republicana, sino ampliar el espectro a americanos moderados que ven con recelo el auge de violencia en las calles.

Además de ambas esferas de percepción, la convención buscó dar un re-encuadre a la narrativa frente a la pandemia, priorizando un to-

que empático desde el discurso de la primera dama Melania Trump y el vice-presidente Mike Pence al mismo tiempo que el magnate inmobiliario repetía una y otra vez la “rápida” acción de su gobierno durante un inicio (tal como la prohibición de viaje desde China durante febrero y que fue duramente criticada por Joe Biden en un comienzo), la cantidad de testeos que realiza Estados Unidos, y el despliegue de fuerzas militares para apoyar la acción sanitaria de emergencia en ciudades como Nueva York. El tono de las intervenciones en esta materia buscó asegurar a la población que “lo peor” de la pandemia ya había pasado, y que los avances en medicamentos, insumos, y posibles vacunas desde industrias americanas prometían una definitiva solución. Esta retórica no solo buscó instalar un sentimiento de esperanza frente a la compleja situación que vive el país, sino también realzar el sentimiento patriótico – nacionalista de la base republicana y sus activistas.



Créditos: ABC y NYTimes (2020)

Figura 2.5: La convención republicana

Sumado a la narrativa relacionada con el COVID-19, la convención buscó realzar la promesa de una reactivación económica. Volviendo de alguna forma al eslogan que lo catapultó al salón oval, Donald J. Trump repitió la misiva de “volver a hacer América grande”,

pero esta vez enfocado en la recuperación post pandemia. Si durante enero de 2020 el comité de campaña de Trump estaba preparado para enfrentar la elección bajo el mensaje de una expansión económica que extendía una racha de 127 meses consecutivos de crecimiento, la pandemia lo obligó a volver a su discurso de hace cuatro años. El foco fue entonces en lo logrado – rebaja de impuestos, tratados de libre comercio bajo nuevas condiciones con Canadá, México y Corea del Sur, y el record conseguido en la tasa de desempleo – y a la vez en su propuesta de ayuda económica a las clases medias y la apertura de la economía bajo el nuevo contexto.

Sin desmerecer lo central de la pandemia y la reactivación económica, uno de los momentos más llamativos de la convención fue la búsqueda por cerrar dos flancos: los temas raciales y la persecución del orden y la seguridad interna. Con una estrategia desplegada en el apoyo de personas comunes pertenecientes a la población afroamericana, y el protagonismo central de figuras como Ben Carson, Clarence Henderson e inclusive el deportista Herschel Walker (todos afroamericanos, el primero miembro del gabinete de Trump, el segundo un activista por los derechos civiles durante 1960, y el tercero un ex jugador de la NFL), los estrategas detrás de la convención buscaron instalar a Trump como un defensor de las minorías. El objetivo era claro, evitar una masiva movilización de apoyo en torno a Biden – especialmente importante en estados como Pennsylvania - y buscar, al menos, mantener el porcentaje de apoyo del grupo afroamericano obtenido en 2016 (10% para Trump, 90% para Clinton). A tal punto llegó el despliegue que Trump declaró: “He logrado más en tres años por la comunidad negra que Joe Biden en 47” (Zurcher, 2020). La puesta en escena como presidente del “orden y la seguridad” tie-

ne su raíz en los hechos raciales que siguieron al asesinato de George Floyd. El incumbente mencionó escuetamente las “malas” conductos de ciertos miembros de la policía, y declaró que quienes los perpetuaran debían hacerse responsables.

Por último, una parte importante de las intervenciones del mismo Trump y sus seguidores estuvieron destinadas a la figura de Biden. El vice-presidente Pence declaró que “la cruda verdad es que nadie estará a salvo en el país de Biden”, mientras Trump destacó supuestas fechorías y traiciones a la patria por parte del candidato demócrata. A tal punto llegó el pulso contra Biden que Trump aseguró que el ex vice-presidente era un caballo de Troya para el socialismo, y que el plan del demócrata buscaría quitar las armas, libertades y seguridad del pueblo americano.

2.3.3 Las convenciones frente a frente

La pregunta de fondo tras las convenciones de los partidos es quién ganó y qué impacto tiene el evento sobre la intención de voto o aprobación de los candidatos. Para analizar esta situación cuatro indicadores son útiles: la audiencia televisiva, el movimiento en redes sociales, los cambios en las encuestas, y la recaudación de donaciones durante el evento (ver Cuadro 2.2. para comparaciones).

Si bien ambas convenciones fueron transmitidas mediante las redes sociales de los candidatos y partidos, no deja de sorprender la gran cantidad de individuos que ven por televisión las noches en las cuales el partido nombra a su candidato. Según una estimación de la consultora Nielsen (2020) el promedio de audiencia de las noches de los demócratas alcanzaron 21.6 millones de espectadores, superando levemente al rating promedio de las cuatro noches republicanas

Cuadro 2.2: La convención en números: Trump vs Biden

	Trump	Biden
Televisión		
<i>Audiencia Promedio</i>	19.4 millones	21.6 millones
<i>Discurso de Nominación</i>	23.6 millones	24.6 millones
<i>Audiencia Fox News</i>	7.8 millones	2.4 millones
<i>Audiencia CNN</i>	2 millones	5.1 millones
<i>Audiencia MSNBC</i>	1.7 millones	5.8 millones
Redes Sociales		
<i>Youtube (promedio C-SPAN)</i>	1475000	93000
<i>Tweets promedio</i>	59202	55051
<i>Usuarios Facebook</i>	27.9 millones	27 millones
<i>Interacciones Facebook</i>	167.5 millones	182 millones
Encuestas		
<i>Pre-convención</i>	40%	50%
<i>Post-convención</i>	41%	49%
Modelo Predictivo		
<i>Pre-convención</i>	28%	72%
<i>Post-convención</i>	32%	68%
Recaudación Donaciones	76 millones USD	70 millones USD

Fuente: Elaboración propia en base a distintas fuentes

(19.4 millones de espectadores). Quizás lo más relevante son las diferencias entre el rating de canales de televisión entre ambos eventos; un 40% de la audiencia republicana se informó de la convención de su partido a través del canal de cable Fox News, mientras un 27% de los demócratas sintonizaron el canal de cable MSNBC.

Así, a primera vista pareciese que los demócratas tuvieron mayor sintonía entre canales abiertos y de cable, pero el caso de C-SPAN en su canal de Youtube empata algo la situación; el promedio de audiencia de las noches de la convención republicana en este medio llegó a 1.48 millones de reproducciones, mientras los demócratas solo lograron un promedio de 93 mil.

En cuanto a las redes sociales, los datos que entrega Facebook y Twitter muestran una leve superioridad del alcance de los republicanos sobre los demócratas. Siguiendo el análisis de la plataforma Sprout Social (2020), la convención de los partidos alcanzó en total 4 millones de interacciones; de estos, los demócratas promediaron poco más de 55 mil tweets durante las cuatro noches, siendo superados por los republicanos quienes alcanzaron un promedio de conversación superior a los 59 mil mensajes por noche. Los datos entregados desde Facebook muestran una tendencia cruzada, así mientras la convención nacional demócrata logró 27 millones de usuarios alrededor del evento, el mismo indicador para las noches republicanas alcanzó 27.9 millones de cuentas; pero, así como existieron más usuarios enganchados a la convención del partido de Trump, éstos generaron 167.5 millones de posteos, reacciones y comentarios, siendo superados por los adherentes demócratas que totalizaron 182 millones de interacciones. De alguna forma, existió más audiencia para el proceso de nominación final de Trump, pero los adherentes de Biden fueron

más activos en la misma red social.

Una última comparación a realizar proviene desde los sondeos post-convenciones. Si bien algunas encuestas – como la Ipsos/ABC News (2020) – mostraron una sensación del ambiente más negativa a la convención de Trump que a la de Biden (37% de aprobación sobre el mensaje republicano versus un 53% de aprobación al demócrata), entre aquellos que siguieron atentamente las noches de los eventos aprobaron por una mayoría (59%) el contenido de lo que los republicanos trazaron como su hoja de ruta para los próximos cuatro años. Ahora bien – y siguiendo la misma encuesta – en cuanto a un posible cambio en las percepciones de los candidatos, las convenciones no produjeron mayores alteraciones: Trump mantuvo su porcentaje de apoyo cercano al 30%, mientras Biden también se mantuvo cercano al 45% (cifras estadísticamente iguales a sondeos de semanas previas).

Sin desconocer los resultados entregados por el sondeo Ipsos/ABC News, los portales especializados en agregación de encuestas mostraron un escenario algo distinto. Teniendo en cuenta la gran ventaja que poseía Biden al momento de comenzar las semanas de convenciones, se preveía que los eventos eran una gran oportunidad para enrielar la candidatura de Trump y, por otro lado, una cuidadosa apuesta del lado de Biden para mantener su ventaja. Los resultados entregados por FiveThirtyEight (2020) muestran un auge en la candidatura de Trump de cuatro puntos porcentuales en su probabilidad de triunfar en el Colegio Electoral (28% durante la semana del 16 de agosto, a 32% para la semana siguiente a su convención).

Sin embargo, ya para el 02 de septiembre el modelo se había corregido, entregando un 30% de chances a la candidatura del incumbente

para lograr su reelección. Esto ocurrió como consecuencia de que el promedio ponderado de las encuestas que revisa el portal mostraron un aumento en el apoyo a Trump, disminuyendo la brecha con Biden (10 puntos antes de la convención) en tres puntos porcentuales, situación que ha tendido con las semanas a mantenerse en torno a 8 puntos de diferencia de apoyo popular entre una y otra candidatura.

Un último dato interesante es la recaudación de cada una de las campañas durante su semana de convención. Siguiendo datos entregados por los mismos comités del partido republicano y demócrata, durante las cuatro noches de la convención que nominó a Biden se alcanzó un total de 70 millones de dólares en donaciones. Por su parte, la campaña de Trump reportó un total de 76 millones en donaciones durante el evento. Si bien ambas estimaciones fueron auto-reportadas por las campañas – y tomando en cuenta la separación entre una semana y otra de las reuniones de los partidos – pareciese que Trump logró recaudar más fondos para su intento de reelección.

De esta forma, las convenciones se mostraron reñidas, pero sin un sobresalto en las encuestas, la cobertura mediática o las donaciones como ocurrió en 2016. Trump logró triunfar en las redes sociales de manera escuálida, al igual que Joe Biden en torno a la audiencia televisiva. En cuanto a los sondeos de preferencia electoral, Trump logró repuntar en algo su candidatura, pero a la vez se ha visto poco impacto en los estados decisivos – los cuales se comentarán en detalle en el sexto capítulo de este escrito. Sobre la recaudación, solo queda apostar a la honestidad de las campañas, y en aquel campo pareciese que el magnate inmobiliario tomó la delantera.

The background of the slide features a photograph of the Statue of Liberty in New York City, silhouetted against a vibrant sunset sky with orange and yellow hues. The city lights are visible in the distance.

3. Procedimiento electoral

3.1 Instituciones fiscalizadoras

Desde lo institucional, una primera arista a considerar son los organismos que intervienen en el proceso electoral. Dada la naturaleza federal del Estado americano, no existe una institución o cuerpo electoral nacional que establezca las normas y pautas bajo las cuales se conduzca cada uno de los comicios, reporte los resultados de la elección en cada estado, o sea arbitro en las posibles disputas electorales que puedan presentarse. Así, las elecciones norteamericanas son conducidas por sus estados bajo un marco general de leyes anti-discriminación establecidas por la ley federal, y a su vez dichos estados delegan la operación de los comicios a organismos locales.

El poder federal (o nacional) juega un rol relativamente menor dentro del proceso eleccionario si se compara con otros países. Dentro de ellas destacan cuatro cuerpos que tienen la capacidad de influir y aplicar las leyes nacionales:

- Congreso: Siguiendo la constitución (artículo 1, sección 5), cada cámara del congreso será el juez de las elecciones de cada uno de sus miembros. En este sentido, si naciese una disputa en alguna carrera en la cámara de representantes o el senado que no pueda ser remediada por el estado y los oficiales electorales locales, los miembros de dicha cámara determinarán quien triunfo en dicha elección.
- Comisión Federal de Elecciones: La comisión federal de elecciones (FEC por sus siglas en inglés) administra y aplica las leyes relacionadas al financiamiento de las elecciones federales. Así, el organismo transparenta la información financiera de las campañas, se preocupa de velar por la aplicación de las leyes de límite al financiamiento, prohibición de contribuciones y aportes desde fuera del país. El organismo está representando por 3 miembros de cada partido que votan en materias relativas a su funcionamiento. Estas son aprobadas por mayoría de sus miembros (4 de 6) para asegurar la no existencia de sesgos partidistas.
- Comisión de Asistencia Electoral: Creada en 2002¹, esta comisión independiente se preocupa de desarrollar guías y pautas para oficiales locales y estatales siguiendo los requisitos del Acta de Ayuda a las Elecciones Americanas (HAVA por sus siglas en inglés), además de adoptar las guías para asegurar el voto voluntario y servir como un organismo que clarifique información

¹La creación de esta comisión – al igual que del Acta de Ayuda a las Elecciones Norteamericanas – surgió fruto del episodio de problemas electorales durante la contienda presidencial del año 2000 en Florida. Siguiendo a Wand y otros (2001), el voto en forma de mariposa usado en el condado de Palm Beach causó que más de 2000 votos de seguidores demócratas fueran incorrectamente marcados por los votantes en favor del candidato del Partido por la Reforma Pat Buchanan (un margen más amplio de votos que bajo el cual George W. Bush triunfo según la certificación final).

sobre el proceso de administración de las elecciones.

- Departamento de Justicia: La división de derechos civiles se preocupa de implementar y resguardar las leyes federales relativas al proceso electoral. Entre ellas destacan el Acta de Derechos de Voto de 1965 (asegura que no exista discriminación por factores tales como raza, etnia, lenguaje o pertenecer a un grupo minoritario), el Acta de Registro Electoral Nacional de 1993 (facilita el registro al censo electoral incluyendo mecanismos tales como el registro vía correo o al momento de obtener documentos tales como la licencia de conducir), el Acta de Votación Fuera del País (que permite asegurar y facilitar el voto para ciudadanos en el extranjero y personal militar en servicio fuera del país), y el Acta de Ayuda a las Elecciones Americanas de 2002 (que provee de recursos económicos hacia los estados para perfeccionar sus sistema de registro, conteo y votación).

Así, las elecciones son conducidas por cada uno de los 50 estados del país, quienes se encargan de su operativa y certificación. En la mayoría de ellos las elecciones son responsabilidad de un oficial estatal (por lo general el Secretario del estado o el Vicegobernador). Las disputas jurídicas en torno a los resultados de un determinado condado o estado son analizadas por las cortes locales, con la posibilidad de apelar hasta llegar a la Corte Suprema. De esta forma, elecciones con problemas técnico-operativos, y de naturaleza tan reñida como la de 2000 (Bush vs Gore), están marcadas por equipos de abogados de una y otra candidatura, y audiencias en la función judicial para resolver el resultado del conteo de votos.

A nivel local, por lo general, se establece un oficial de elecciones, quien realmente administra el proceso. Generalmente esta oficina es

parte de un condado o ciudad, quien deberá pagar los costos de la elección, seleccionar donde estarán ubicados los centros de votación, a quienes se contratarán para llevar a cabo el proceso, como se crearán los votos físicos y como éstos serán contados y certificados. Así, 22 estados tienen un solo agente que se encarga de la administración de las elecciones a nivel local, mientras otros diez estados emplean un sistema de directorio encargado del proceso, y los 18 restantes dividen las tareas de operación entre dos o más oficiales (NCSL, 2020).

Para las elecciones de 2016 en los Estados Unidos existieron aproximadamente 11,700 zonas jurisdiccionales de votación, operadas por más de 900,000 trabajadores, conteniendo cada una de ellas – en promedio – 1,500 votantes. A su vez, se establecieron las mesas de votación en lugares tales como escuelas, centros comunitarios, edificios comerciales, y casas de ciudadanos particulares (EAC, 2016).

3.2 Operación y mecanismo de las elecciones

Obviamente, los estados requieren que los votantes sean ciudadanos americanos. Tradicionalmente, éstos debían tener al menos 21 años (lo cual se basó en una antigua ley anglosajona que consideraba a las personas adultas a partir de dicha edad). La veintiseisava Enmienda a la Constitución, ratificada en 1971, redujo oficialmente la edad para votar a 18 años para todas las elecciones (estatales y federales). A su vez, algunos estados establecen como requisito una cierta cantidad de años de residencia en el territorio para poder emitir un sufragio.

Hasta la década de 1960, algunos estados exigían que los ciudadanos probaran que sabían leer y escribir antes de votar, de esta forma si un fiscalizador electoral decidía que un ciudadano no sabía leer de

manera correcta, se le negaba el derecho al voto. En los estados del sur, los fiscalizadores utilizaron injustamente estas pruebas de alfabetización para negar a la mayoría de los afroamericanos la posibilidad de votar. En 1965, el Congreso aprobó la Ley de Derechos Electorales, que suspendió el uso de la mayoría de las pruebas de alfabetización, tras lo cual décadas más tarde las pruebas de lectura y escritura fueron prohibidas de manera definitiva. Ahora bien, para poder emitir un sufragio los ciudadanos tienen que inscribirse previamente en el padrón (o censo) electoral de su estado – la única excepción a esta regla es el estado de Dakota del Norte. Siguiendo la misma enmienda 26, cualquier ciudadano estadounidense de 18 años o más puede votar (con excepción de criminales convictos a cierto tipo de delitos y personas declaradas interdictas). En una mayoría de los estados, la inscripción en el padrón electoral se realiza por correo. Mientras en otros, el individuo debe ir presencialmente a una institución pública para hacer efectiva su inscripción. Durante las últimas décadas, y gracias al avance de los servicios entrelazados de información, un ciudadano puede inscribirse en el censo electoral cuando va a obtener su licencia de conducir, renovar su cédula de identidad u obtener su pasaporte.

Por la naturaleza descentralizada del sistema americano, las normas que rigen el sistema de registro varían de un estado a otro. Por lo general, la fecha de cierre del registro, o la fecha límite, es varias semanas antes del día de las elecciones (5 de octubre en una decena de territorios). En algunos estados, los ciudadanos pueden registrarse el día mismo de las elecciones. Es importante destacar que, en algunos estados, los oficiales electorales pueden disponer que un ciudadano tenga que volver a registrarse en el censo electoral si no vota en to-

das las elecciones, falla en cierto número de ellas, o cambia de dirección. Así, durante 2016 un 33% de los nuevos registrados realizaron su trámite en las oficinas del departamento de vehículos motorizados (lugar donde se obtienen cédulas de identidad y permisos de manejo), mientras un 17% lo hizo vía internet, mismo porcentaje que recurrió a correo físico, correo electrónico o fax; así, solo un 12% se inscribió en el censo electoral mediante presencia física en oficinas electorales del condado, ciudad o estado (EAC, 2016).

A nivel general existen dos modalidades de votación para los ciudadanos americanos: el voto en ausencia (anticipado o vía correo), y el voto presencial (en centros o locales de votación físicos). La diferencia entre estos modos, sumado a las diferencias horarias a lo largo y ancho del país, y la existencia del colegio electoral, dan forma a un sistema de alta expectativa e incertidumbre – incrementado por el rol de los medios de comunicación – en torno al conteo de votos y a la declaración de triunfo de una u otra candidatura en cada estado.

3.2.1 El voto presencial

El voto presencial se da durante el primer martes tras el primer lunes de noviembre². Aquí, la ley de cada estado determina los horarios de funcionamiento de los centros de votación. Por ejemplo, en los estados de Massachusetts, Maryland y Washington D.C. los votantes podrán marcar su preferencia electoral entre las 7:00 am y las 8:00 pm, pero en Virginia las mesas funcionan de 6:00 am a 7:00 pm.

El procedimiento es relativamente estándar. En el centro o local, el votante se identifica y se marca en una lista oficial de votantes

²La elección se celebra siempre en dicha fecha, aun cuando sea laboral. Solo es feriado para los trabajadores estatales de los territorios de Rhode Island, Nueva York, Nueva Jersey, Delaware, Maryland, Hawái, Montana, Illinois, Michigan, Kentucky, Indiana, Luisiana, y Virginia.

registrados. Una de las curiosidades del sistema americano es que no es necesario llevar una cédula de identificación en todos los estados; es más, el esfuerzo de algunos territorios por contar con validación de identidad mediante un documento es fuertemente resistido por algunos sectores políticos, ello debido a que podría ocasionar que ciertos grupos de votantes se vieran apartados del proceso electoral por no contar con una cédula, un pasaporte o un carnet de conducir.

Tras esto, el trabajador del local lleva al votante a una máquina de votación, que enumera los nombres de todos los candidatos e incluye una opción de “voto directo” para todos los candidatos inscritos bajo el mismo partido. Esta última opción ocurre como consecuencia de la gran cantidad de cargos a elegir en un mismo momento; por ejemplo, los ciudadanos que votaron en Utah durante 2012 (ver Figura 3.1.) debieron votar por 17 puestos públicos o iniciativas de ley (incluyendo presidente, senador, representante, gobernador, senador estatal, congresista estatal, director de educación, fiscal, entre otros).

Como ocurre convencionalmente en todas las democracias modernas, el votante hace sus selecciones en una cabina de votación privada, tras lo cual la máquina de votación registra automáticamente el voto o la boleta de papel (que está doblada u oculta de otra manera a la vista del público) para ser depositada en una urna. Después de que se hayan contado todos los votos en un precinto, un funcionario público certifica los resultados y se declaran los ganadores de éste. En las elecciones estatales y nacionales, el secretario de cada estado – que es el administrador oficial de las leyes electorales del lugar – debe ser notificado de los resultados. Los sistemas de conteo, de naturaleza electrónica en su mayoría análoga, utilizan sistemas de doble o triple encriptación para la seguridad de los votantes.

Voting Straight Party means you are voting for all candidates of one political party without having to fill in the circles for each candidate. It is optional and you can skip it and vote for individual candidates. If you choose to vote a Straight Party option, you may still vote for individual candidates of other parties by filling in the circle next to the candidate's name.

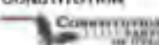
<p>STRAIGHT PARTY (OPTIONAL)</p> <p><input type="checkbox"/> CONSTITUTION (CON) </p> <p><input type="checkbox"/> LIBERTARIAN (LIB) </p> <p><input type="checkbox"/> DEMOCRATIC (DEM) </p> <p><input type="checkbox"/> REPUBLICAN (REP) </p> <p><input type="checkbox"/> JUSTICE (JUS) </p> <p><input type="checkbox"/> GREEN (GRN) </p>	<p>U.S. REPRESENTATIVE DISTRICT #3 2 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> JASON CHAFFETZ (REP) <input type="checkbox"/> SOREN D. SIMONSEN (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>COUNTY</p> <p>COUNTY MAYOR 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> MARK CROCKETT (REP) <input type="checkbox"/> BEN MCADAMS (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>
	<p>GOVERNOR / LIEUTENANT GOVERNOR 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> PETER S. COOKE (DEM) VINCENT C. RAMPTON</p> <p><input type="checkbox"/> KEN LARSEN (LIB) J. ROBERT LATHAM</p> <p><input type="checkbox"/> KIRK D. PEARSON (CON) TIM AALDERS</p> <p><input type="checkbox"/> GARY R. HERBERT (REP) GREG BELL</p> <p><input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>COUNTY COUNCIL AT LARGE 'C' 8 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> JOSEPH M. DEMMA (REP) <input type="checkbox"/> JIM BRADLEY (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>
	<p>STATE ATTORNEY GENERAL 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> DEL W. SMITH (DEM) <input type="checkbox"/> JOHN SWALLOW (REP) <input type="checkbox"/> W. ANDREW MCCULLOUGH (LIB) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>COUNTY COUNCIL DIST #4 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> MISSY W. LARSEN (REP) <input type="checkbox"/> GARY GRANATO (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>
	<p>STATE AUDITOR 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> MARK SAGE (DEM) <input type="checkbox"/> JOHN DOUGALL (REP) <input type="checkbox"/> RICHARD PROCTOR (CON) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>NON-PARTISAN</p> <p>SCHOOL BOARD</p> <p>STATE BOARD OF EDUCATION DISTRICT #8 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> CHRIS WILLIAMS <input type="checkbox"/> JENNIFER JOHNSON <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>
<p>FEDERAL</p> <p>PRESIDENT / VICE PRESIDENT OF THE UNITED STATES 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> JILL STEIN (GRN) CHERI HONKALA</p> <p><input type="checkbox"/> GLORIA LA RIVA (LIB) FERNANDO RAMIREZ, JR.</p> <p><input type="checkbox"/> MITT ROMNEY (REP) PAUL RYAN</p> <p><input type="checkbox"/> BARACK OBAMA (DEM) JOSEPH R. BIDEN, JR.</p> <p><input type="checkbox"/> GARY JOHNSON (LIB) JAMES P. GRAY</p> <p><input type="checkbox"/> VIRGIL GOODE (CON) JIM GLYMER</p> <p><input type="checkbox"/> BOB C. "ROCKY" ANDERSON (JUS) LUIS J. RODRIGUEZ</p> <p><input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>STATE TREASURER 1 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> CHRISTOPHER STOUT (DEM) <input type="checkbox"/> VINCENT C. MARGUS III (LIB) <input type="checkbox"/> RICHARD K. ELLIS (REP) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>GRANITE SCHOOL DISTRICT PRECINCT #1 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> DAN LUTGREN <input type="checkbox"/> R. WAGNER JONES <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>
	<p>STATE SENATOR DIST #8 4 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> BRIAN E. OSBOWA (REP) <input type="checkbox"/> JOSE VALDEZ (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	<p>JUDICIAL</p> <p>Shall CHARLES D. BEHRENS, JR. be retained in the office of JUDGE of the JUVENILE COURT of the THIRD AVENUE COURT DISTRICT? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Shall ANN BOYBEN be retained in the office of JUDGE of the DISTRICT COURT of the THIRD JUDICIAL DISTRICT? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Shall ROYAL L. HANSEN be retained in the office of JUDGE of the DISTRICT COURT of the THIRD JUDICIAL DISTRICT? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</p>
<p>U.S. SENATE 6 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> SHAWN LYNN MCCALLISLAND (CON) <input type="checkbox"/> SCOTT HOWELL (DEM) <input type="checkbox"/> ORRIN G. HATCH (REP) <input type="checkbox"/> DANIEL GEERY (JUS) <input type="checkbox"/> BILL BARRON (LIB)</p>	<p>STATE REPRESENTATIVE DISTRICT #36 3 YEAR TERM (Vote for One)</p> <p><input type="checkbox"/> DANA DICKSON (REP) <input type="checkbox"/> PATRICE ARSEN (DEM) <input type="checkbox"/> WRITE-IN</p>	

Figura 3.1: Voto en Utah, 2012

Los lugares o locales de votación son otro aspecto importante del sistema descentralizado en los Estados Unidos. Así como cada estado tiene potestad para determinar la operativa del proceso, cada ciudad o condado se preocupa de instalar cabinas de votación en los lugares que estime conveniente. Esto ha producido que los locales se encuentren en lugares tan particulares como lavanderías, tiendas de venta de autos, piscinas públicas, peluquerías, museos o garajes de ciudadanos (ver Figura 3.2. para algunas imágenes del proceso del 2016).



Créditos: Charles Arbogast, Tasos Katopolis, Ty Wright, y Charles Mostoller

Figura 3.2: Locales de votación fuera de lo común en 2016

Así, con el objetivo de acercar las urnas y cabinas de votación, se instalan centros en todo lugar habitado sea cual sea su naturaleza, es más, los individuos naturales o instituciones pueden aplicar para ser sede de una máquina de votación. La cantidad de éstas que se les asigne a diferentes establecimientos o lugares dependerá de sus metros cuadrados, capacidad para establecer accesibilidad universal

para personas con discapacidad, estacionamientos, y otros. Es más, en algunos estados como Texas se ha implementado un formato de “drive-through” para poder votar en noviembre (NPR, 2020).

3.2.2 El voto en ausencia, por correo y anticipado

Uno de los aspectos más relevantes a comprender para esta elección de 2020 es el voto en ausencia (o absentee voting en inglés). Este método va mucho más allá que un simple voto por correo o anticipado, y su definición y aplicación depende de las normas vigentes en cada territorio. Solo para ilustrar la relevancia de esta modalidad de votación, la Figura 3.3. muestra una categorización del porcentaje de votos que se emiten mediante este mecanismo (entre más intenso sea el color azul, mayor es el porcentaje de votos en ausencia emitidos en dicho territorio); cómo se puede apreciar, una importante variación existe en el país, pero de manera más concreta se puede ver como algunos estados superan el 25% (como California o Arizona) de los sufragios totales emitidos mediante voto por correo, voto anticipado, o – lo que algunos llaman – voto entregado o de “delivery”.

La complejidad de la nomenclatura del voto ausente en los Estados Unidos se da, nuevamente, por efecto de la descentralización del sistema. La forma en que los estados denominan a sus mecanismos difiere, e inclusive podría tender a error. De forma general existe el voto por correo “presencial” o voto entregado (modalidad de “delivery” de papeleta y su posterior entrega en una urna por parte del ciudadano), el voto por correo ausente (modalidad de “delivery” de papeleta y su posterior entrega mediante el sistema postal), el voto anticipado (modalidad de votación en un local en los días previos a la elección), y el voto ausente en el extranjero (conocido bajo las siglas

aún no termina – y podría inclusive alargar el proceso de conteo de votos más allá de lo convencional – investigaciones preliminares demostrarían que un aumento explosivo en esta modalidad de votación no tendría mayor injerencia en los resultados finales de la contienda presidencial (Thompson y otros, 2020).

En específico, este sistema se desarrolló para permitir a las personas que estarían lejos de su lugar de votación el día de las elecciones recibir y devolver una papeleta de votación con anterioridad al día de los comicios. Originalmente, los votantes tenían que proporcionar una razón válida por la cual no estarían presente el día de las elecciones (por ejemplo, estarían de viaje o no podrían llegar al centro de votación por problemas de distancia). En la actualidad, existen principalmente cinco tipos de voto ausente en Estados Unidos:

- **Excusa requerida:** Estados requieren que los votantes proporcionen la razón por la que no pueden votar en persona el día de las elecciones (por ejemplo, estará ausente del condado, tendrá una enfermedad o tiene una discapacidad física).
- **Sin excusa:** Forma más común de voto en ausencia. En estos estados, los votantes registrados pueden votar en ausencia después de solicitar una boleta de voto.
- **Ausente permanente:** Algunos estados tienen una lista permanente de votantes ausentes. Los votantes que solicitan ser un votante ausente permanente reciben una boleta por correo para cada elección, sin necesidad de solicitar uno para cada ciclo.
- **Voto universal por correo:** En estos estados, cada votante recibe una boleta por correo antes de la elección. Sin embargo, los estados que actualmente tienen sistemas de voto por correo universal (por ejemplo: Colorado, Oregón y Washington)

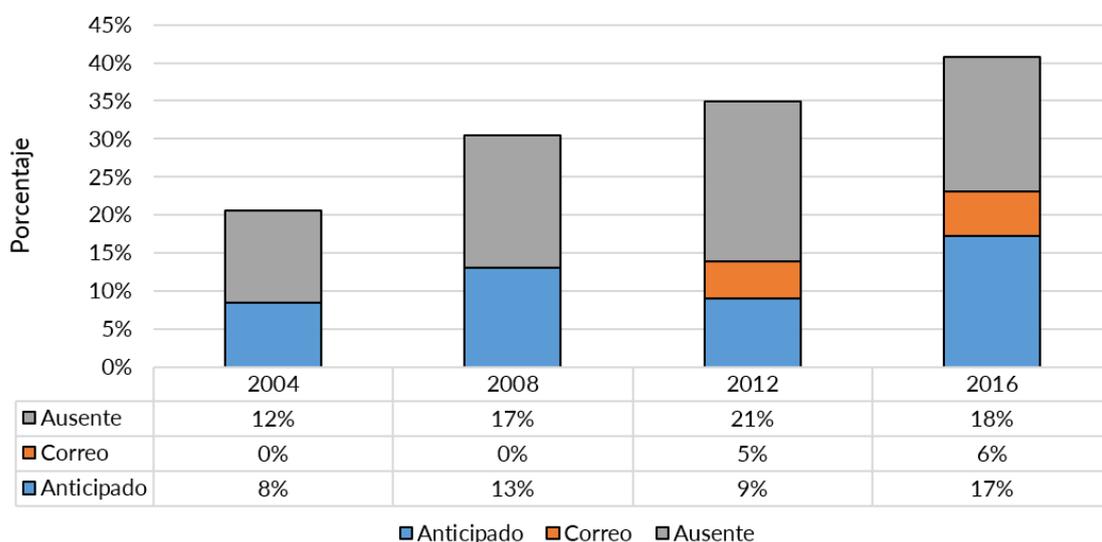
también brindan a los votantes la opción de emitir su voto en persona.

- UOCAVA: Miembros de los servicios uniformados, sus familiares y ciudadanos extranjeros votantes. Los extranjeros pueden votar en ausencia utilizando procedimientos especiales descritos en la ley.

Durante la última elección de 2016, aproximadamente un 41 % de los votantes emplearon algún mecanismo de voto ausente, anticipado o por correo. Este porcentaje ha ido en franco aumento durante las últimas elecciones, y es posible que la pandemia del COVID-19 solo termine por instalar estas modalidades a lo largo y ancho del país (ver Figura 3.4. para detalles). Dentro de los individuos que utilizaron la modalidad, un porcentaje similar se inclinó por el voto ausente (18 %) y el voto anticipado (17 %).

Si bien existe una importante variación a nivel estatal – tal como refleja la Figura 3.3. – una serie de estados exhiben porcentajes de participación mediante esta modalidad superior al 50% (Arizona 75%, Arkansas 59.8%, California 58.8%, Colorado 94.4%, Florida 68.2%, Georgia 58.5%, Hawái 52.4%, Montana 64.6%, Nevada 69.3%, Nuevo México 67.4%, Carolina del Norte 65.2%, Oregón 100%, Tennessee 66%, Texas 62.7%, Utah 69.3%, Washington 97.7%). Ahora bien, estos porcentajes incluyen la modalidad de envío de voto por correo universal en su modalidad de entrega o “delivery”, en el cual los individuos pueden recibir la papeleta en su casa, y dejarla en un local de votación durante el día oficial de los comicios – por ello el porcentaje de 100% en el estado de Oregón. Siguiendo lo que indica la directora de elecciones de la ciudad de Denver, Amber McReynolds, lo que ocurre esencialmente es un “delivery” de papeletas, en

la cual las personas reciben su voto mediante el sistema postal, pero en un 80% deciden ir a depositarlo presencialmente en una urna durante el día de la elección (EAC 2016).



Fuente: EAC, 2016

Figura 3.4: Tasa de participación mediante voto ausente o anticipado, 2004-2016

3.2.3 El voto por correo en 2020

Este 2020 cambió las reglas y normativas de los estados frente al voto ausente o anticipado. Treinta estados³ más el distrito de Columbia (Washington D.C.) han realizado cambios al procedimiento de votación por correo para facilitar el acceso y asegurar la llegada de la papeleta a la residencia de los electores (ver Figura 3.5. para el detalle de cada estado). Estos cambios incluyeron la eliminación de excusas (o la inclusión de una excusa por preocupación de contagio

³Los treinta estados que hicieron cambios en el procedimiento de voto por correo son: Alabama, Arkansas, California, Connecticut, Delaware, Georgia, Illinois, Iowa, Kentucky, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, Nueva Hampshire, Nueva Jersey, Nueva York, Carolina del Norte, Ohio, Oklahoma, Pensilvania, Rhode Island, Carolina del Sur, Texas, Vermont, Virginia, y Wisconsin.

de COVID-19), permitir el envío del voto a través de buzones de correo, ofrecer prepago de estampillas para el envío del voto, y enviar de manera universal la forma de petición para el voto por correo, o bien directamente la papeleta a las casas de los ciudadanos habilitados para sufragar.

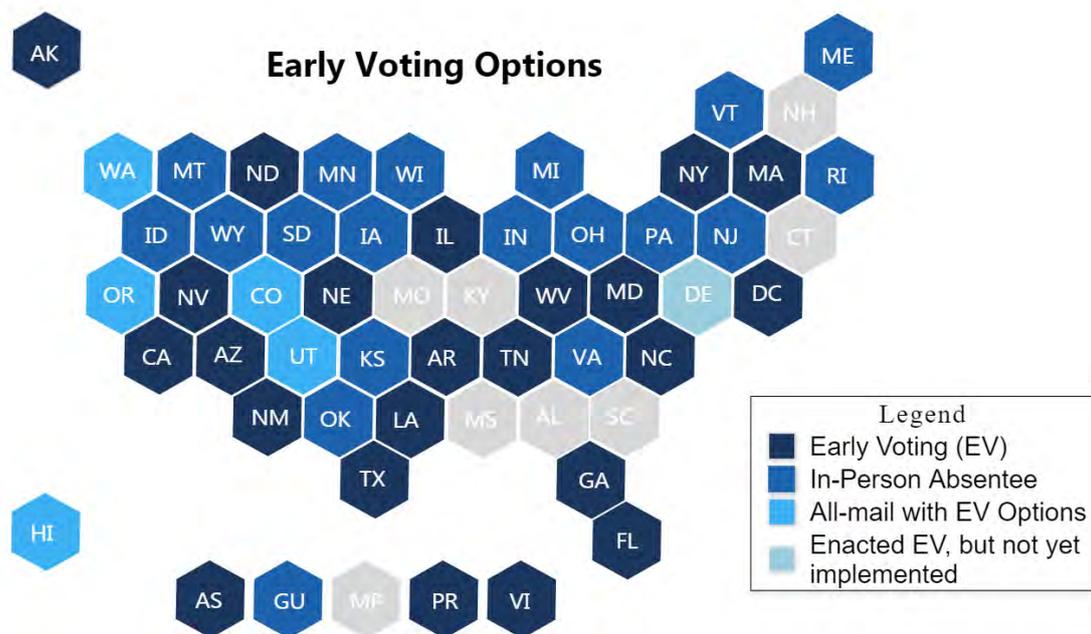
Al observar el envío de la papeleta de manera automática o el formulario de petición, nueve estados más el distrito de Columbia enviarán universalmente el sufragio por correo de manera directa. Mientras tanto, 36 estados permitirán que cualquier ciudadano pida un voto por correo, quedando solo cuatro territorios (Indiana, Louisiana, Tennessee, y Texas) que siguen pidiendo una excusa válida para poder utilizar esta modalidad de votación.

En adición, si usualmente existen estados que solicitan la firma de un notario o un testigo para asegurar la validez del voto, durante 2020 estados como Rhode Island, Carolina del Sur y Minnesota eliminaron por completo tal requisito. Otros, como Carolina del Norte, redujeron el número de testigos de dos a uno. Por el contrario, Oklahoma, Alaska y Alabama mantuvieron el requisito de la firma de un testigo.

En cuanto al prepago de la estampilla para devolver el voto – situación que ha sido tradicionalmente vista como un detrimento a la opción de población más vulnerable para emitir su sufragio por correo – 17 estados decidieron ocupar dinero de las arcas estatales para aumentar la posibilidad de votar vía este mecanismo. Entre ellos destacan Massachusetts, Montana, Carolina del Sur, y dos estados bisagra para los resultados del Colegio Electoral como son Ohio y Pensilvania.

Otro aspecto relevante en torno al voto por correo es la distinción

al precisar cuándo debe llegar el voto de un ciudadano a las oficinas administrativas de la elección. Así, 26 estados (incluyendo Florida, Carolina del Sur, y Wisconsin) requieren que el voto este en las oficinas con anterioridad o durante el día de la elección. Otros 24 estados más el distrito de Columbia (incluyendo Carolina del Norte, Texas, Nevada, Pensilvania, y otros) permiten que el voto llegue con posterioridad al martes 03 de noviembre, siempre y cuando el envío este estampado durante o antes del día de la elección.



Fuente: National Conference of State Legislatures (2020)

Figura 3.5: Tipos de voto por correo por estado, 2020

La situación anterior marcará la rapidez en que se conozcan los resultados finales, especialmente pensando en el caso de Florida y Pensilvania que podrían transformarse en las claves para entender la inclinación hacia Biden o Trump del Colegio Electoral. Solo a modo de comprender la magnitud – y relevancia – de esta diferencia, los estados que solicitan que el voto este marcado el día de la elección,

pero que pueda arribar con posterioridad representan 349 de los 538 votos electores (aproximadamente un 65%). En el plazo máximo establecido por ellos, los votos pueden llegar hasta el 23 de noviembre (casi tres semanas después del día de los comicios), situación que podría generar que la elección se decida días – e inclusive semanas – después de lo que tradicionalmente ocurre.

Otro aspecto importante es el momento en el que comienza el proceso de conteo de votos ausentes (presencial o por correo). Aquí, nuevamente, cada estado decide sus reglas y en resumen solo siete estados comienzan a contar los votos el mismo día de la elección (Alabama, Kentucky, Michigan, Mississippi, Virginia, Wisconsin, y Wyoming), mientras que los restantes 43 tienen ventanas de tiempo distintos (desde un día antes de la elección, como en Dakota del Norte, hasta más de un mes antes de la elección, como en Maryland). Este procedimiento genera dos efectos posibles: primero, votantes pueden seleccionar su candidato con una buena parte de la campaña aún en curso y, segundo, al momento del cierre de mesas se podría rápidamente pasar a un porcentaje de conteo superior al de otras ocasiones.

La pregunta es entonces, ¿hasta cuándo puedo solicitar mi voto por correo? Como ya es tónica en este apartado, depende de las normas que rigen el proceso en cada estado. La fecha límite para solicitar esta modalidad de votación varía entre mitad de octubre y el día antes de la elección. Rhode Island, por ejemplo, es de los primeros estados que cierra el proceso – 18 de octubre para este 2020 – mientras otros como Massachusetts, Washington y Virginia permiten rellenar el formulario hasta el 28 de octubre. Los casos más extremos los encontramos en Arkansas, Connecticut, Delaware, Illinois, Iowa, Michigan,

Montana, Minnesota, Nueva York, Dakota del Sur, Vermont y Wyoming, quienes permite solicitar un voto por correo (sea de manera presencial o vía formulario online o por correo) hasta el día antes de la elección (lunes 02 de noviembre).

Ahora bien, y aun cuando pareciese que todo se encuentra medianamente resuelto, el voto por correo presenta importantes desafíos para la democracia americana. En los medios de comunicación, portales políticos y siguiendo la opinión de expertos, existirían tres grandes problemáticas que podrían alterar el normal curso de la votación de los ciudadanos. Primero, la dificultad que presentaría el servicio de correo postal americano (USPS por sus siglas en inglés) para entregar papeletas, formularios y documentos relacionados a todos los electores a lo largo y ancho del país; durante la mitad de agosto el servicio comunicó a todos los gobernadores que existían dificultades técnicas y humanas para llevar a cabo el proceso, ello incrementó la crítica del actual presidente a los cambios en las modalidades de votación que se presentan en los estados. Como respuesta, algunos gobernadores comenzaron un proceso de modificación de las reglas durante agosto que apuntó a dotar de mayor flexibilidad y recursos a los organizadores de elecciones para auxiliar el trabajado del USPS.

Una segunda dificultad se presenta desde el proceso de verificación de firmas y validación del voto por correo. Como es usual en todas las elecciones en Estados Unidos, un porcentaje reducido de votos (alrededor del 1%) enviados mediante el sistema postal son rechazados como consecuencia de inconsistencia en la firma, falta de testigos o validación notarial, o problemas en el día de recepción o envío de la papeleta. Pero este 2020 verá un número mayor de votos mediante esta modalidad, y los problemas ya han comenzado a apa-

recer. Hasta el 17 de septiembre, reportes provenientes de estados como Carolina del Norte exhiben un porcentaje inusual de rechazo de votos – o retorno de ellos a sus emisores – especialmente enfocados en grupos afroamericanos; así, de un total de 13,474 votos enviados, 642 han sido rechazados (4.7% del total). En comparación con ciudadanos blancos, la tasa es cuatro veces mayor (rechazo de 1.1% versus el mencionado 4.7%).

El tercer, y último gran problema al que se hará referencia, guarda relación con los procesos judiciales llevados a cabo en las cortes menores y superiores de cada estado. Tanto demócratas como republicanos iniciaron una ofensiva en los últimos meses por mantener la normativa anterior, o bien flexibilizarla. Uno de los casos más emblemáticos de esta batalla se dio en Pensilvania – estado bisagra para noviembre – durante las últimas semanas; aquí los demócratas lograron un triunfo aplastante sobre las pretensiones republicanas, forzando al sistema electoral de condados y ciudades a extender el plazo para la votación ausente, aumentar la cantidad de buzones de correo para ir a dejar los votos, e incluso, eliminar de la papeleta a al candidato del partido Verde en el estado.

3.3 El Colegio Electoral

El colegio electoral es un proceso, establecido por los padres fundadores americanos en la Constitución⁴, mediante el cual es electo

⁴Sin perjuicio del debate actual por la existencia del Colegio Electoral (debido a que no seguiría el mandato del voto popular, daría relevancia exagerada a estados bisagra, y sobre-representaría a los estados de menor población), durante el período de ratificación de la Constitución americana poca fue la controversia sobre el mecanismo. Alexander Hamilton escribía en el ensayo federal número 68 que: “el modo de elegir al magistrado en jefe de los Estados Unidos es una de los pocos elementos que ha parecido escapar de la censura o falta de aprobación de los contrarios al sistema”.

el presidente de los Estados Unidos. Generalmente ejemplificado como un mecanismo intermedio entre la elección por voto popular y la elección mediante el voto de los congresistas, este mecanismo no resultó ser idéntico a como los innovadores públicos americanos lo vislumbraron. En un inicio, el sistema indirecto funcionaría mediante la elección de electores presidenciales quienes se reunirían para deliberar antes de decidir su voto. Así, por ejemplo, la normativa del estado de Massachusetts en 1820 establecía que las personas votarían por quienes quieren sean designados delegados presidenciales lo que se traducía en que los ciudadanos no votaban directamente por candidatos, sino que por personas que deberían elegirlos (vinculados o no a un determinado partido).

Sin embargo, las dificultades operativas y de coordinación de los partidos políticos a nivel nacional durante los primeros años de la democracia americana trajeron consigo una enmienda constitucional que determinó el formato del voto para los comicios de los delegados presidenciales (y por consecuencia, los votantes). La historia nos indica que en la elección de 1796, John Adams (Partido Federalista) fue electo presidente, resultando en segundo lugar Thomas Jefferson (Partido Demócrata-Republicano); fruto de las complicaciones para coordinar los esfuerzos electorales de los partidos a nivel nacional resultó que la presidencia recayó en manos de Adams y la vicepresidencia en Jefferson, generando una cohabitación en el ejecutivo de las mayores fuerzas políticas. En la elección de 1800 el diseño de las papeletas electores permitió que los dos candidatos del Partido Demócrata-Republicano (Thomas Jefferson y Aaron Burr) empataran con 73 votos electorales, y aun cuando los votos por Burr técnicamente deberían contar en favor de Jefferson, la falta de estándares

constitucionales para ungir un ganador derivó en que la Cámara de Representantes tuviese que decidir el futuro del ejecutivo. Así, durante 1803 y 1804 se aprobó la doceava enmienda constitucional americana que estableció que los electores emitieran votos separados para presidente y vice-presidente. Por ello en la actualidad la decisión de voto de los electores presidenciales está vinculada al resultado electoral de cada estado.

En la actualidad el mecanismo opera desde la elección popular por cada estado, que como se mencionó en el apartado anterior establecen sus propias normativas y procedimientos de votación. La amplia mayoría de ellos establece un sistema de pluralidad (candidato con mayoría electoral simple se lleva el total de votos electorales), la excepción a esta regla son los estados de Maine y Nebraska (donde dos votos electorales son designados por la regla de mayoría y el remanente se reparte proporcionalmente). Tras esto, los electores presidenciales⁵ se reúnen en la capital de cada estado el primer lunes luego del segundo miércoles de diciembre para emitir su preferencia. Los resultados son contados y verificados por el congreso americano, tras lo cual se da el veredicto final en la primera semana de enero. El último paso para ungir al nuevo presidente se da en una reunión entre el Senado y la Cámara de Representantes, los cuales presididos por el vice-presidente en ejercicio dan lugar al proceso⁶.

⁵La elección de los electores presidenciales reside, por lo general, en la decisión de cada candidato presidencial que participa del proceso en un determinado estado. Los requisitos para ser un elector (o delegado) presidencial están provistos en la Constitución de los Estados Unidos y prohíben que oficiales públicos (tales como senadores, representantes o personas que ostenten cargos de confianza) y personas que han llevado a cabo actos de rebelión o insurrección contra el gobierno del país puedan ejercer este rol.

⁶En caso de que no existiese un candidato que obtenga la mayoría absoluta de los votos electorales (270 bajo la distribución actual), será la Cámara de Representantes que deberá elegir al presidente durante dicha sesión. Para esto, un voto es asignado a cada uno de los cincuenta estados.

Antes de observar la distribución de los votos electorales resulta interesante destacar que aun cuando no existe provisión constitucional o ley federal que fuerce a los electores a seguir los resultados del voto popular, algunos estados mandatan a quienes ejercen este rol a seguir la voluntad de las elecciones. Este tipo de obligación reside generalmente en aquellos forzados por ley federal o aquellos forzados por los partidos políticos. Sin perjuicio de esto, la Corte Suprema ha establecido que los electores no son completamente libres de emitir su sufragio, y aun cuando no existen dictámenes de cortes que castiguen o penalicen el no seguir el resultado de las elecciones en los estados, los partidos políticos pueden reemplazar a quienes decidan no seguir la voluntad del sufragio. Este fue el caso durante 2016, donde un puñado de electores presidenciales fueron descalificados y reemplazados por no seguir su promesa de voto.

El Cuadro 3.1. y la Figura 3.6. exhiben como se distribuyen los votos electorales en Estados Unidos. De ellos se puede apreciar la relevancia de estados como California (55 votos electorales), Texas (38 votos electorales), Florida y Nueva York (29 votos electorales), Illinois y Pennsylvania (20 votos electorales), y Ohio (18 votos electorales).

El número de votos electorales es igual al número total de representantes en el congreso americano. Por ejemplo, Vermont tiene un representante en la cámara baja y dos senadores, por lo cual su núme-

Se debe destacar que esta situación no ha ocurrido en la historia contemporánea de los Estados Unidos, y dado los incentivos electorales que genera el sistema mayoritario para mantener un sistema bi-partidista es poco probable que ocurra. Asimismo, la doceava enmienda establece que si la cámara no es capaz de ponerse de acuerdo para elegir un nuevo presidente previo al momento de la inauguración presidencial (cambio de cambio), entonces el vice-presidente electo pasará a actuar como presidente en ejercicio hasta que la cámara resuelva su decisión. En caso de que no exista un vice-presidente electo, será el presidente de la cámara baja quien tomará el cargo de presidente (siguiendo el acta de sucesión presidencial de 1947).

Cuadro 3.1: Delegados electorales por estado, 2020

Votos Electores	Número de Estados	Estados
55	1	California
38	1	Texas
29	2	Florida, Nueva York
20	2	Illinois, Pennsylvania
18	1	Ohio
16	2	Georgia, Michigan
15	1	Carolina del Norte
14	1	Nueva Jersey
13	1	Virginia
12	1	Washington
11	4	Arizona, Indiana, Massachusetts, Tennessee
10	4	Maryland, Minnesota, Missouri, Wisconsin
9	3	Alabama, Colorado, Carolina del Sur
8	2	Kentucky, Louisiana
7	3	Connecticut, Oklahoma, Oregon
6	6	Arkansas, Iowa, Kansas, Mississippi, Nevada, Utah
5	3	Nebraska, Nuevo México, Virginia
4	5	Hawaii, Idaho, Maine, Nueva Hampshire, Rhode Island
3	8	Alaska, Delaware, Distrito de Columbia, Montana, Dakota del Norte, Dakota del Sur, Vermont, Wyoming
538		* 50 estados más el Distrito de Columbia

Fuente: Elaboración propia

ro total de delegados electorales asciende a tres. Se debe aclarar que el Distrito de Columbia opera en la práctica como “un estado más” al interior del Colegio Electoral, asignándole tres delegados electorales.

Como el número de senadores es fijo (dos por estado), el número de votos electorales que corresponden a cada estado se encuentra sujeto a la distribución de los 435 escaños en la Cámara de Representantes. Bajo esta fórmula, la repartición se designa mediante el resultado del último censo del país, siguiendo la normativa Constitucional de que cada estado debía tener un mínimo de un representante en la cámara baja, y el resto ser distribuido dependiendo del tamaño de su población.

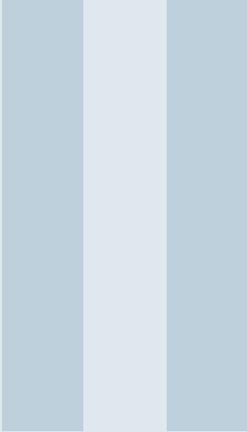
En específico, la Constitución de Estados Unidos establece (artículo I, sección II) que cada estado estará representando por al menos un miembro en la cámara de representantes, y que el remanente será proporcionalmente distribuido por el tamaño de su población. El mecanismo de prorrateo se establece cada diez años siguiendo el último censo de la nación. Desde 1790, y tras cada censo, el congreso emana una ley que especifica el cambio en el número de representantes. Tras incrementos y reducciones del número total de escaños, en 1929 se establece el Acta de Prorrateo Permanente, que establece que el máximo número de representantes será de 435; además, esta ley establece la repartición automática de los asientos en la cámara baja tras cada censo. Esto solo se vio temporalmente quebrado con la inclusión de nuevos estados (por ejemplo, en 1959 la anexión de Alaska y Hawai mantuvo el número en 437 hasta el prorrateo automático en 1963). Desde 1790 han existido 21 procesos de re-distribución de los escaños, siendo el próximo que ocurrirá tras el resultado del censo de 2020 que generará un prorrateo automático para la elección

de 2022 (y por consecuencia, la distribución del Colegio Electoral de la elección presidencial de 2024). En definitiva, el número de electores presidenciales está íntimamente vinculado a la distribución de los escaños en la cámara de representantes.

De esta forma, el sistema permite respetar la decisión individual de los habitantes de cada territorio, manteniendo el poder de decisión al interior de éstos, y evitar que las concentraciones poblacionales de zonas específicas determinen el resultado final.



Figura 3.6: Distribución geográfica votos electorales, 2020



La campaña y los votantes

4 Medios y campañas 79

- 4.1 Los medios de comunicación
- 4.2 La relevancia de las campañas
- 4.3 Donaciones y gasto electoral

5 El votante americano 101

- 5.1 Participación electoral
- 5.2 Identificación partidaria
- 5.3 La economía y popularidad del presidente
- 5.4 Los temas de política pública
- 5.5 Tendencias demográficas
- 5.6 ¿Polarización u ordenamiento? La división americana



4. Medios y campañas

4.1 Los medios de comunicación

Los medios de comunicación juegan un rol fundamental no solo durante las elecciones, sino también en la salud y vitalidad de un sistema democrático. Tradicionalmente se ve a los medios como entes objetivos, que buscan con recelo compartir con su público información verídica y confiable, transformándose en momentos en los grandes protagonistas del proceso de rendición de cuentas y chequeo de quienes ostentan el poder. Sin perjuicio de eso, la prensa – operada por individuos con sus propios sesgos, valores y principios – también juega un rol fundamental en la masificación, difusión y formación de la opinión pública¹.

¹Uno de los modelos más famosos en la literatura americana del proceso de formación de la opinión pública proviene del trabajo de Zaller (1993). El autor establece que el modelo de “recepción-aceptación-muestreo” refleja como las élites – empleando como vehículos los canales de comunicación y medios de prensa – es capaz de influir en la perspectiva sobre los asuntos públicos de la ciudadanía. Así, un individuo recibe un mensaje, el cual puede ser aceptado o rechazado dependiendo de la consistencia que tenga con su sistema de valores, y a su vez es filtrado mediante un

Este efecto es aún mayor en Estados Unidos, país donde existe una limitada gama de normas jurídicas que regulen el ejercicio y vínculo entre los medios de comunicación y la política. Dentro de ellas se encuentra la Acta Radial de 1927, la Acta de Comunicaciones de 1934 – que creó a la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC por sus siglas en inglés), y la Doctrina de la Equidad formulada por la FCC. Este marco normativo estableció mecanismos tales como la provisión de igual oportunidad, bajo la cual las cadenas de emisión debían tratar en igualdad de condiciones a candidatos políticos en cuanto a la venta y disposición de tiempo en el aire, y la mencionada doctrina de la equidad² – la cual estableció la obligación de las emisoras de dar espacio a opiniones divergentes. Ahora bien, más allá de dichos lineamientos históricos, los medios de comunicación son ampliamente libres – por el efecto del mercado comunicacional americano – para dar espacio y tribuna a los tópicos, líderes y mensajes que establezca su línea editorial y decisiones de negocio.

En este sentido, y siguiendo la evidencia y argumento de Iyengar y Kinder (1987), los medios emplean una serie de herramientas para cambiar la opinión de los ciudadanos sin afectar los valores que integran su respuesta emocional-automática. Tres son las técnicas empleadas primordialmente por los medios de comunicación para influir en la opinión ciudadana.

En primer lugar, la técnica del señuelo, mediante la cual la pren-

muestreo de lo que resulta interesante para su realidad en dicho momento. El mensaje – pieza inicial del modelo – es presentando por miembros de la élite, quienes toman palco en los debates y controversias en los medios de comunicación.

²La doctrina de la equidad fue abolida durante 1987, tras una serie de alegatos en las cortes americanas que determinaron que la norma establecía condiciones de intervención estatal sobre la libertad de los medios de comunicación, y que finalmente inhibía la presentación de tópicos controversiales al público.

sa busca impactar lo que un individuo tiene más cercano en su red cognitiva al momento de hacer un juicio sobre una determinada situación mediante el orden de presentación de las noticias; por ejemplo, cuando un medio de comunicación presenta una nota relativa a la precarización de la situación económica del país e inmediatamente seguido discute la performance de una administración, el individuo que reciba dichos estímulos de información será más proclive a tener una valoración negativa del gobierno.

Una segunda técnica es la conocida como el encuadre, en donde la prensa influye en los temas en que los ciudadanos están pensando, esto lo logra mediante la selección y modalidad de los tópicos en su parrilla y definición programática. Por ejemplo, una determinada línea editorial puede estimar que es más importante hablar de los tweets de Donald Trump que de las propuestas de su campaña, estableciendo un marco de información que se centra en torno a las polémicas más que la política pública.

Por último, los medios de comunicación llevan a cabo el proceso que se conoce como “establecimiento de la agenda”, provocando un efecto de la “noticia más valorada”; así, por ejemplo, si deciden dedicar más tiempo al problema del desempleo, los individuos prestarán más atención a dicho problema, y por consecuencia se tomará el espacio de discusión pública. Sin perjuicio de este poder que posee la prensa, se debe tener en cuenta que muchas veces los medios buscan historias que interesen al público (o por lo menos al segmento que las sigue), por lo cual el establecimiento de la agenda es un complejo proceso de endogeneidad entre el objetivo del medio y lo que quieren las audiencias.

Con dichas herramientas, y el creciente poder que adquirió la pren-

sa desde el establecimiento de las primarias abiertas en la década de 1970, existió un cambio drástico en la manera de informar, aparecieron los medios alternativos y las cadenas de noticias de cable. Siguiendo a Patterson (1993), este proceso de auge de la prensa no estuvo acompañado de la preparación necesaria de los medios para hacer frente a los desafíos que conllevaba dicho giro y, peor aún, se dio espacio que ellos tuviesen que hacer de verdaderos “paladines” públicos. El producto de esto ha sido un incremento sistemático en reportajes negativos, que buscan captar la atención de los ciudadanos poniendo el foco de la opinión pública sobre controversias y conflictos.

A su vez, se ha dado un paulatino proceso de división en la forma de encuadrar, señalar o agendar los temas públicos en la prensa. Dicha separación queda en manifiesto en la forma en la que los medios deciden dar cobertura a un tema específico, a quienes deciden entrevistar, e inclusive a la redacción que los periodistas dan sobre un mismo tópico. Por supuesto, las temáticas de una elección presidencial no se escapan de dicha brecha. En la Figura 4.1. se presenta una comparación de algunos temas y la forma en la cual la prensa los ha decidido cubrir³.

³Evidencia presentada por Druckman y Parkin (2005) indica que las decisiones editoriales y la forma en que se los medios cubren los hechos de la opinión pública tendrían un efecto sobre la manera en que los ciudadanos actualizan su percepción sobre los candidatos. Sin perjuicio de ello, se debe tener presente que los individuos suelen informarse por canales que tienen coherencia con su propia inclinación política, generando un impacto reducido en aquellos con fuertes preferencias electorales, y más bien influyendo sobre ciudadanos con menor nivel de lealtad partidista o sofisticación política.

Temática	Cobertura Demócrata	Cobertura Republicana
Veredicto de la Corte Suprema sobre ley que regula el aborto en Luisiana	"Es impresionante que después de 50 años de <i>Roe vs. Wade</i> , las mujeres todavía estén peleando su derecho a preservar el derecho legal a abortar " (Editorial Los Angeles Time)	"Solo se puede especular que el Juez Roberts ha dado rienda a una voltereta. Quizás cree que su decisión fortalecerá la legitimidad de la Corte de alguna manera" (Editorial, National Review)
Reacción a nuevas encuestas que muestran, tanto nacional como en estados relevantes, a Joe Biden al mando de la carrera presidencial	"Los demócratas tienen un arma secreta este 2020: los votantes mayores a 65 años. Las encuestas muestran un cambio dramático para los demócratas" (Ruy Teixeira, New York Times)	"Trump está en peligro de sufrir la derrota electoral más transformadora de los últimos 40 años. Pueden elegir si creerle o no a las encuestas" (John Podhoretz, New York Post)
Corte Federal ordena el sobreesimiento del caso criminal en contra de Michael Flynn (antiguo asesor de seguridad nacional de Trump)	"En este caso existen razones substanciales para cuestionar la conducta del gobierno. La decisión de soltar a Flynn no es un simple caso, sino que demuestra la manipulación política en las más altas esferas del gobierno del país" (Editorial, Washington Post)	"Los jueces Rao y Henderson merecen crédito por una decisión de tal coraje, que mantiene a raya a las cortes cuando sobrepasan su autoridad constitucional, y hacen lo correcto para un hombre que fue injustamente procesado" (Editorial, Wall Street Journal)
Tensión en la relación China-Estados Unidos por eventos de sanciones en contra de representantes	"Prevenir el auge de China está por sobre la capacidad de Estados Unidos, y el país debe aprovechar de sus redes de influencia para dar forma al ambiente en el cual China establece su poder" (Williams J. Burns, The Atlantic)	"La posición cada vez más intimidante de China es un problema el cual los Estados Unidos tendrá que enfrentar. Las sanciones contra Cruz o Rubia son para mandar un mensaje al resto" (James Jay Carafano, Fox News)
Sobre la situación de Portland y la capacidad de agentes federales de tomar detenido a manifestantes	"Un protestante fue arrastrado hacia un auto no identificado para ser detenido. Las personas que lo detuvieron (agentes federales) nunca se identificaron, o dijeron por qué lo estaban privando de su libertad. La fuerza federal no tiene nombre, y por ello no existe capacidad de control sobre sus acciones" (Frida Ghitis, CNN)	"Los protestantes pacíficos no intentan quemar las cortes federales o centros de política. Portland está en un estado de insurrección que demanda una fuerte respuesta federal" (Editorial, New York Post)

Fuente: Elaboración propia en base a información de The Flip Side Project, 2020

Figura 4.1: Ejemplos de cobertura de la prensa sobre temas de interés público en Estados Unidos

De esta forma, el abanico mediático de los Estados Unidos ha sido tierra fértil para el proceso de división política que vive el país. Si bien esta situación ya había sido analizada por científicos sociales en el

pasado, resulta interesante ver la ubicación ideológica de algunos de los más prominentes medios en una dimensión simple de izquierda a derecha.

Cuadro 4.1: Confianza en principales medios de comunicación en Estados Unidos por adherentes partidistas

	Demócratas		Republicanos	
	Desconfía	Confía	Desconfía	Confía
<i>Fox News</i>	61%	23%	19%	65%
<i>ABC</i>	7%	60%	37%	33%
<i>CBS</i>	6%	59%	37%	30%
<i>NBC</i>	6%	61%	40%	30%
<i>MSNBC</i>	9%	48%	47%	18%
<i>PBS</i>	4%	56%	20%	27%
<i>CNN</i>	10%	67%	58%	23%
<i>Wall Street Journal</i>	7%	38%	19%	24%
<i>New York Times</i>	6%	53%	42%	15%
<i>Washington Post</i>	7%	47%	39%	13%
<i>Time</i>	6%	46%	27%	17%
Promedio	12%	51%	35%	27%

Fuente: Elaboración propia con datos de Jurkowitz y otros, 2020

Como ilustra la Figura 4.2., la audiencia de cada uno de los principales medios de comunicación se ubica en diferentes dimensiones del espectro ideológico-partidista. Así, por ejemplo, quienes siguen las noticias mediante medios como CNN, el New York Times o el Washington Post están más cercanos al partido demócrata que el ame-

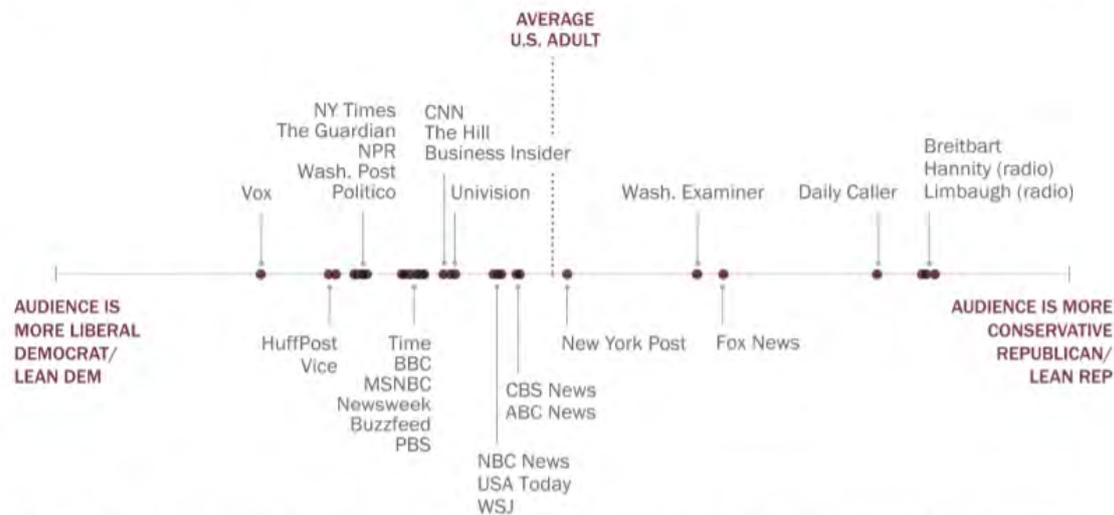
ricano promedio. Por el contrario, quienes siguen canales tales como Fox News o los programas radiales de figuras como Sean Hannity o Rush Limbaugh, son más cercanos al partido republicano. Más allá de esto, destaca que un 20% de quienes se sienten identificados con el partido demócrata solo se informan mediante medios de comunicación cuya audiencia es más proclive a dicha posición; porcentaje similar (18%) se reporta entre los republicanos (Jurkowitz y otros, 2020).

Si bien esta definición no pareciese ser sorprendente, lo que realmente llama la atención son los niveles de confianza que individuos leales a uno u otro partido reportan en relación a los medios (ver Cuadro 4.1.). Mientras los republicanos confían mayoritariamente en Fox News como fuente de información (65%), los individuos identificados con los demócratas confían principalmente en CNN (67%), NBC (61%) y ABC (60%).

Este fenómeno es similar cuando se observa el canal mediante el cual los individuos se informan sobre los comicios presidenciales (60% de republicanos mediante Fox News y 53% de los demócratas a través de CNN). Si tomamos una muestra de algunos de los medios de mayor tamaño y relevancia en Estados Unidos, pareciese que los demócratas tienen más espacios de confianza para informarse que aquellos que adhieren al partido republicano (ver Cuadro 4.1.).

Average audience placement of each news outlet based on party and ideology

Average party and ideological self-placement of those who got political and election news from each source in the past week



Note: Lists labeling multiple points are ordered from outlets with more liberal Democrat/lean Democratic audiences on top to outlets with more conservative Republican/lean Republican audiences on the bottom. Order of outlets does not necessarily indicate statistically significant differences. See methodology for details.

Source: Survey of U.S. adults conducted Oct. 29-Nov. 11, 2019.
"U.S. Media Polarization and the 2020 Election: A Nation Divided"

PEW RESEARCH CENTER

Figura 4.2: Posicionamiento partidario-ideológico de la audiencia de principales medios de comunicación en Estados Unidos

Pero la inclinación de los medios de comunicación sobre una tendencia política, o la confianza que los ciudadanos demuestran de ella solo nos dice solo una parte de la historia. Otro elemento fundamental es buscar comprender que tanto pueden influir durante las elecciones en lo que importa: la decisión de voto.

Siguiendo la evidencia que reporta DellaVigna y Kaplan (2006), tras la aparición de la cadena CNN – fundada por Ted Turner – se instaló un espacio de influencia desde una cadena de noticias 24 horas al día. Su impacto fue tal que determinó la primera transmisión en vivo de una guerra (Golfo Pérsico) y logró mover la dirección de la opinión pública de una manera tal que los conservadores – liderados por Rupert Murdoch – decidieron fundar su propia estación (Fox

News).

Entre 1996 y 2000 el impacto de dicha cadena produjo cambios significativos en las carreras presidenciales, senatoriales y de representantes. Estimaciones durante la elección de 1996 indican que quienes se informaban mediante la cadena Fox aumentaban su probabilidad de apoyar candidatos republicanos entre 3 y 8 puntos porcentuales, mientras el impacto durante los comicios de 2000 creció, alcanzando una tasa de influencia de entre 11 y 28 puntos. Ahora bien, el impacto solo estuvo centrado en el 35% de hogares que tenían acceso a la cadena de cable y, por consecuencia, su efecto real sobre los comicios ha sido relativamente moderado, entre 0.15 y 0.2 puntos porcentuales lo que equivale aproximadamente a 200 mil electores. Sin perjuicio de esto, y especialmente teniendo en cuenta la reñida contienda de 2000 entre Bush y Gore, no se puede descartar el efecto bisagra de la cadena de televisión.

4.2 La relevancia de las campañas

Parte importante de las campañas (y del gasto asociado como se presentará en el siguiente apartado) es su capacidad de persuadir, motivar, e inclusive des-movilizar electores a las urnas. Si bien el estado de la investigación en ciencia política ha establecido como el estándar la teoría de los efectos mínimos⁴, tradicionalmente se sostiene que las campañas sirven para diseminar información acerca de los candi-

⁴La teoría de los efectos mínimos indica que las campañas políticas solo tienen pequeños efectos marginales en cuanto a su capacidad de persuadir votantes para apoyar a un determinado candidato, o bien, cambiar su preferencia electoral durante el desarrollo de la misma. Sin embargo, Zaller (2002) indica que la falta de evidencia a favor del efecto posible de las campañas se debe – en gran medida – a la falta de poder estadístico para detectar dichos efectos (números relativamente pequeños de muestra, errores de alta magnitud, variación residual o inclusive problemas de multicolinealidad).

datos, llevar electores a las urnas y, en menor medida, convencer a votantes a apoyar a uno u otro candidato⁵.

Una de las áreas de mayor controversia en torno a las campañas es el rol que cumplen los anuncios publicitarios. El sistema americano permite que los candidatos, partidos y plataformas intermedias emitan libremente spots políticos de campaña, sin regular el monto de gasto o un límite al tiempo de estos anuncios. La evidencia científica respecto al rol de éstos apunta en dos direcciones.

En primer lugar, a la práctica – cada vez más habitual – de la emisión de “anuncios de ataque” (ver ejemplos en Figura 4.3.), en donde se enfoca la atención de la publicidad en rasgos negativos, debilidad o problemas del candidato contrario. Siguiendo a Ansolabehere y Iyengar (1997), este tipo de publicidad otorga importante información al electorado sobre las posiciones de política pública de los candidatos y, a su vez, tiende a servir como un mecanismo de refuerzo de los valores partidarios (en desmedro de buscar persuadir a votantes para que voten por un candidato determinado).

Dejando de lado dichos posibles impactos, uno de los efectos más llamativos es la capacidad de desmovilización que tienen sobre el votante no-partidista (o de centro), entre los cuales se magnifica una actitud de cinismo en el sistema político en su conjunto, disminuyendo su motivación para ir a votar. Tomando en cuenta el sistema voluntario de las elecciones americanas, el efecto de los anuncios negativos

⁵Sin perjuicio de lo que establece la ciencia política tradicionalmente, Huber y Arceneaux (2007) presentan una aproximación quasi-experimental para demostrar que las campañas televisadas efectivamente lograrían su objetivo de persuadir a los votantes. Utilizando el caso de individuos que – por efecto de las señales de aire de los canales de televisión – son expuestos a mensajes destinados a estados en competencia (donde ocurre un mayor volumen e intensidad de mensajes políticos) los ciudadanos tenderían a cambiar su decisión electoral dependiendo, y no así a estar más informados sobre un determinado candidato o decididos a ir a las urnas.

en los medios (tradicionales y digitales) sería uno de los factores claves para entender la polarización de los demócratas y republicanos, quienes al saber que los centristas no participarán de la elección, deciden enfocar sus esfuerzos en los grupos más activos y leales del electorado. Para que este efecto desmovilizador ocurra, el momento en el cual el mensaje es recibido es crucial. Así, Krupnikov (2011) demuestra que cuando una persona ya ha elegido apoyar a un candidato, y el mensaje negativo es relativo a dicha persona, los individuos dejarán de ir a las urnas.

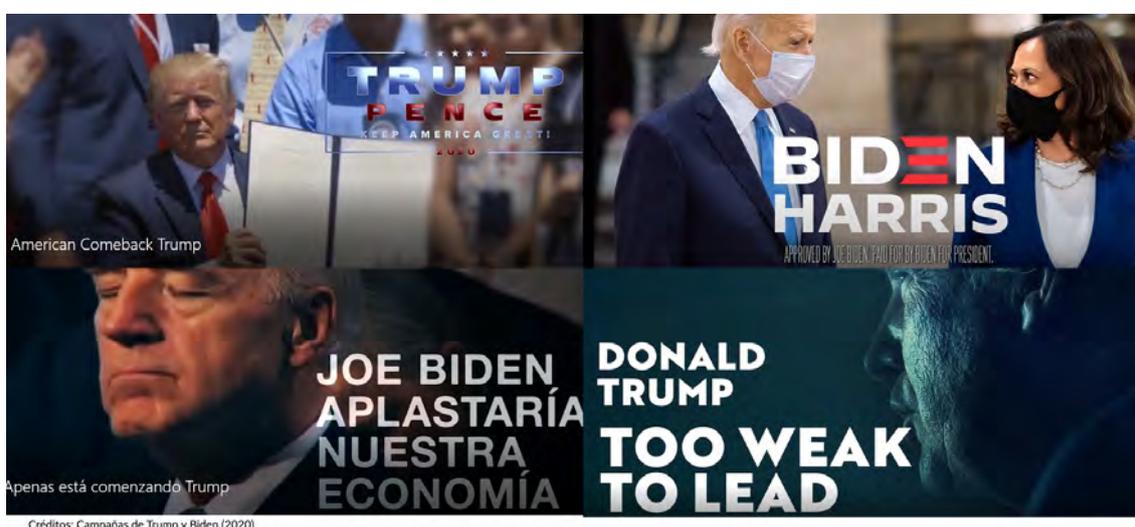


Figura 4.3: Los anuncios en televisión de Biden y Trump

Sumado al efecto anterior, los mensajes emitidos durante una campaña presidencial pueden también tener un efecto de activación de prejuicios raciales. Siguiendo a Valentino y otros (2002), la configuración de los anuncios televisados activa mecanismos psicológicos que transforman imágenes o sonidos específicos en canales para activar estereotipos raciales en los votantes americanos. De esta forma, las campañas emplean estrategias que alimentan los estereotipos negativos hacia ciertos grupos o individuos con el fin de activar predispo-

siciones valórico-partidistas, y persuadir a los ciudadanos a inclinar su preferencia electoral.

Otro aspecto fundamental de las campañas es el trabajo en terreno. Sin perjuicio de que las campañas políticas han incrementado el uso de los medios de comunicación y anuncios en línea –transformándose en vehículos muchas veces vistos como impersonales – la arista clásica de la campaña a pie, mediante oficinas y equipos de campaña desplegados en el territorio, aún posee relevancia suficiente para que las candidaturas dispongan de altas sumas monetarias para lograr vincularse con los territorios.

Siguiendo a Darr y Levendusky (2013), las oficinas electorales – puntos elegidos estratégicamente por los comandos para generar contacto personal con el electorado y lograr su movilización y apoyo – son fundamentales a la hora de entender el resultado de los esfuerzos de los candidatos. Por consecuencia, las oficinas de campaña transforman el entusiasmo de voluntarios en acciones concretas que incrementan la participación y aumentan la sensación cívica en torno a las elecciones. El resultado de su investigación exhibe que, durante la candidatura de Obama en 2008, el esfuerzo desplegado en terreno incrementó el voto en aproximadamente un punto porcentual en aquellos condados donde el candidato demócrata decidió abocar su trabajo en terreno. Teniendo en cuenta la situación americana en vísperas de la elección de este año, cabe preguntarse cómo afectará la pandemia al despliegue territorial de las campañas, especialmente a los esfuerzos movilizadores del incumbente Donald Trump mediante sus masivos motines de campaña en estadios y centros cívicos de estados clave⁶.

⁶Durante el mes de junio, el presidente Donald Trump buscó aumentar la expectativa en torno a su candidatura a la reelección mediante la celebración de un motín político en la ciudad de Tulsa,

Otro aspecto importante para remarcar es que el efecto de las campañas varía dependiendo de las características políticas de los individuos. Así, y siguiendo evidencia de Hylligus y Jackman (2003), la respuesta a los esfuerzos de campaña es mayor en sujetos que no poseen marcados valores o identificación partidaria, que están indecisos sobre tu preferencia electoral, y que tienen una disonancia entre sus propios valores y los que representa una determinada candidatura.



Créditos: New York Post (2020)

Figura 4.4: Las campañas de Biden y Trump en una fotografía.

Resulta importante finalizar destacando que este 2020, y producto de la pandemia, las candidaturas han invertido menor cantidad de dinero en instalar oficinas físicas para sus esfuerzos de campaña. Sin perjuicio de ello, la candidatura de Trump ha apostado por abrir oficinas en estados clave (280 hasta la tercera semana de septiembre), mientras Biden no ha abierto ninguna (Rakich, 2020). En pocas palabras (y como se puede ver en la Figura 4.4.), la campaña de Biden se instaló en el espacio virtual - realizando reuniones y eventos políticos vía plataformas como Zoom - mientras Trump sigue creyendo en

Oklahoma. Tras días de alta expectativa - en donde inclusive el comando del presidente aseguró que habían logrado un record de boletos para asistir y que el evento podría tener lugar tanto fuera como dentro del centro - la realidad demostró que, de los 19,000 asientos en el lugar, aproximadamente 7,000 fueron utilizados en medio de un nuevo brote del COVID-19 en la zona.

su capacidad de animar a su base mediante grandes eventos (los que hoy por hoy ocurren en aeropuertos de lugares estratégicos como Florida, Iowa y Pensilvania).

4.2.1 La carrera publicitaria

Según los reportes y seguimiento de medios llevados a cabo por los portales FiveThirtyEight (Rakich, 2020) y Kantar Media Group (2020), la candidatura de Donald Trump gozó de un saludable estado en cuanto a los anuncios de televisión alrededor del país hasta fines de julio. Así, durante etapas tempranas de la campaña – y cuando aún ni Biden ni Trump eran ratificados por las convenciones de sus partidos – el incumbente dominó el espacio televisivo con anuncios relativos a su propia candidatura y ataques al (entonces) presunto candidato demócrata (recordar la Figura 4.3. que muestra ejemplos de la puesta en escena de los anuncios).

Estado	Mayo 5 - Julio 28			Julio 29 - Sept 14		Comparación	
	Prob. Bisagra	Anuncios Demócratas	Anuncios Republicanos	Anuncios Demócratas	Anuncios Republicanos	Diferencia Demócratas	Diferencia Republicanos
Pensilvania	31%	16,899	28,204	31,305	15,936	14,406	-12,268
Florida	14%	8,373	27,114	40,547	19,786	32,174	-7,328
Wisconsin	10%	13,150	17,817	24,400	17,701	11,250	-116
Arizona	7%	7,717	13,165	19,753	10,965	12,036	-2,200
Michigan	6%	15,486	10,043	22,775	5,823	7,289	-4,220
Minnesota	5%	0	1,814	3,621	3,345	3,621	1,531
Carolina del Norte	4%	4,303	19,339	21,603	16,248	17,300	-3,091
Nevada	4%	70	5,884	5,676	22	5,606	-5,862
Colorado	3%	0	49	30	1	30	-48
Ohio	3%	93	9,037	3,648	29	3,555	-9,008
Nueva Hampshire	2%	13	0	8	0	-5	0
Georgia	2%	3	10,395	33	12,293	30	1,898
Texas	2%	40	584	165	2	125	-582
Virginia	1%	0	0	16	0	16	0

Fuente: Kantar (2020)

Figura 4.5: Anuncios de televisión campañas Biden y Trump

A partir de agosto, el rumbo de la contienda cambió drásticamente. Trump decidió reemplazar al administrador de su campaña – para enmendar el rumbo y solucionar problemas financieros – con la única finalidad de mantener el dominio de avisajes publicitarios. Si durante el período mayo-julio Trump gastó más de 80 millones de dólares en anuncios (total estimado de 161,744 avisos), y Biden sólo alcanzó a invertir 71.5 millones en el mismo apartado (total estimado de 107,816 anuncios). Para el período agosto-septiembre el panorama cambió radicalmente, la campaña de Trump gastó 210 millones, mientras Biden invirtió una cifra superior a los 365 millones de la divisa americana en su intento de conquista del espacio televisivo nacional.

La Figura 4.5. muestra una comparación entre ambos períodos para catorce estados que podrían – siguiendo al portal FiveThirtyEight – tener alguna chance de cambiar el rumbo del Colegio Electoral. La diferencia es abismal, pues mientras Trump emitió un promedio de 10,246 anuncios para el primer período, el mismo indicador se redujo en prácticamente un 29%; Biden, por el contrario, incrementó el número total de avisajes desde 4,725 para el primer periodo mencionado hasta casi 12,400 entre agosto y septiembre (160% de incremento).

Sumado a esta situación, el ex candidato Michael Bloomberg anunció durante la segunda semana de septiembre que invertiría 100 millones de dólares para ayudar a Biden a triunfar en el decisivo estado de Florida. Esto se suma a los esfuerzos del magnate por incrementar anuncios contra-Trump y pro-Biden en estados como Pensilvania (Caputo, 2020).

Ahora bien, si Trump pierde inversión en publicidad vía televisión

también aumenta su gasto en mensajes vía Facebook⁷ y Google Ads (ver Figura 4.6. para evolución del gasto en plataformas digitales en el tiempo). En el período que comprende desde el 04 de mayo hasta el 19 de septiembre, la candidatura de Trump ha invertido 69 millones de dólares en anuncios vía Google y otros 109 millones destinados a publicidad en Facebook (total de 178 millones), mientras Biden ha gastado 48.1 millones en Google Ads y otros 62.4 millones en la plataforma de Facebook (total 110.5 millones). Lo que llama poderosamente la atención es la nueva puesta en marcha de gasto de la campaña de Biden en redes sociales, así para la semana del 19 de septiembre el demócrata logró (por primera vez) superar el gasto de la campaña de Trump en esta área.

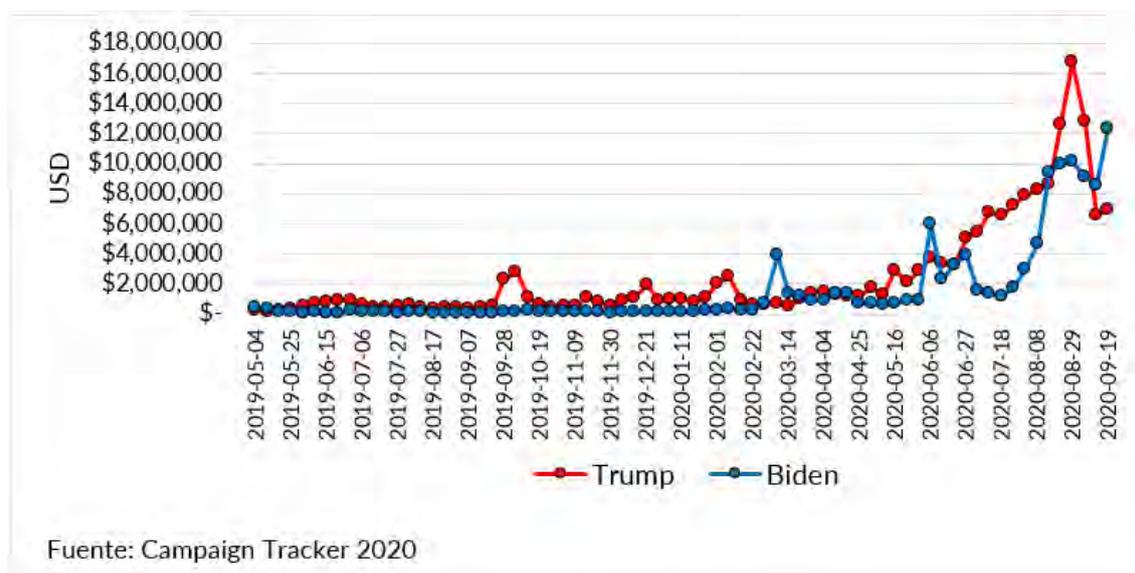


Figura 4.6: Evolución gasto en publicidad vía redes sociales, Biden vs Trump

⁷Por consecuencia del uso indebido de anuncios publicitarios durante la campaña de 2016 (recordar los escándalos de Cambridge Analytica, el fenómeno de las Fake News, la publicidad pagada desde el extranjero, por mencionar algunas polémicas), Facebook decidió a principios de septiembre negar todo anuncio de publicidad político durante la última semana previa a la elección (BBC, 2020).

4.3 Donaciones y gasto electoral

Para que las campañas puedan ejecutar su estrategia, su plan de medios y su trabajo en terreno, requieren dinero. Y no existe una elección en el mundo que necesite más recursos financieros que la para la presidencia de los Estados Unidos. A su vez, y dado los cambios tecnológicos, la normativa federal y las sentencias del poder judicial, el entramado institucional que regula este fundamental aspecto de las campañas es complejo y cambiante en el país americano.

Así, tanto los comités de las campañas presidenciales, los partidos políticos, las corporaciones privadas y los llamados “comités de acción política”⁸ (PACs y Súper PACs por sus siglas en inglés) resultan actores relevantes a la hora de entender la operativa detrás del financiamiento de la incursión presidencial de los candidatos. A su vez, desde un punto de vista institucional el comité federal de elecciones (FEC por sus siglas en inglés) es el órgano principal a la hora de regular, supervigilar y entregar información acerca del proceso de

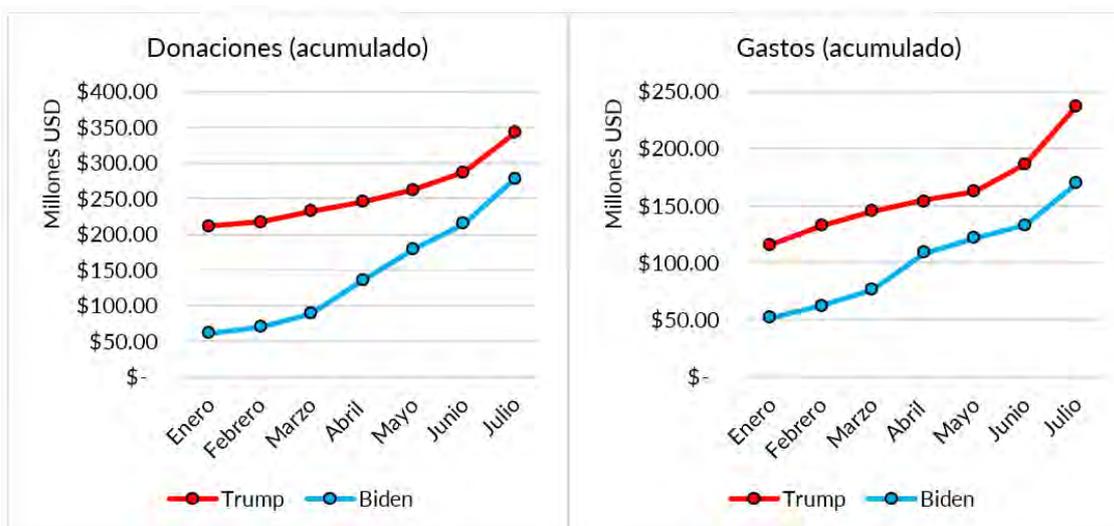
⁸Por lo general se diferencian cuatro grandes tipos de comités de acción política: (1) PAC conectado: Organizaciones que respaldan un fondo separado para los candidatos y partidos, permitiéndoles recaudar fondos desde puestos de administración, sindicatos y dueños de acciones de corporaciones (en la actualidad existen más de 2 mil PACs conectados vinculados a corporaciones, más de mil vinculados a organizaciones de intercambio comercial, y un número cercano a las 500 relacionados a sindicatos de trabajadores. (2) PAC no conectado: Organización financieramente independiente – paga sus propios gastos fijos – y que se preocupa de recaudar fondos; están supeditados a los límites que establece la normativa vigente. (3) PAC de Liderazgo: Oficiales electos y los partidos políticos no pueden dar directamente fondos a candidatos, sin embargo, pueden crear un PAC de Liderazgo para coordinar sus esfuerzos y no tener un techo límite para las donaciones y gasto; esto, además, les permite recibir donaciones de individuos y otros PACs pero los donantes no pueden utilizar el dinero recaudado para su propias campañas pero sí para fondos de viaje; generalmente son empleados para competir en distritos donde el oponente ha triunfado anteriormente. (4) Súper PAC: Conocidos como comités de gasto independiente, estas organizaciones no pueden realizar aportes directos a partidos o candidatos, pero sí pueden montar su propia campaña comunicacional para apoyar o atacar a participantes de la elección; su popularidad ha crecido en el tiempo, como así también el monto gastado en elecciones.

donación y gasto económico de los candidatos y sus campañas. Los reportes de la FEC se realizan durante fines de julio, a mitad de octubre, y el cierre final a fines del año electoral. Por esta situación, esta sección del documento se centrará en el análisis del proceso hasta finales de julio de este año.

Desde la historia reciente, los esfuerzos llevados a cabo durante la primera década de este siglo (el Acta de reforma bipartidista de las campañas y las regulaciones de la FEC) sufrieron drásticos cambios a partir de la decisión de la Corte Suprema en el caso de Ciudadanos Unidos versus la FEC. La decisión tomada por la Corte Suprema americana cambió el límite a las donaciones de personales naturales, empresas e instituciones aunadas en los comités de acción política – y dio nacimiento al concepto de Súper PAC.

El dictamen emitido el 21 de enero de 2010 sobre-escribió la Acta de Campañas y Elecciones Federales (que buscaba prohibir a corporaciones y sindicatos el uso de sus fondos para efectuar campañas comunicacionales que expresamente apoyaran o atacaran una candidatura) bajo el supuesto constitucional de libertad de expresión (FEC 2010). En la práctica esto permitió que los PACs pudieran aunar esfuerzos para apoyar candidaturas bajo la glosa de “gastos independientes”, y a su vez mantuvo límites para entregar dinero directo a partidos o candidatos – sea mediante el comité de un candidato en particular o hacia el comité nacional de un partido. Esto significó dejar de lado los límites de donaciones (que fluctúan entre 2,800 dólares para un candidato en particular por elección, hasta 106,500 dólares para cada cuenta de los comités nacionales del partido de manera anual), en pos de establecer campañas comunicacionales que no estuvieran directamente ligadas a partidos o candidatos aun cuando se

establecería un apoyo explícito hacia ellas.



Fuente: Elaboración propia en base a información de FEC, 2020.

Figura 4.7: Donaciones y gastos de principales campañas presidenciales (actualizado al 01-septiembre-2020)

Durante la campaña de 2016, los Súper PACs gastaron más de 1,600 millones de dólares en temáticas relacionadas a candidaturas de presidente y congresistas. Por su parte, los diferentes tipos de PACs totalizaron un gasto de 2,700 millones en las elecciones presidenciales y otros 441 millones de dólares para carreras de congresistas (FEC, 2017). Con estas reglas en marcha desde la elección de 2012, este 2020 ha mostrado dos grandes tendencias entre el dinero que poseen las candidaturas de Trump y Biden (Ver Figura 4.7. para comparación y evolución acumulada). En primer lugar, Trump – producto de la rápida instalación de su campaña de reelección – entro a la carrera con más dinero en caja Biden; segundo, la diferencia entre donaciones y gasto ha permitido a la candidatura del magnate tener más dinero disponible para la parte “dura” de la campaña presidencial.

Sin perjuicio de esto – y como se mencionará más adelante – du-

rante el mes de septiembre la campaña de Biden ha recibido un flujo importante de dinero indirecto (mediante Súper PACs), principalmente desde millonarios como el ex candidato Michael Bloomberg.

Para entender las magnitudes de las donaciones y gasto electoral en los comicios americanos, el Cuadro 4.2. exhibe una comparación entre recaudación y gasto de las campañas presidenciales (fondos directos y no independientes) que ocurrieron entre 2004 y 2016 (FEC, 2017). Los datos (expresados en millones de dólares) demuestran que entre 2004 y 2016 el monto recaudado por las campañas ha incrementado desde 904 millones de dólares hasta 1,539 millones. Ahora bien, y dado los cambios institucionales, el gasto ha sufrido correcciones a la baja. Si en 2004 el gasto total de las campañas ascendía a más de 2,240 millones (existiendo un importante vacío entre recaudación y gasto), para 2016 la cifra alcanzó los 1,527 millones de la divisa americana⁹, siendo inferior a la recaudación total.

Cuadro 4.2: Gasto electoral acumulado campañas presidenciales 2004 - 2016

Year	Donaciones	Gastos	Deuda	Margen
2016	\$1,539.10	\$1,527.10	\$15.30	\$15.90
2012	\$1,379.80	\$1,359.80	\$13.80	\$5.50
2008	\$1,673.80	\$1,645.00	\$12.10	\$27.50
2004	\$904.60	\$2,243.00	\$9.00	\$40.40

⁹Según reportes del Centro de Responsabilidad Política (2016), las campañas electorales en Estados Unidos para los comicios de 2016 alcanzaron un costo total de 6,800 millones de dólares (Berr, 2016). Ahora bien, diferentes estimaciones de diferentes instituciones arrojan diferentes montos; lo anterior es consecuencia de la complejidad del sistema de financiamiento americano y la gran cantidad de opciones para aportar dinero a las campañas de manera directa o indirecta.

La pregunta que circula alrededor de los millones gastados es entonces qué tanto impacto genera sobre los resultados de la elección. Sumado a los efectos mencionados en secciones anteriores – que son fruto indirecto del dinero invertido en una contienda política – investigaciones durante los últimos 50 años en Estados Unidos (Nagler y Leighley, 1990; Engstrom y Kenny, 2002; Stratmann, 2017) han encontrado efectos de magnitudes mixtas, pero en todas ellas impactos significativos.

Por ejemplo, Engstrom y Kenny (2002) estudian las elecciones senatoriales entre 1984 y 1996 para establecer si un gasto mayor en las campañas ayuda al incumbente y al desafiante. Sus resultados demuestran que existe un efecto significativo, pero que este depende del contexto electoral, el tipo de gasto, y las características de los candidatos. En el caso de los representantes la situación no varía significativamente, y tal como exhibe Letiz (2018), un mayor gasto asociado al incumbente afectaría sus chances de la reelección, pero también disminuiría el margen por el que triunfa, probablemente afectado por que los candidatos a la reelección que más gastan perciben que su escaño está en peligro, y, por ende deciden incrementar su inversión para evitar una derrota; mientras tanto, el gasto pareciese ser más determinante para el desafiante, quien depende netamente de la cantidad de dinero que recaude e invierta en la contienda electoral.

Ahora bien, más relevante para nuestro caso de estudio es lo que ocurre en las contiendas presidenciales. En ese sentido, Nagler y Leighley (1992) indican que los candidatos presidenciales no solo invierten en estados donde la competencia se aproxima más cercana, sino también que éstos incrementan significativamente las chances de una u otra candidatura de vencer en dichos territorios. Puestos en núme-

ros, un dólar más gastado por cada cien mil habitantes aumenta el porcentaje de votos obtenido por un candidato hasta en 0.5 puntos porcentuales.

IN THIS TEMPLE
AS IN THE HEARTS OF THE PEOPLE
FOR WHOM HE SAVED THE UNION
THE MEMORY OF ABRAHAM LINCOLN
IS ENSHRINED FOREVER

5. El votante americano

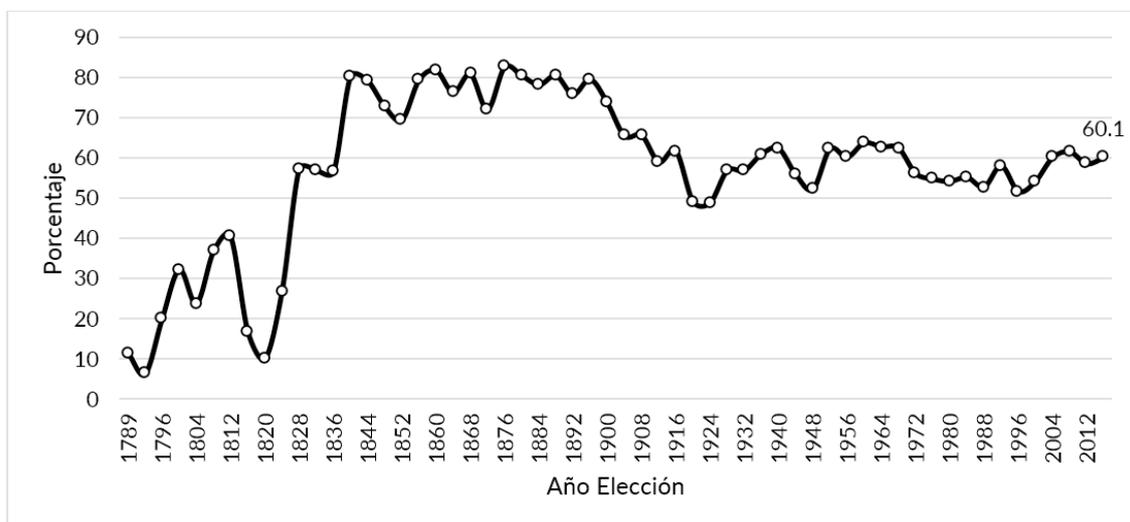
5.1 Participación electoral

¿Qué factores influyen en la mente del ciudadano americano al momento de enfrentarse a las urnas? Siguiendo a Campbell y otros (1960), el individuo se enfrenta a una doble decisión al momento de analizar su opción electoral. En primer lugar, debe tomar la decisión de si efectivamente quiere ir a las urnas, mientras en una segunda determinación deberá elegir a qué candidato apoyar en ellas.

Esta distinción, propia de un sistema de voto voluntario¹, es fundamental a la hora de comprender el resultado de las elecciones. Por una parte, el grupo de votantes que deciden marcar su preferencia entre una y otra elección varía significativamente entre comicios pre-

¹Estados Unidos posee además una doble dimensión voluntaria. Sumado al voto voluntario, es también parte de su sistema el registro voluntario en el censo electoral. De esta manera, quienes quieran participar en las elecciones deben inscribirse en los registros electorales de su respectivo Estado en los meses previos a la fecha de la elección (una vez inscritos, pasan a ser parte del censo electoral de por vida).

sidenciales y de congresistas; y por otra, permite comprender la importancia de la movilización de los electores (y con ello, los esfuerzos que hacen activistas de los candidatos por persuadir a personas a ir a votar).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de McDonald, 2020.

Figura 5.1: Participación electoral presidencial, Estados Unidos 1789 – 2016 (población elegible para votar)

Por consecuencia, se debe analizar quien vota en los Estados Unidos antes de hablar de aquellos factores que inclinan la balanza hacia una u otra opción. A nivel general, y tal como se exhibe en la Figura 5.1., la participación electoral de la población americana es relativamente estable si tomamos en consideración la población elegible para votar. Sin perjuicio de ello, las diferencias estimadas por grupos étnicos y raciales (y a su vez por el total de la población con la capacidad de votar) presentan un panorama algo distinto.

De esta forma, el Cuadro 5.1. exhibe el porcentaje de participación por diferentes grupos étnico/raciales. Resulta interesante observar la significativa disminución en la movilización de la población afroamericana al comparar la elección de 2012 (Obama vs. Romney) con

la de 2016 (Clinton vs. Trump), alcanzando un 12% menos de participación de dicho grupo. De igual forma, se observa un aumento de 5% en la participación de blancos al comparar ambas contiendas. Esta consideración resulta fundamental para comprender la relevancia de la habilidad que tengan los candidatos y sus campañas para atraer votantes a las urnas en vista de, como se describirá más adelante, la importante brecha demográfica que presenta la decisión de voto presidencial en los Estados Unidos.

Cuadro 5.1: Participación electoral presidencial por grupo étnico/racial, Estados Unidos 1988 – 2016

Elección	Blanco	Afroamericano	Hispánico	Otro
2016	64.70%	59.90%	44.90%	46.30%
2012	61.80%	67.40%	43.10%	45.40%
2008	65.20%	69.10%	46.50%	48.00%
2004	64.30%	61.40%	42.90%	44.90%
2000	57.60%	52.90%	38.90%	39.80%
1996	54.50%	48.10%	37.90%	40.40%
1992	61.60%	50.60%	41.50%	42.80%
1988	55.70%	46.80%	38.50%	41.30%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de McDonald, 2020.

Desde un punto de vista individual, una serie de factores han sido explorados para buscar comprender los determinantes de la participación electoral en Estados Unidos. Uno de los modelos más importantes de las últimas décadas es el de los recursos (Brady, Verba y Lehman-Schlozman, 1995), en el cual un individuo participa si posee

la capacidad cognitiva, social y cívica suficiente para ir a declarar su apoyo electoral en las urnas². Así, la posibilidad de participación electoral se resume en la premisa: las personas dejan de participar por qué no pueden (tiempo, dinero u habilidades), por qué no quieren (ausencia de un compromiso psicológico con la política), o por qué nadie los invito a hacerlo (aislamiento en las redes de reclutamiento o movilización).

En el caso norteamericano las tres aristas de la participación se dan como capas frente a la decisión de un individuo para visitar las urnas el día de la elección. En cuanto al primer axioma (recursos), existen grupos que no poseen el tiempo necesario para ir a votar (recordar que los comicios en Estados Unidos se celebran en día hábil), otros no disponen de los recursos financieros para hacerlo (costos de transporte o necesidad de trabajar), y un tercer grupo no es capaz de navegar las complejidades de un sistema electoral que requiere un mínimo umbral de sofisticación para enfrentar, por ejemplo, las papeletas de votación.

La segunda arista del complejo entramado de la participación conlleva la idea de que las personas simplemente no desean ser parte de las votaciones. Así, individuos con baja motivación política y poco atentos a los asuntos públicos deciden – de manera más consiente que por mera incapacidad – marginarse del ejercicio cívico. Las razones detrás de este proceso son variadas, y pueden incluir elementos tales como: sentimiento de ineficiencia e ineficacia del sistema polí-

²Diversas investigaciones en política americana han resaltado dichos factores. Dentro de éstas se destaca fuertemente el rol de la edad, el estatus socioeconómico, el nivel educacional, el interés político, y otros (Smets y Van Ham, 2013). Sin perjuicio del dominio de estos factores en la literatura, las investigaciones en el área siguen avanzando, analizando incluso la influencia de factores genéticos en la inclinación de un sujeto a votar o abstenerse (Fowler y Dawes, 2008).

tico (Hay, 2007), y la falta de interés por los asuntos públicos (Miller, 1992), entre otras. Resulta interesante destacar el rol que podrían jugar los tópicos de discusión en medios de comunicación y redes sociales – tales como el movimiento “Black Lives Matter” – en aumentar los niveles de interés por la política, y por consecuencia, la participación de ciertos grupos demográficos americanos.

La tercera arista resulta especialmente importante a la hora de analizar la posible participación en los comicios de 2020. Las personas no participarían como consecuencia de que no son movilizadas por agentes políticos (partidos, candidatos y activistas) o por miembros de su comunidad. En este sentido, puede que ningún representante de los partidos y candidaturas busca atraer a dicho individuo a las urnas, lo cual se expande por la existencia de un débil tejido social que es incapaz de generar presión de pares para cumplir con el acto de ir a votar. Investigaciones experimentales mediante correo, incentivos e inclusive plataformas como Facebook (Haenschen, 2016) en esta última área demuestra el efectivo impacto de los esfuerzos por motivar ciudadanos para ir a las urnas. Conocidas como campañas para “animar el voto”, se han transformado en tendencias en redes sociales y terreno, buscando motivar a grupos jóvenes y pertenecientes a minorías³ mediante el fenómeno psico-emocional de la presión de pares.

La capacidad movilizadora de las campañas toma mayor relevan-

³Ejemplos de estas organizaciones incluyen la iniciativa “Rock The Vote” (<https://www.rockthevote.org/>) o “Black To The Ballot” (<https://blackfutureslab.org/black-to-the-ballot-2/>), las cuales están ligadas a las líneas políticas más progresistas del país. A su vez, estrellas – como el basquetbolista LeBron James – han fundado sus propias organizaciones (“More Than a Vote”, <https://www.morethanavote.org/>) para lograr el mismo fin. Sin perjuicio de ello, este tipo de organizaciones de la sociedad civil son transversales, incluyendo instituciones de ambos espectros del abanico político americano.

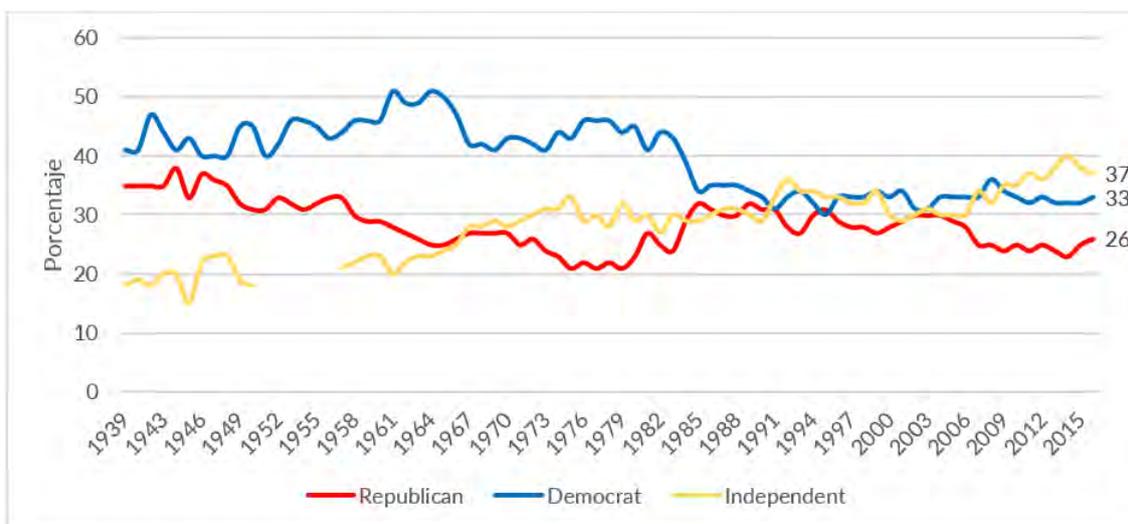
cia con la reciente evidencia de la disminución de los votantes bisagra (individuos que cambian su decisión de apoyo electoral entre comicios). Siguiendo a Smidt (2017), si bien ha aumentado el porcentaje de inscritos que no declaran afiliación partidaria (independientes), estos en los hechos se comportan como votantes leales a su preferencia electoral; la consecuencia es un declive sistemático en el porcentaje de votantes que votan “cruzado” entre una y otra elección. Es decir, si existe un electorado más estático en términos de su preferencia electoral, la participación o no de ciertos grupos sería lo que inclinaría la balanza a favor de uno u otro candidato.

5.2 Identificación partidaria

Con un panorama general de la participación del votante americano, es momento de indagar en los factores que determinan que un ciudadano decida apoyar a un candidato demócrata, uno republicano, o inclusive uno perteneciente a una tercera fuerza. Sin lugar a dudas el factor más relevante a la hora de comprender el por qué un norteamericano decide votar por uno u otro candidato es la identificación (o sentimiento de cercanía) hacia un partido político. Desde hace sesenta años la literatura americana en comportamiento electoral ha estado dominada por la teoría que Campbell y sus colegas (1960), expuesta en el célebre libro “El Votante Americano”. La tesis detrás de esta obra es relativamente sencilla: la lealtad de los americanos hacia un partido político es la división básica del electorado, afectando no solo su decisión de apoyar un candidato sino también la forma en la cual observan los asuntos políticos⁴.

⁴Tradicionalmente conocida como la “pantalla perceptiva”, esta hipótesis indica que la información que recoge un ciudadano pasa por un filtro ideológico/partidario que determina la reacción del

Si bien existe una viva discusión acerca de la magnitud de la identificación partidaria en las últimas décadas, la evidencia científica demuestra que, aun cuando el porcentaje de la población que se identifica con demócratas o republicanos ha sufrido variaciones a lo largo de las últimas cuatro décadas, cuando observamos la potencia de la lealtad partidista entre quienes efectivamente votan se refuerza la idea de la significancia y potencia del efecto (Bartels 2000). De esta forma, quienes se sienten psico-emocionalmente cercanos a uno u otro partido terminarán por inclinar su preferencia electoral hacia su candidato, independientemente incluso de las circunstancias de la elección. Y a pesar de lo que algunos pueden creer, un porcentaje importante de americanos declaran abiertamente sentirse identificados por uno u otro bloque (ver Figura 5.2. para su evolución en el tiempo).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de PEW, 2017.

Figura 5.2: Identificación partidaria en Estados Unidos, 1939 – 2016

Sin perjuicio de esto, la identificación partidaria no es un elemento frente a dicho estímulo. Investigaciones durante las últimas décadas remarcan la importancia de este fenómeno (MacCoun y Paletz, 2009; Ditto y otros, 2019), el cual es capaz de generar que dos individuos con lealtades partidistas opuestas interpreten de manera diferenciada un mismo hecho político.

to ciento por ciento estable a lo largo de la vida de los americanos. Tradicionalmente se ha argumentado que la formación de valores – mediante el proceso conocido como “socialización política” – que se da a partir de la infancia (por influencia de padres, sistema educativo y pares) determina el partido hacia el cual un individuo sentirá mayor cercanía. Ahora bien, evidencia acumulada en la última década exhibe cómo un ciudadano va formando su preferencia partidista a lo largo de su vida; así, Dinas (2014) muestra como la decisión de apoyar a un partido en su período de juventud refuerza su convicción y cercanía frente al mismo partido, alcanzo niveles substancialmente estables en el tiempo. En otras palabras, no es suficiente la influencia de padres y pares a lo largo de la vida sino también las propias decisiones que tome un ciudadano refuerzan la potencia de dicho factor al momento de decidir su apoyo electoral en las urnas.

Un último factor relevante a la hora de considerar el efecto de la identificación partidaria es la influencia del contexto social. Siguiendo a Klar (2014), los sujetos que habitan en comunidades más heterogéneas tenderán a presentar mayores niveles de evaluación y preferencia bipartidista (no solo motivadas por la cercanía partidaria). Por consecuencia, cuando sujetos cohabitan e interactúan con otros individuos de similar naturaleza partidaria⁵, el sesgo partidista incrementa, transformando la heurística (atajos tomados por ciudadanos para interpretar el mundo a su alrededor en base a claves partidarias) en la

⁵Este fenómeno puede darse por pertenencia a organizaciones sociales (clubes universitarios, juntas vecinales, voluntariados, organizaciones de derechos civiles) y religiosas (Estados Unidos posee una amplia variedad de instituciones de carácter espiritual y un fuerte efecto político de ellas en ciertos territorios del país). Investigaciones relativas a esta área (Kinder y Kam, 2010) han demostrado el impacto del “sentido de pertenencia” o “identidad grupal” sobre la decisión de voto, produciendo un mecanismo de reforzamiento del sentimiento partidista y una mayor convicción por el apoyo a un determinado candidato.

principal herramienta para decidir su voto. Esta consideración toma especial relevancia en el ámbito de las redes sociales (Settle, 2018), en donde los individuos suelen interactuar con semejantes, incrementando – por una parte – su tendencia a fortalecer la creencia partidista, y por otra, a rechazar aquellos estímulos que pongan en riesgo su forma de ver los asuntos público-políticos.

5.3 La economía y popularidad del presidente

Tras vencer al incumbente George H. Bush, el electo presidente Bill Clinton acuñó una frase que ha marcado a fuego a analistas y comentaristas políticos en Estados Unidos: “es la economía, estúpido.” Ahora bien, la idea detrás de esta opinión está construida sobre décadas de investigación académica sobre la relación entre economía y decisión electoral. Desde la década de 1970, diferentes académicos americanos (Kramer 1971, Tufte 1975) comenzaron a explorar el por qué pareciera que en años electorales el estado de la economía afectaba las opciones del presidente o del partido de turno en el poder de aumentar, mantener o al menos no perder, una cantidad significativa de apoyo en las urnas.

La discusión inicial comenzó con la exploración del tipo de votante económico que participaba en los comicios (sociotrópicos – quienes daban significancia política al ambiente económico nacional – versus egotrópicos – quienes dan relevancia a la propia situación económica). Así, Kinder y Kiewiet (1981) llegan a la conclusión de que el votante americano está más preocupado de la situación general de la economía que de sus propios predicamentos. Para ello es necesaria solo una pequeña cantidad de información acerca de las condiciones objetivas del país, la cual es suficiente para interpretar el trabajo del

partido incumbente en el gobierno, y premiar o castigar su performance mediante el voto.

Esta idea fuerza, que conlleva la tradicional mirada actual acerca de la relación entre el destino de una candidatura y el estado de la economía, ha derivado en una amplia serie de investigaciones que buscan profundizar bajo qué condiciones esta premisa opera. Así, es importante destacar el marco temporal en el cual afectaría la economía y los posibles factores que intervendrían en este proceso. Healy y Lenz (2014) indagan el tiempo en el cual el estado de la economía afecta la posibilidad del partido gobernante; concluyen que los ciudadanos prestan más atención al estado de la situación económica nacional durante el año de las elecciones que a la totalidad del período presidencial. Este efecto no ocurre necesariamente como consecuencia de una visión cortoplacista de los ciudadanos, sino más bien por la falta de disponibilidad de información pedagógica que permita al votante apreciar un horizonte temporal de mayor plazo.

Sumado al efecto de la situación económica, se debe mencionar la capacidad del líder del ejecutivo americano de disponer fondos para mover la balanza electoral a su favor. Siguiendo a Kriner y Reeves (2015a, 2015b), los presidentes norteamericanos utilizan su prerrogativa de gasto fiscal para dirigir un mayor gasto en aquellas comunidades que son vistas como campos de batalla electoral; el resultado es un incremento en la probabilidad de que un miembro de dichos territorios decida apoyar al candidato incumbente⁶. Esta afirmación

⁶Los autores estiman que un presidente dirige, en promedio, 17 millones de dólares más de presupuesto federal a comunidades y territorios electoralmente atractivos (campos de batalla y lugares donde buscan maximizar la lealtad del votante). Inclusive aun cuando conservadores (republicanos) valoran el balance fiscal más que liberales (demócratas), los presidentes que entregan beneficios particulares a ciertos territorios logran un mayor beneficio en el conteo de votos final.

Cuadro 5.2: Aprobación presidencial y la posibilidad de reelección en Estados Unidos, 1948 – 2020 (encuestas Gallup).

	Año	Junio Aprobación (%)	Octubre Aprobación (%)	Reelección
Trump	2020	41	-	.
Obama	2012	46	52	Sí
G.W. Bush	2004	49	48	Sí
Clinton	1996	55	54	Sí
G.H.W. Bush	1992	37	34	No
Reagan	1984	54	58	Sí
Carter	1980	32	37	No
Ford	1976	45	-	No
Nixon	1972	59	-	Sí
Johnson	1964	74	-	Sí
Eisenhower	1956	72	68	Sí
Truman	1948	40	-	Sí

Fuente: Elaboración propia con datos de Jones, 2019

resulta especialmente relevante al considerar el gasto focalizado de la administración de Trump en comunidades agricultoras de Estados como Michigan y Wisconsin, y los paquetes de auxilio por efecto de la pandemia del COVID-19 en territorios como Pennsylvania (Luhby, 2020).

También resulta importante revisar en este apartado la relación entre popularidad del presidente y su posibilidad de reelección. Si bien la evidencia científica exhibe una robusta relación estadística entre ambos factores (Siegelman, 1979; Lewis-Beck y Rice, 1982), y la evidencia descriptiva (ver Cuadro 5.2.) exhibe un patrón característico en la posibilidad de reelección de un mandatario - ningún incumbente que tenga tasas de popularidad superiores al 50% a perdido una reelección desde que se poseen registros de dicho indicador (Jones, 2019) - la complejidad de comprender que está detrás de que un individuo apruebe o no la administración de turno nos lleva a repensar la relación entre popularidad y chances de seguir en el poder. Así, la popularidad de un presidente se ve afectada por el estado de la economía (MacKuen y otros, 1992) y la presencia de conflictos internacionales en la retina del país (Eichenberg y otros, 2006). Sumado a ello, el efecto de la identificación partidaria y la polarización reinante entre los ciudadanos del país estaría cambiando las dinámicas y la relevancia de dichos factores, transformando la performance de una presidencia en un elemento mayoritariamente vinculado a la mayor o menor intensidad de cercanía con el partido del gobernante (Donovan y otros, 2019).

Por último, se debe tener consideración especial a la particular situación de polarización (u ordenamiento) ideológico del país. Desde la administración de Obama los indicadores de aprobación se han man-

tenido sorprendentemente estables en Estados Unidos (Skelley, 2020). Por ejemplo, Barack Obama estuvo durante prácticamente todo su segundo mandato entre un 45 y 50 por ciento de aprobación, mientras Trump se ha mantenido en un margen que oscila entre los 40 y los 45 puntos. La razón detrás de este sostenido equilibrio es por el efecto de la aprobación del presidente entre los adherentes republicanos (hasta 96% en algunas encuestas) y la de sus opositores (7%). Teniendo en cuenta esta situación, una hipótesis a plantear es que la aprobación no tendría mayor relevancia, siempre y cuando, Trump logre movilizar a los adherentes de su partido y Biden no logre entusiasmar al votante independiente.

5.4 Los temas de política pública

La regla general en el estudio de las campañas presidenciales argumenta que las plataformas de gobierno y la propuesta de política pública se construyen para ganar elecciones (generar expectativas), y no así para gobernar (Downs 1957). Sin perjuicio de ello, el efecto de las propuestas e ideas – parte fundamental de las campañas electorales – ha demostrado un limitado efecto sobre la persuasión de votantes y el resultado final de los comicios (Bartels, 1992).

Lejos de esta mirada minimalista, un cuerpo de literatura en política americana recoge las condiciones bajo las cuales las candidaturas presidenciales pueden obtener créditos desde su posición de política pública, y así arrastrar el carro de la victoria de su candidato. La teoría racional propone que un determinado individuo analizará – bajo un mecanismo de costo/beneficio – la situación buscando al candidato que más le convenga a su determinado interés, y así determinará su apoyo electoral (Downs, 1957).

Sin embargo, la evidencia reciente ha demostrado la limitada capacidad de dicho factor para explicar la decisión final de voto (Lacy y Paolino, 1998), y a su vez el mecanismo mediante el cual los temas públicos pueden efectivamente influir la decisión electoral (Petrocik, 1996). En este sentido, los candidatos explotan aquellos temas en los cuales su partido – o su persona – tiene mayor reputación, buscando dominar la agenda mediática con ellas, con la esperanza de que las personas decidan votar por su candidatura en función de dicha experticia.

En el largo plazo, los temas públicos podrían generar desplazamientos mayores en el electorado. Siguiendo a Carmines y Stimson (1981), temáticas que han dominado la discusión nacional durante un largo tiempo son capaces de producir cambios graduales en las bases de apoyo partidista. Así, por ejemplo, tópicos raciales que se transformaron en parte importante de la agenda crean diferentes incentivos para atraer la lealtad de las cohortes jóvenes, las cuales contribuyen a generar diferencias fundamentales a la hora de entender como los temas públicos influyen el resultado de una elección.

Lo anterior, sumado a la relevancia del efecto de variables simbólicas (identificación partidaria, pertenencia a grupos étnicos o raciales, u otras características más estables) explicarían de cierta forma el poco impacto de los temas nacionales en la decisión de apoyo electoral a un determinado candidato (Sears y otros, 1980).

5.5 Tendencias demográficas

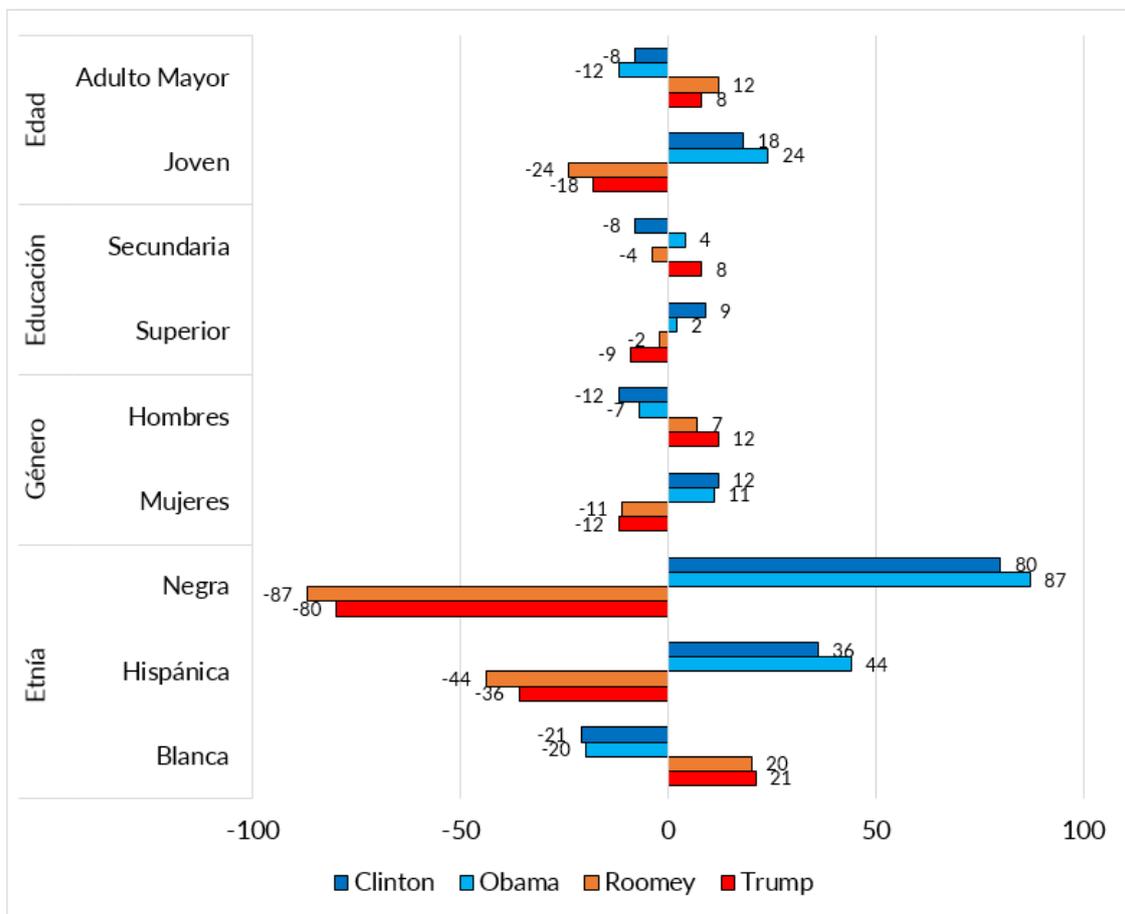
Por consecuencia de lo expuesto en el apartado anterior, resulta fundamental observar las diferentes tendencias demográficas que existen en el comportamiento electoral de los americanos. Una de las

formas más comunes para describir la relación entre tendencias demográficas y preferencias electorales es a través de la data obtenida desde las encuestas de salida de cada elección (ver Figura 5.3.).

De acuerdo a lo reportado por Tyson y Maniam (2016), Trump fue capaz de persuadir a cuatro importantes grupos de electores para obtener su triunfo en los comicios de 2016. En primer lugar, la movilización de votantes con nivel educación igual o menor a secundaria completa (educación media completa e inferior), en los cuales el republicano obtuvo una ventaja de 8 puntos porcentuales sobre Clinton (aumentando en 12 puntos en relación a la performance del candidato republicano de 2012). Esta brecha incrementa de manera substancial si observamos el cruce al interior de los ciudadanos anglosajones (blancos) con dicho nivel educativo, en donde Trump obtuvo una ventaja de 39 puntos porcentuales por sobre Clinton (incrementando en 14 puntos el rendimiento republicano de la elección anterior).

Un segundo grupo relevante para la victoria de Trump fue mantener los niveles de apoyo electoral de votantes blancos (21 puntos sobre Clinton), y al mismo tiempo la erosión en apoyo de afroamericanos hacia la candidatura de Clinton (-7 puntos en relación a la reelección de Obama en 2012). Asimismo, y si bien la exsenadora demócrata triunfo en los grupos hispanos, su rendimiento fue substancialmente menor al obtenido por Obama cuatro años antes (disminución de 8 puntos porcentuales de apoyo electoral)⁷.

⁷En cierta medida este deterioro fue producto de dos factores: en primer lugar, la menor capacidad movilizadora de la campaña de Clinton en relación a la de Obama; y, segundo, las políticas implementadas por la administración de Obama en cuanto a la relación con Cuba (situación que no fue bien recibida por grupos de votantes cubanos en estados como Florida, en donde efectivamente se observa una disminución del voto latino-cubano en favor de los demócratas).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Tyson y Maniam (2016).

Figura 5.3: Diferencia en preferencia electoral por grupo demográfico, Trump vs Clinton (2016) y Roomey vs Obama (2012)

En tercer lugar, resulta importante destacar el apoyo de los hombres a la candidatura de Trump. En relación a la performance de Roomey, el actual presidente republicano obtuvo cinco puntos porcentuales más de apoyo electoral. De igual forma, la candidatura de Hillary Clinton no fue capaz de incrementar significativamente el apoyo de mujeres en relación al proceso de reelección de Obama en 2012.

Fuera de los grupos demográficos exhibidos en la Figura 5.3., se debe analizar la movilización de la clase media americana en favor del magnate inmobiliario. Siguiendo el reporte de Igielnik y Kochhar

5.6 ¿Polarización u ordenamiento? La división americana 117

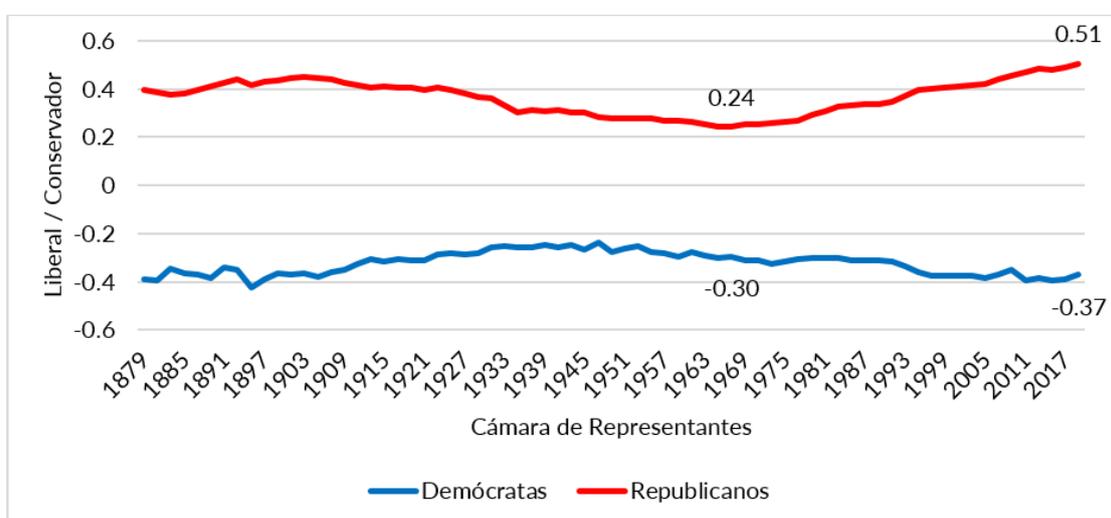
(2016), de un total de 221 comunidades analizadas, Donald Trump logró aumentar el porcentaje de apoyo electoral republicano en 196 de ellas. De igual manera, el porcentaje de voto de los demócratas disminuyó en prácticamente todas las comunidades donde el trabajo manufacturero era relevante para la economía local.

En conclusión, la división demográfica en las líneas partidistas es la más amplia del último cuarto de siglo, con una marcada tendencia de evangélicos blancos y otros religiosos, blancos sin educación superior e individuos que habitan el sur rural de Estados Unidos de identificarse con los republicanos; mientras la base demócrata está caracterizada por mujeres blancas con educación superior, cohortes más jóvenes, católicas de herencia hispánica, individuos sin religión, mujeres afroamericanas y residentes de zonas urbanas del noreste del país (PEW, 2020).

5.6 ¿Polarización u ordenamiento? La división americana

Uno de los tópicos más recurrentes a la hora de analizar la contingencia política en aras de la elección de 2020 es el estado de la polarización (sea política u afectiva) en el ciudadano americano. La noción de que Estados Unidos se ha dividido en dos grupos cada vez más diferenciados, y por consecuencia con un “vacío” del centro político, no es nueva. Desde 2005 la prensa y académicos han debatido acerca del desplazamiento de las posiciones políticas de dirigentes y ciudadanos en un ambiente que, sin lugar a dudas, ha demostrado una de las caras más complejas de cualquier sociedad contemporánea. El debate en este sentido se encuentra entre quienes argumentan que

al interior de la población americana existe una polarización económica, o una división cultural (moral y afectiva), y quienes sostienen que se ha dado un proceso de reordenamiento de la ciudadanía fruto de la profunda división que vive la clase dirigente y la elite (ver Figura 5.5. para una descripción gráfica de la diferencia de polarización versus reordenamiento). Ahora bien, si una conclusión clara existe es que la división al interior del Congreso americano ha alcanzado su mayor nivel desde que existen datos para medirla (ver Figura 5.4.).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Lewis, 2020.

Figura 5.4: Posición media de miembros de la Cámara de representantes por partido, 1879 – 2019

La primera aproximación es la división cultural (moral o afectiva) que existiría en el votante americano y que se expresa en la existencia de estados “rojos” o “azules”⁸ y la separación de la ciudadanía

⁸Desde la publicación del libro de Frank (¿Qué pasa con Kansas?) en 2004, se instaló la percepción en los medios de comunicación y analistas americanos de la existencia de una profunda división entre los ciudadanos en términos de una guerra cultural. Dicha batalla habría sido el resultado de un movimiento valórico del partido demócrata (pro-aborto, pro-matrimonio igualitario, etc.), el cual habría abierto un espacio para que los republicanos conquistasen el voto de sectores de trabajadores blancos con menos capital educacional, los cuales decidían dejar de lado su interés

entre “nosotros” y “ellos”. La llamada batalla cultural argumenta que existe una división amplia en el electorado americano que va más allá de las diferencias propias de grupos activistas, sino que más bien se encuentra esparcida a lo largo y ancho del país. Bajo esta premisa Abramowitz y Saunders (2008) exploran la división entre diferentes segmentos de la población para concluir que dichas brechas se dan a nivel de edad, raza y religión, como así también a nivel geográfico en el país.

Siguiendo con la lógica anterior, Abramowitz (2010) explora el fenómeno en mayor profundidad, encontrando que los votantes americanos de diferentes cohortes, partidos, habitantes de diversos territorios y grupos religiosos tienen diferencias substanciales en cuanto a su preferencia electoral y de tópicos tales como el aborto, el matrimonio igualitario, y políticas económicas y de salud. Así, los adherentes de ambos partidos se encuentran en dimensiones opuestas del espectro político, debilitando el centro y dando un incentivo a los políticos para adoptar posiciones cada vez más duras.

Otra dimensión de la “batalla cultural” se da en el campo afectivo del americano. Siguiendo a Iyengar y otros (2012) los ciudadanos de Estados Unidos viven un proceso de distanciamiento afectivo, lo cual ocurre fruto de su identificación con diferentes grupos sociales (dinámica de identidad grupal). Así, adherentes del partido demócrata y republicano incrementalmente sienten desagrado por el otro, estableciendo estereotipos negativos sobre quienes ven como enemigos que habitan en el espectro opuesto de la dimensión política, y dismi-

económico a favor de defender su set de valores tradicionales. Esta aseveración, muy popular por su evidencia anecdótica, fue rápidamente contrastada con los datos empíricos por Bartels (2006), quien demuestra que la supuesta división en Kansas no es un fenómeno nacional, y que más bien el auge de los republicanos se confina a su resurgimiento electoral en el sur de los Estados Unidos.

nuyendo su capacidad de empatizar con quien ven como un contrario⁹.

En segundo lugar, se encuentra la idea de una polarización económica, la cual establece que la división en Estados Unidos es fruto de la posición económico-social de las personas y sus preferencias por políticas públicas, por ejemplo, categorizadas en propuestas focalizadas versus universalistas. En este sentido, algunos autores – como Anso-labehere, Rodden y Snyder (2006) – indican que durante las últimas décadas un proceso de convergencia de visiones morales y económicas ha ocurrido en los territorios del país. De esta forma, la división cultural geográfica tendría poco sustento, y, además, los temas valóricos serían menos relevantes que los factores económicos en la escala de política pública. Sin perjuicio de esto, la diferencia entre factores individuales y agregados (comportamiento a nivel de territorios) es real y en ambos la capacidad económica de los votantes jugaría un factor importante en su decisión de voto; en esta línea, votantes ricos en estados con menor ingreso per cápita se inclinarían a votar por republicanos, mientras los mismos individuos de altos ingresos que habitan territorios más acomodados no presentarían dicho efecto (Gelman y otros, 2007).

Por último, la hipótesis del reordenamiento ideológico supone que la polarización ha ocurrido solo en las clases dirigentes y de elite, y que la ciudadanía solo ha reaccionado frente a la nueva información que emana de esta división. Fiorina (2017) es uno de los grandes ex-

⁹La evidencia presentada demuestra como un republicano (o demócrata) evalúa de manera cada vez más negativa a las figuras políticos del contrario, y cada vez más positiva a los propios. A su vez, se da un fenómeno social en donde los individuos muestran menos disposición a confiar en quienes ven como adversarios políticos, llegando incluso a mirar con malos ojos el matrimonio de sus hijos con adherentes del partido opuesto.

5.6 ¿Polarización u ordenamiento? La división americana 121

ponentes de esta teoría, la cual, basada en la noción antes presentada de influencia de las élites en el proceso de formación de la opinión pública (Zaller 1993), establece que los ciudadanos actualizan su adhesión a un partido dependiendo de la posición que los líderes de éste tomen en temas de política pública y asuntos valóricos. De esta forma, la creciente polarización en las élites ha nutrido a la población con suficiente información relevante para decidir si permanecer en el centro, movilizarse hacia una posición de cercanía a un partido o simplemente invertir su posición en la adhesión política.

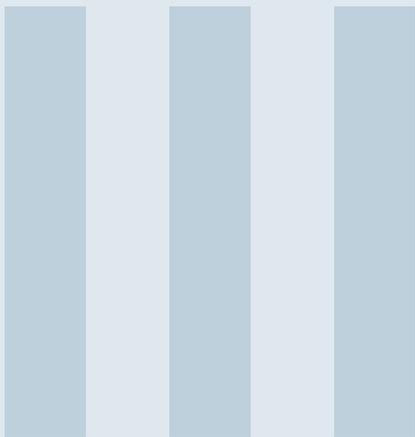
		Demócratas	Independientes	Republicanos
Reordenamiento	Tiempo 1	50 liberales	50 moderados	25 liberales
		25 moderados		25 moderados
				50 conservadores
	Tiempo 2	75 liberales	50 moderados	75 conservadores
			25 moderados	
Polarización	Tiempo 1	50 liberales	50 moderados	50 conservadores
		50 moderados		50 moderados
				75 conservadores
	Tiempo 2	75 liberales	20 moderados	75 conservadores
			40 moderados	

Fuente: Elaboración propia en base a Fiorina, 2017.

Figura 5.5: El proceso de reordenamiento y polarización.

De esta forma, la aparente división o movimiento en la distribución de votantes y ciudadanos americanos no es el efecto de una división de las placas de apoyo, sino más bien el ordenamiento de las mismas en el tiempo. Autores como Mason (2015) han indagado en el efecto que tendría este re-posicionamiento del electorado, destacando las posiciones políticas más rígidas que toman partidos y partidistas, como así también un refuerzo de la identificación partidaria, del activismo, y de los sesgos propios de estar fuertemente identificados con una posición. Por consecuencia, el proceso de fortalecimiento de las posiciones ha sido el causante del clima de rabia

y poca tolerancia que vive Estados Unidos, y no así una dramática polarización en asuntos de políticas públicas y valores al interior del país.



La carrera 2020

6 Rumbo a Avenida Pensilvania 125

- 6.1 Los modelos predictivos y las encuestas
- 6.2 Posibles efectos del COVID-19
- 6.3 El camino a los 270: El mapa electoral
- 6.4 Eventos de campaña

7 Más allá de la presidencial 175

- 7.1 La carrera en el Senado
- 7.2 La carrera de los Representantes
- 7.3 Consideraciones finales

Referencias 189

Index 197



6. Rumbo a Avenida Pensilvania

En una carrera marcada por la pandemia del COVID-19 y sus efectos sobre la interrupción de la primaria demócrata, la dificultad para llevar a cabo “juego en terreno” para las campañas, y los devastadores efectos económicos, Estados Unidos tendrá que elegir quien gobernará el país durante los próximos cuatro años. A este escenario de incertidumbre se debe sumar la existencia del congreso más dividido del último siglo, una ciudadanía crecimiento afectada por un proceso de polarización afectiva, y el destape de los conflictos raciales y de género en el país.

Como si fuera poco, la pandemia del COVID-19 pone un férreo obstáculo para la normal celebración de los comicios, y el voto por correo se transforma en una medida – que si bien utilizada en el pasado – recobra nueva fuerza (y sospecha) en la ciudadanía americana. Así, y quedando poco tiempo para que los ojos del mundo estén sobre Estados Unidos se presenta una elección donde temáticas tales como la reactivación economía, salud pública, derechos migratorios,

y la propia figura presidencial estarán sobre la mesa.

En este último apartado del documento el objetivo es mostrar una caracterización general de las diferentes aristas a tener en cuenta al momento de observar la carrera que enfrenta a Donald Trump y Joe Biden por el sillón de la sala oval. Una mirada a los modelos predictivos y las encuestas, el camino al número mágico de 270 votos electorales, seguida por temáticas claves de política pública, el posible efecto de los debates presidenciales y el COVID-19, y lo que los norteamericanos suelen llamar “la sorpresa de octubre” serán tomados en cuenta.

Hasta el momento la ventaja parece estar del lado del demócrata, y ex vice-presidente de la administración de Barack Obama, Joe Biden. Pero si algo nos demostró la elección de 2016, es que a pesar de la ventaja en las encuestas y los conflictos que conlleva la figura de Trump, la presidencia no se decide hasta contar los votos. Esta elección está marcada por un record: cualquier que triunfe se transformará en el presidente de mayor edad en la historia del país. Trump busca la reelección con 74 años, y Biden intentará su primera presidencia con 77.

Dado su sistema bipartidista y las reglas que regulan momentos relevantes de la elección (como la presencia de un candidato en los debates presidenciales), la atención mediática nacional e internacional esta posada sobre la dupla de nominados republicanos y demócratas. Sin embargo, este 2020 los votantes americanos tendrán al menos cuatro opciones para elegir. A los ya – muy mencionados – Trump-Pence y Biden-Harris, la terna presidencial se completa con las duplas de candidatos Howie Hawkins-Angela Walker del partido Verde y Jo Jorgensen-Spike Cohen del partido Libertario. Como en

la realidad las últimas dos duplas no tendrán mayor incidencia, y ni siquiera tienen la posibilidad de participar de los debates nacionales, lo importante es centrarse en las candidaturas de los dos partidos de mayor tamaño.

Una primera mirada se debe realizar desde la percepción de los ciudadanos sobre Trump y Biden. Siguiendo lo reportado por el informe de PEW Research (2020), las candidaturas presentan diferentes niveles de satisfacción entre los adherentes de sus respectivos partidos. Mientras el magnate republicano alcanza un nivel de entusiasmo que ronda el 59% (indicador más alto desde la reelección de Bush en 2004), el ex senador demócrata solo logra un 42% de satisfacción entre los adherentes a su partido (indicador más bajo desde la nominación de Clinton en 1992). De esta forma, Joe Biden no está bien posicionado para movilizar la base adherente de su partido, y de allí se entiende la estrategia implementada en la convención celebrada en agosto, que buscó integrar a grandes personalidades del partido en el evento.

Sumado a este indicador, el reporte indica que una abrumadora mayoría de los votantes registrados sienten que la elección entre Biden y Trump es relevante (91% rechaza la idea de que cualquiera de los dos sería un buen presidente, y un 8% declara que la elección es compleja debido a ambos podrían ser buenos mandatarios). En este mismo sentido, la elección de 2020 presenta la más nítida distinción por parte de los votantes de las candidaturas, pues solo un 9% declara que los candidatos son similares en cuanto a sus posturas (indicador más bajo desde el inicio de la medición en el año 2000).

Quizás uno de los datos más notables que rodea la elección entre ambos candidatos son las razones para elegir a uno u otro. En el

caso de Trump, un 23% de los que declaran intención de voto por su candidatura lo hacen como consecuencia de su liderazgo y performance, seguido en un 21% por sus posiciones en temas de política pública, y un 19% como consecuencia de que no es Joe Biden. Esta misma pregunta para el caso de la candidatura demócrata demuestra la antipatía a Trump, pues un 56% de los que se inclinarían por Biden lo hacen por la sencilla razón de que no es Donald J. Trump (seguido en un 19% por el liderazgo de Biden y un 13% por la personalidad y temperamento del demócrata).

Otro dato que resulta interesante de destacar son los miedos y aprehensiones que tienen los adherentes de una y otra candidatura por su figura presidencial. Así, un 25% de los adherentes de Trump temen de su temperamento, rudeza y narcicismo, mientras un 31% de quienes apoyan a Biden tienen aprehensión de su avanzada edad (recordar que Biden tiene 77 años, y se transformaría en el presidente de más edad en asumir la primera magistratura americana) y posibles problemas de salud.

Por último, la Figura 6.1. exhibe una breve comparación de temas de políticas pública entre las plataformas de Biden y Trump. Entre las mayores diferencias que exhiben los candidatos en el fondo de sus políticas se encuentra el asunto de los impuestos (Trump busca mantener niveles bajos a corporaciones e individuos, mientras Biden busca aumentarlos para pagar programas sociales), educación (política de vouchers de Trump versus acceso gratuito a educación superior para las clases medias de Biden), y en el asunto racial (Trump recientemente lanzó su plan “platinum” que busca dar apoyo económico a las comunidades afroamericanas, mientras Biden promete un nuevo trato que trata aristas económicas, judiciales y de derechos básicos

universales).

	Donald J. Trump	Joe Biden
Tecnología	Acelerar regulación, observar concentración	Mejorar súper-vigilancia sobre concentración y privacidad
Impuestos	Mantener impuestos para corporaciones e individuos	Incremento de impuestos a corporaciones y millonarios
Inmigración	Reforzar seguridad fronteriza y terminar con DACA	Revertir las políticas de la administración Trump
Política Internacional	Reforzar alianzas con Arabia Saudita e Irán	Limitar envío de tropas al medio oriente
Tema China	Incrementar la dureza diplomática	Incrementar la dureza diplomática
Crimen	Incrementar recursos para la policía	Reformar la policía
Temas Raciales	Reactivar y apoyar economía afroamericana	Nuevo trato con minorías
Educación	Potenciar política de vouchers educativos	Educación superior gratuita para clase media
Medio Ambiente	Ninguna propuesta	Plan de economía sustentable y energía renovable

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.1: Comparación propuestas Trump-Biden

6.1 Los modelos predictivos y las encuestas

En tiempos de la ciencia de datos, todo se traduce en una función de predicción de cara a las elecciones. Sin perjuicio del avance de los modelos de “gran volumen de datos”, la incertidumbre siempre es parte fundamental de la modelación estadística en ciencias sociales¹.

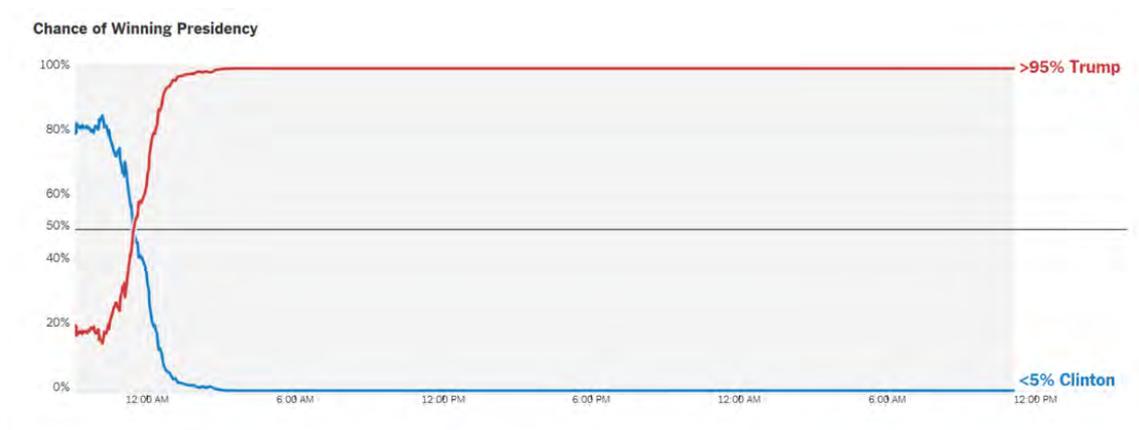
¹Esto es a lo que en sociometría se le conoce como el error de los modelos de predicción estadístico (identificado con una letra griega épsilon). Este surge desde la incapacidad de las ciencias

Así, la elección de noviembre de 2016 trajo como consecuencia una debacle poco visto antes de los sondeos presidenciales, los modelos de grandes corporaciones, e incluso del análisis de expertos. Uno de los casos más emblemáticos de este problema ocurrió con el modelo de predicción del New York Times (ver Figura 6.2.). Hasta cercano a medianoche del día de la elección de 2016, el indicador de probabilidad anunciaba que la candidata demócrata Hillary Clinton tenía – aproximadamente – un 85% de chances de quedarse con el sillón de la oficina oval. Para sorpresa del medio de comunicación, en tan solo media hora (y tras el anuncio de los resultados del estado de Florida), la aguja que marcaba la probabilidad de triunfo de Clinton se inclinó en favor de la candidatura de Donald Trump drásticamente, exhibiendo que el (entonces) candidato republicano tenía más de 95% de probabilidades de ganar el colegio electoral, y por ende la elección.

Así, una pregunta recurrente tras la elección pasada es el por qué los modelos predictivos y los algoritmos no son capaces de exhibir con algún grado de certeza y fiabilidad lo que podría ocurrir tras el conteo de los votos. En adición, y además de notas metodológicas, otros efectos más allá de lo estadístico podrían estar disminuyendo el desempeño de los modelos. Por ejemplo, y tal como exhiben Erikson y Wlezien (2014), en el momento inicial de las campañas presidenciales los votantes no tienen incorporado evaluaciones económicas dentro de su evaluación de preferencia electoral. Sin embargo, la percepción de apoyo electoral temprano juega un rol fundamental en el veredicto final de los comicios. Este juego sigue hasta la víspera de la

sociales de capturar de manera exacta y precisa cada uno de los factores que están en juego en una decisión política o social.

elección, en donde ni las encuestas pre-electorales más próximas al día del conteo de votos son capaces de capturar de manera definitiva el impacto de la situación económica u otros factores relevantes.



Fuente: New York Times, 2016.

Figura 6.2: Cambios en el modelo predictivo del New York Times (noche de la elección de 2016)

La predicción de los resultados electorales en Estados Unidos es una tarea no solo compleja por la cantidad de variables que intervienen en la decisión de voto del elector, sino también por el gran volumen de información necesaria para estimar un posible escenario electoral basado en el Colegio Electoral. Sin embargo, la gran cantidad de sondeos de intención de voto con las que cuenta permiten a diferentes organizaciones (medios de comunicación, centros académicos e inclusive empresas privadas) exhibir a la opinión pública sus propios modelos predictivos.

Por consecuencia, existe también una amplia gama de opciones para observar como es el escenario actual de la competencia entre Trump y Biden. En estos momentos, todos los modelos muestran una amplia ventaja del candidato demócrata sobre el presidente en ejercicio, y si bien ninguno de ellos da por ganador definitivo al ex vicepre-

sidente de la administración Obama (por efecto de estados bisagra tales como Florida, Wisconsin, Pensilvania y otros), aquellos que se aventuran a dividir los votos del colegio electoral entre ambos candidatos muestran la delicada situación de la campaña de Trump. Por ejemplo, el portal Real Clear Politics muestra en su mapa de predicción que Trump obtendría 125 votos electorales medianamente seguros, mientras Biden llegaría a los 222 (270 son necesarios para triunfar); sin embargo, al momento de ver la división binaria, Biden alcanzaría 353 votos electorales (83 más que los necesarios para ganar), mientras Trump quedaría en 185. Una situación muy similar exhibe el algoritmo predictivo de The Economist.

Cuadro 6.1: Comparación modelos predictivos elecciones presidenciales 2020 (actualizado al 26-09-20)

		RCP	Economist	CNN	538
CE-A	Trump	125	-	169	-
	Indeciso	191	-	100	-
	Biden	222	-	269	-
CE-B	Trump	185	204	-	207
	Biden	353	334	-	331
Voto	Trump	42.90%	46.10%	-	45.90%
	Biden	49.60%	53.60%	-	52.90%

Fuente: Elaboración propia en base a diferentes fuentes

Lo más interesante de notar es el promedio de la intención de voto que dan diferentes instituciones. En todas aquellas que se aventu-

ran a ponderar los sondeos, existe una notoria brecha entre el apoyo en las urnas de Biden y Trump. Por ejemplo, Real Clear Politics da un 42.9% del voto popular a Trump, mientras Biden alcanzaría 49.6% de las preferencias; mientras The Economist es más drástico a la hora de exhibir la diferencia: 46.1% de los votos para Trump y 53.6% para Biden. Si bien la diferencia se da por la posibilidad de que candidatos menores obtengan apoyo popular, la diferencia mínima que exhiben los porcentajes ponderados sería de al menos 7 puntos porcentuales. De esta forma, si Trump lograra obtener la victoria en el Colegio Electoral se estaría seguramente frente al primer presidente electo que logra dos victorias consecutivas sin una mayoría del apoyo electoral popular en las urnas.

Antes de terminar con este apartado se deben observar dos interrogantes comúnmente planteadas en torno a los sondeos electorales, sus versiones agregadas, y los algoritmos predictivos para el resultado del colegio electoral. En primer lugar, ¿por qué existen diferencias tan amplias entre los indicadores entregados por diferentes instituciones? Para responder a dicha interrogante debemos analizar qué factores entran en la juguera de cada uno de los modelos, y que decisiones toman los equipos de investigación de cada una de las organizaciones para presentar sus resultados.

Por lo general existen diferentes factores que influyen que los modelos entreguen resultados distintos. Algunos de los más importantes son los factores de expansión o ponderadores que se utilizan en la agregación de las encuestas para determinar qué candidato podría triunfar en cada estado. El ejemplo más claro en esta división lo presenta el portal FiveThirtyEight versus el proyecto de Real Clear Politics; mientras el primero se preocupa de establecer un ranking para

las diferentes encuestas que alimentan su ponderador – tales como qué tan certera ha sido dicho sondeo en elecciones anteriores, que tan cercana es la distribución muestral a la poblacional, y que tipo de muestreo realiza – la segunda utiliza un simple promedio estadístico, es decir, toma todas las encuestas (independiente de su metodología o características) y las promedia. Lo interesante de estas diferencias es que publicaciones tras la elección de 2016 han demostrado el poco impacto de estos distintos métodos y, a su vez, entrega un respaldo a los modelos empleados, concluyendo que éstos solo fallaron dentro de los márgenes de error esperables en la estadística inferencial (Wright y Wright, 2018).

Otro factor relevante es el transfondo teórico y empírico de los modelos o, en otras palabras, que factores creen los académicos y analistas que impactan el resultado de una elección. Campbell y otros (2017) realizaron un ejercicio clasificando cada uno de estos y los contrastaron con los resultados reales de la elección de 2016. Así, existe una variedad de instrumentos predictivos que, entre otras cosas, incluyen variables a nivel estatal, agregación de encuestas, del rol de la economía política, del efecto de las convenciones, de expectativas económicas, de condiciones nacionales, cambios en el tiempo en votación partidista, o inclusive el impacto de las primarias. Más allá de los resultados favorables o desfavorables de cada uno de éstos (aun cuando se debe destacar la predicción del modelo de economía política, el relativo al efecto de las convenciones, y el de expectativas económicas), lo relevante del ejercicio es que exhibe que correcciones a nivel demográfico (tales como nivel de educación y edad de los votantes) permitirían mejorar la predicción en el tiempo.

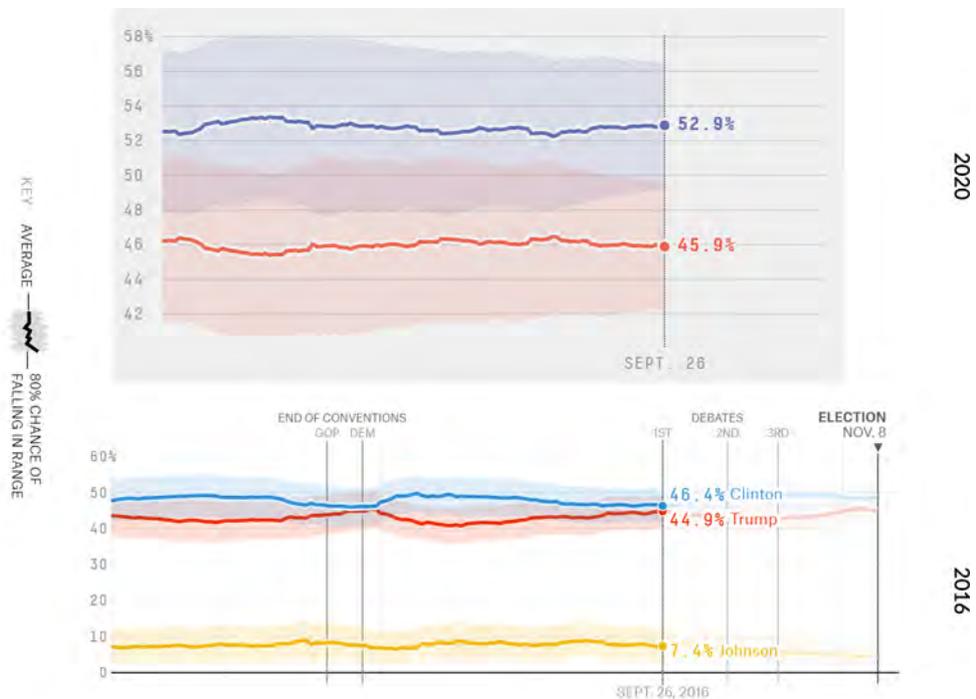
Segundo, ¿cómo se han comportado las predicciones y agregacio-

nes en comparación a la elección anterior? Para responder a esta interrogante, observaremos el caso del portal FiveThirtyEight fundado por Nate Silver. Siguiendo lo presentando en la Figura 6.3., al 5 de agosto del año de 2016 Clinton tenía una superioridad de 6.5 puntos sobre Trump mientras a la misma fecha, pero de 2020, Biden tiene una ventaja de 7.6 puntos sobre el republicano. Si bien pareciese que la diferencia no es estadísticamente significativa, el método de ponderación de las encuestas para el indicador del portal en 2020 y 2016 es distinto. Siguiendo lo analizado por Rakich (2020), empleando una metodología igual para ambos promedios ponderados de sondeos la diferencia de Clinton sobre Trump sería de 3.8 puntos porcentuales. De esta manera, en 2016 el margen de error de las encuestas sería suficiente para explicar el resultado final del voto popular, cuestión mucho menos probable para lo que estarían mostrando los resultados este 2020.

En adición, y siguiendo el análisis de Skelley y Wiederkehr (2020), el mejor momento de la candidatura de Hillary Clinton la posicionó 7.5 puntos sobre Trump (el 07 de agosto de 2016) tras la celebración de la convención demócrata²; pero el caso de Biden es distinto, pues el apoyo electoral al ex vicepresidente sería el resultado de un ambiente electoral amplio, marcado por la pandemia, los enfrentamientos raciales y los problemas económicos que vive Estados Unidos.

²Como se mencionó en capítulos anteriores, la convención celebrada el 07 de agosto de 2016, no estuvo exenta de polémica. Tras una buena performance del candidato Bernie Sanders, el ambiente de primarias se vio fuertemente dividido al interior del partido por la actuación de los llamados "súper delegados" (miembros de la élite del partido que tienen libre elección de apoyar un candidato y que no responden al resultado de primarias y caucus en los estados). Fue solo tras dicha reunión en la cual Hillary Clinton logró aunar el apoyo de vastos sectores demócratas. Así, las encuestas mostraron un impresionante aumento en la intención de voto por la candidata, incrementando su apoyo en más de 10 puntos porcentuales.

Otro antecedente a este asunto proviene desde las empresas que realizan encuestas. Durante este 2020 varias de ellas han buscado mejorar dos apartados de su producto: la localización del votante probable, y el factor de expansión basado en nivel educacional. El resultado de estas mejoras a las encuestas las podremos analizar post-elección, pero al menos ya se conoce que algún intento por corregir los modelos y encuestas se ha realizado.



Fuente: FiveThirtyEight (2016 y 2020)

Figura 6.3: Comparación de la ponderación de encuestas de FiveThirtyEight, 2016-2020 (actualizado al 26-09-20)

Más allá de los modelos estadísticos, el académico norteamericano Allan Lichtman ha logrado predecir satisfactoriamente 8 de las últimas 9 elecciones presidenciales mediante un mecanismo analítico-histórico. Su obra, conocida como “Las claves de la presidencia” (1996) se fundamenta en factores históricos y una metodología cualitativa que, en base a trece preguntas, aventura que candidato logrará ven-

cer. Incluyendo factores tales como que partido ganó la elección de medio término anterior, si existe o no un retador real para el incumbente, factores económicos de corto y largo plazo, cambios en política pública, la existencia de escándalos, fallos o triunfos en materias militares o de relaciones internacionales, y el carisma de los candidatos, el autor ha indicado que este 2020 la contienda presidencial se inclinará por Joe Biden (Creitz, 2020).

6.2 Posibles efectos del COVID-19

Una de las interrogantes abiertas frente a los comicios de noviembre es el efecto que tendrá el COVID-19 sobre la participación electoral y, complementariamente, los resultados finales de la elección. Las dudas sobre si ciudadanos de mayor edad, que habitan lugares más densamente poblados, o que tienen dificultades de acceso privado a los centros de votación podrán efectivamente emitir su preferencia ha generado un debate profundo al interior de Estados Unidos. Tal como se mencionó en el apartado del voto ausente, el resultado final de las elecciones podría demorarse semanas, pero más allá del conteo final de votos, la literatura relacionada al efecto de defunciones en política nos da un supuesto teórico para comenzar a explorar los posibles efectos de la pandemia.

El impacto de las defunciones ha sido explorado en la literatura americana desde la perspectiva de los acontecimientos por guerras y conflictos internacionales. Así, Kriner y Shen (2007) demuestran que las muertes de soldados americanos por la guerra de Iraq impactaron negativamente el porcentaje de votos obtenidos por los republicanos en los comicios de medio término de 2006. El efecto – una combinación entre el impacto de los medios de comunicación local y el efecto

de empatía social frente a la defunción de amigos, familiares y vecinos – podría replicarse este 2020 con el COVID-19³.

En cuanto al impacto de la elección sobre el COVID-19, la posibilidad de un rebrote tras la celebración de las elecciones es una posibilidad real en vista de los resultados de investigaciones publicadas en los últimos meses (Flanders et al, 2020; Morris y Miller, 2020). En el caso de las primarias durante marzo se encontró una estrecha relación entre la tasa de participación y el aumento de casos en Michigan y Wisconsin. En adición, Morris y Miller (2020), estiman que el impacto en la participación – influido por el acceso y distancia a locales de votación – afectó desproporcionalmente a grupos afroamericanos (5.7 puntos porcentuales).

En términos políticos, los demócratas han liderado una ofensiva – tanto mediática como de política pública – para atribuir la culpa de los altos números de casos y muertes a la administración del actual presidente. Esto ha sido replicado por medios de comunicación, y una parte importante del electorado americano no aprueba la forma en que Trump ha manejado la pandemia (56.5% de desaprobación versus un 40.1% de apoyo a mitad de septiembre), aun cuando este indicador – al igual que la aprobación general de su gobierno – varía substancialmente entre demócratas, independientes y republicanos. Así, un 81.4% de los republicanos aprueba el manejo de la pandemia, un 34.3% de los independientes lo hacen, y solo un 8.6% de los identificados con el partido demócrata lo respaldan (Bycoffe et al, 2020).

³Durante los meses iniciales de la pandemia, los habitantes norteamericanos se volcaron como pocas veces vistas a la información entregada por noticieros locales. Sin perjuicio de esto, la preocupación de los individuos por el COVID-19 ha seguido una relación inversamente proporcional con el aumento de los casos y defunciones. Por lo tanto, también es posible que no existe efecto alguno.

Así, la pregunta central es cómo influirá la pandemia, la crisis que ha arrastrado y el uso político de la misma al resultado final de la contienda. Para ello es importante aislar – al menos – cuatro posibles aristas: (i) el contagio y las muertes; (ii) la debacle económica; (iii) las campañas digitales; (iv) participación electoral.

Sobre las tres últimas me referiré brevemente en los siguientes párrafos, mientras que la primera será examinada en mayor profundidad más adelante. Así, y como se mencionó en el capítulo anterior, la relación entre el estado de la economía y las elecciones presidenciales es clara y substancial para el resultado de una elección presidencial en donde el incumbente busca la reelección. Sin embargo, la crisis que ha surgido tras el COVID-19 podría – teóricamente – alterar la importancia de los indicadores económicos que se han presentado en los últimos meses.

De manera objetiva, la economía americana ha sufrido una importante y profunda crisis (30 puntos de caída del producto interno bruto, y más de 17 millones de nuevos desempleados rodean el escenario). Sumado a ello, sondeos de opinión muestran la alta preocupación que tienen los habitantes por este efecto, en donde un 85.5 % responde estar preocupado o muy preocupado por la situación económica actual (Bycoffe et al, 2020).

Ahora bien, el desastre económico americano tiene detrás una nota política que servirá a los votantes para interpretar que tanto peso le dan a la disminución de indicadores objetivos: ¿quién de los candidatos está mejor preparado para reactivar la economía tras la pandemia? Usualmente, son los candidatos republicanos los que se perciben como mejores administradores de la economía nacional. Este 2020 no parecía ser la excepción, y encuestas como la de CNN mostraban a

mitad de agosto que un 53% de los americanos creían que Trump manejaría mejor la economía; pero la situación pareciese haber cambiado a partir de entonces, y para mitad de septiembre el margen de diferencia en el mismo sondeo de la cadena de televisión por cable disminuyó de 53% a 49% en favor de Trump, es decir, un empate estadístico entre ambos candidatos (Garver, 2020).

En medio de este escenario, Trump se ha apresurado en comentar los records en generación de empleos que han surgido en los últimos meses, mientras Biden y su campaña vincula la crisis económica al manejo de la pandemia por parte de la actual administración. Así, la dicotomía está en si los votantes sintonizan más con el mensaje pro-republicano relativo a las señales de recuperación que se observan en Estados Unidos, o bien con la retórica demócrata que exhibe los impactantes indicadores de caída del PIB y tasa de desempleo. La respuesta, la cual en gran parte se verá en la contienda en territorios donde habitan sectores medios de americanos, tendrá que esperar al período post-elección.

En cuanto a las campañas y la participación electoral, dos factores relevantes y medianamente discutidos en secciones anteriores resaltan. En este sentido, es importante recalcar el cambio que han sufrido las estrategias de los candidatos. Mientras Donald Trump sigue apostando parte de su estrategia a la realización de eventos masivos en estados clave, al despliegue territorial de la campaña, y de alguna manera también al uso de redes sociales como Facebook, Joe Biden ha materializado su plataforma de manera digital, enfocándose en el uso de redes sociales como Instagram y en el uso de espacios televisivos (gratuitos o de pago).

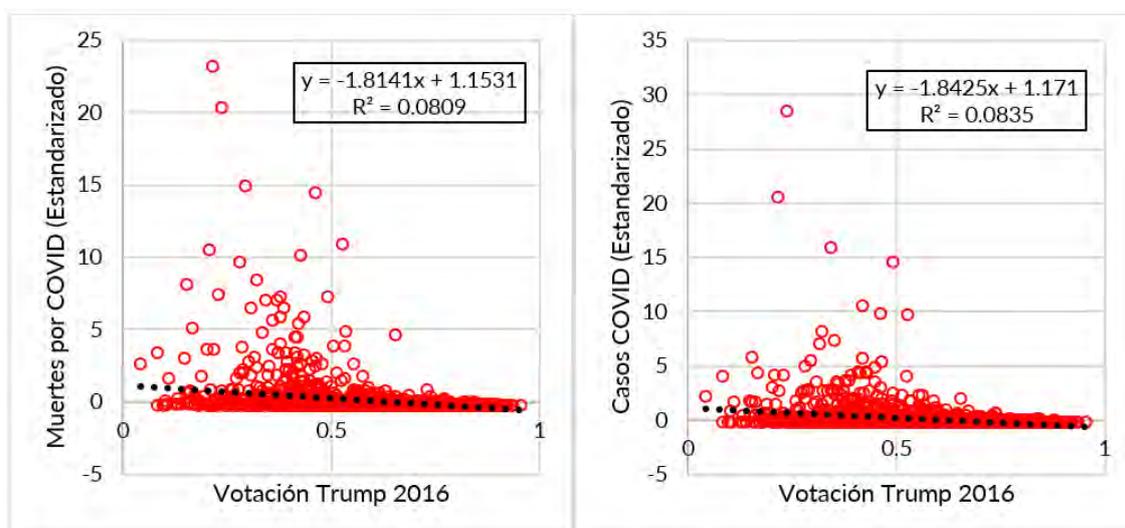
Por su parte, la candidatura de Biden ha realizado todos los esfuer-

zos posibles para ampliar el voto anticipado por correo – con triunfos como el de las cortes de Pensilvania y gobernadores demócratas pasando rápidas legislaciones que incrementen esta modalidad – mientras Trump pareciese más preocupado de instalar una retórica relativa al posible caos e incertidumbre que podría reinar el proceso de conteo de votos. Si nada extraordinario ocurre, esta elección de 2020 tendrá la tasa más alta de voto ausente y por correo de la historia americana, y no sería de extrañar que la participación se mantuviese – al menos – en niveles semejantes a la de 2016. El campo electoral tiene mucho en juego, y los americanos podrían decidir ir a votar inclusive en medio de una pandemia.

6.2.1 Contagios, muertes y el apoyo a Trump

El caso de los contagios y muertes, como se mencionó en párrafos anteriores, podría estar vinculado a dos efectos posibles: primero, una atribución de culpa hacia la administración Trump de las defunciones que conllevó la pandemia, y segundo, una dimensión de resistencia cultural a las normas que rigen la vida en pandemia (expresada en su dimensión más básica: el uso de mascarillas). Ahora bien, y como este es solo un ejercicio que busca tomar ciertas hipótesis de lugar común y analizarlas, también tiene altas restricciones: no se cuentan con datos individuales, y se extrapolan relaciones agregadas a comportamientos micro. Con la advertencia ya realizada, una forma para analizar el primer supuesto – y su posible impacto – es mirar la relación entre casos y muertes por COVID-19 con el apoyo electoral a Trump en 2016. El ideal sería saber si efectivamente los ciudadanos atribuyen culpa del trágico resultado de la pandemia a la administración, pues entonces deberían cambiar su apoyo electoral o bien abs-

tenerse de votar. Como no es posible saber a priori esta situación (y las encuestas de opinión muestran una diferenciación profunda entre percepciones de adherentes demócratas y republicanos), una forma de explorar este efecto se da por revisar si los casos y muertes están relacionados a los lugares donde Trump obtuvo mayor votación (a nivel de condado).



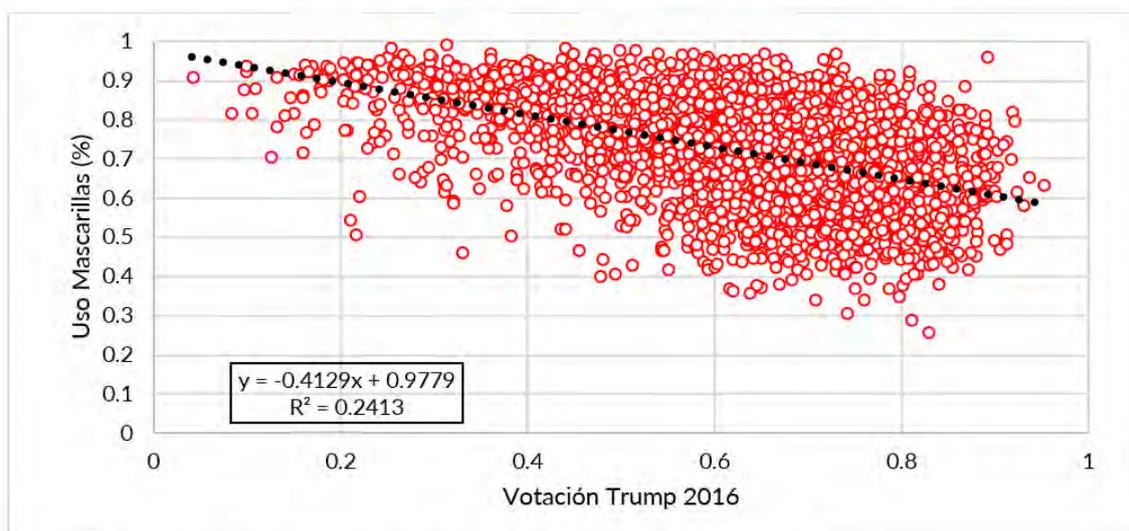
Fuente: Elaboración propia con datos de MIT Elections Lab (2017) y NY Times (2020).

Figura 6.4: ¿Existen más casos / muertes en los condados que apoyaron a Trump en 2016?

La Figura 6.4. explora esta situación, estableciendo una enseñanza básica: no existe mayor concentración de casos o muertes de COVID-19 en distritos donde a Trump le fue peor o mejor en 2016 (con excepción de lugares como Nueva York, que no son relevantes para el resultado del Colegio Electoral). Así, de manera preliminar, no se debería esperar un impacto determinante⁴ en el resultado por efecto de

⁴Si bien se reporta en esta sección relaciones bivariadas, el resultado es también coherente con el uso de modelos estadísticos multivariados (regresión bajo mínimos cuadrados ordinarios con ajuste de robustez, y controlando por factores demográficos, económicos y políticos). Por lo tanto, es sensato decir que no existe una relación significativa entre casos y muertes de COVID-19 en lugares

los contagios y las muertes directamente, mas no se puede descartar que la transformación retórica-política de la situación no genere efectos.



Fuente: Elaboración propia con datos de MIT Elections Lab (2017) y NY Times (2020).

Figura 6.5: ¿Se utiliza más mascarilla en los condados que apoyaron electoralmente a los demócratas?

El segundo supuesto es de la “resistencia cultural”, en este se combina el mensaje de Trump durante los meses de pandemia – resistencia al uso de mascarillas y un llamado constante a volver a la actividad – con la conducta agregada de ciudadanos en territorios del país. Así, si condados donde el actual presidente obtuvo un amplio espectro de apoyo en la elección anterior muestran patrones culturales distintos a los que se podría esperar (es decir, utilizan mascarillas frecuentemente), se podría dar el fenómeno de que decidieran cambiar su apoyo electoral o bien abstenerse.

La Figura 6.5. muestra lo que se podría esperar, con una relación más fuerte entre el uso de mascarillas por parte de la población y el apoyo a Trump en 2016. Así, condados que apoyaron en mayor proporción a Trump en 2016.

porción al actual presidente también presentan indicadores de uso de mascarillas inferiores⁵. Una interpretación posible a esto se encuentra en la posibilidad de que los condados que más apoyaron a Trump en 2016 tienden a minimizar el efecto del COVID-19, y a su vez tienen una prelación distinta de valores entre lo sanitario y lo económico. Esto podría, a su vez, ser relevante para comprender su decisión electoral este 2020.

Por último, el Cuadro 6.2. exhibe una comparación entre casos y muertes promedio por condados donde Hillary y Trump obtuvieron una mayoría de los votos en los comicios de 2016. Si bien existe un promedio de casos mayor en los territorios donde triunfo el actual presidente, también se presenta un mayor promedio de muertes en lugares donde Hillary Clinton alcanzó una mayoría de los votos. De esta forma, si las defunciones podrían generar un impacto en la decisión de voto, estas serían de mayor magnitud en lugares donde los demócratas triunfaron en 2016 – esto no significa que no sea relevante, puesto que la estrechez de los resultados que se espera en estados bisagra como Florida o Pennsylvania podría perfectamente ser influenciada por márgenes de derrota o victoria mayores en cada uno de los condados.

⁵Al igual que en el ejercicio anterior, la relación que se reporta se mantiene en modelos de regresión multivariados. Es importante destacar que el efecto esta mediado por la ruralidad de cada condado, así los condados urbanos tienden a aumentar el porcentaje de uso de mascarillas por parte de la población, afectado por el nivel de contagio y la sensación de riesgo que percibe la población.

Cuadro 6.2: Casos y muertes por COVID en condados ganados por Trump y Clinton (2016)

	Casos COVID (promedio)	Muertes COVID (promedio)	Uso Mascarilla (promedio)
Clinton	586407	22982	83.20%
Trump	67797	1866	69.30%
General	148563	5155	71.50%

Fuente: Elaboración propia con datos de NYTimes (2020)

6.3 El camino a los 270: El mapa electoral

Como se ha repetido en diferentes apartados de esta obra, el porcentaje de votos que obtenga un candidato no está vinculado directamente con su triunfo en el Colegio Electoral, y por consecuencia, con su capacidad de llegar a la Casa Blanca. Así, un grupo reducido de estados termina por decidir quién finalmente logrará triunfar, como así también existe otro lote de regiones que tradicionalmente se inclinan por la candidatura de uno u otro partido.

Lo anterior se debe a la estrategia generada por los incentivos del Colegio Electoral. Si bien ganar el voto popular es importante, especialmente a partir del año 2000 en donde se transformó en un indicador de legitimidad ciudadana del presidente entrante, lo extraordinariamente urgente es mover bien las piezas de ajedrez para generar tres efectos: Primero, obligar al oponente a movilizar recursos a sectores que podría creer seguros; segundo, consolidar apoyo electoral en sectores bisagra; y, tercero, tapar las aspiraciones del contrincante

de desplegar esfuerzos mayores en estados relevantes.

De no seguir estas reglas, las candidaturas pueden terminar con ingratas sorpresas, como el resultado en Michigan y Wisconsin durante 2016, en donde la candidatura de Clinton asumió triunfos, desplegando pocos recursos y pasando pocas horas físicas en dichos territorios. Por el contrario, Trump desplegó una campaña en terreno, medios y plataformas digitales que terminaron por darle un triunfo impensado para expertos y analistas.

El efecto de 2016 cambió las reglas para este 2020, en donde el destino de Trump se determinaría (mayoritariamente) por lo que ocurra en dos zonas del país (ver Figura 6.6 y estados en color morado). Por un lado, el llamado “cinturón de óxido” (rust belt en inglés) conformado por los estados de Michigan, Indiana, Ohio, Nueva York, Missouri, Illinois, Pensilvania, y Michigan. El total de votos electorales que esta en juego en esta zona geográfica alcanza el número de 134, lo que representa un 25 % del total (538).

Entre ellos, solo los estados de Illinois (20 votos electorales) y Nueva York (29 votos electorales) están inclinados decididamente por la candidatura de Biden, mientras Indiana (11 votos electorales) se transformaría en el bastión de Trump del sector. En el caso de Wisconsin (10 votos electorales), Michigan (16 votos electorales), Ohio (18 votos electorales) y Pensilvania (20 votos electorales) los vientos del último mes de campaña podrían inclinar la balanza hacia uno u otro sector, aun cuando los sondeos y los modelos predictivos muestran una ventaja para el candidato demócrata.

Cabe destacar que dentro del “rust belt”, se encuentran cuatro estados de relevancia fundamental para lograr los 270 votos electorales. Conocidos como “tipping points” (o puntos de inflexión), dichos

territorios son fundamentales en la probabilidad de que una u otra candidatura logre triunfar (FiveThirtyEight, 2020). Así, el estado más importante del cinturón de óxido es Pensilvania (33.1% de impactar el resultado), seguido por Wisconsin (9.5% de probabilidad de cambiar el destino), Michigan (8.3% de ser punto de inflexión), y Ohio (4.9% de chances).

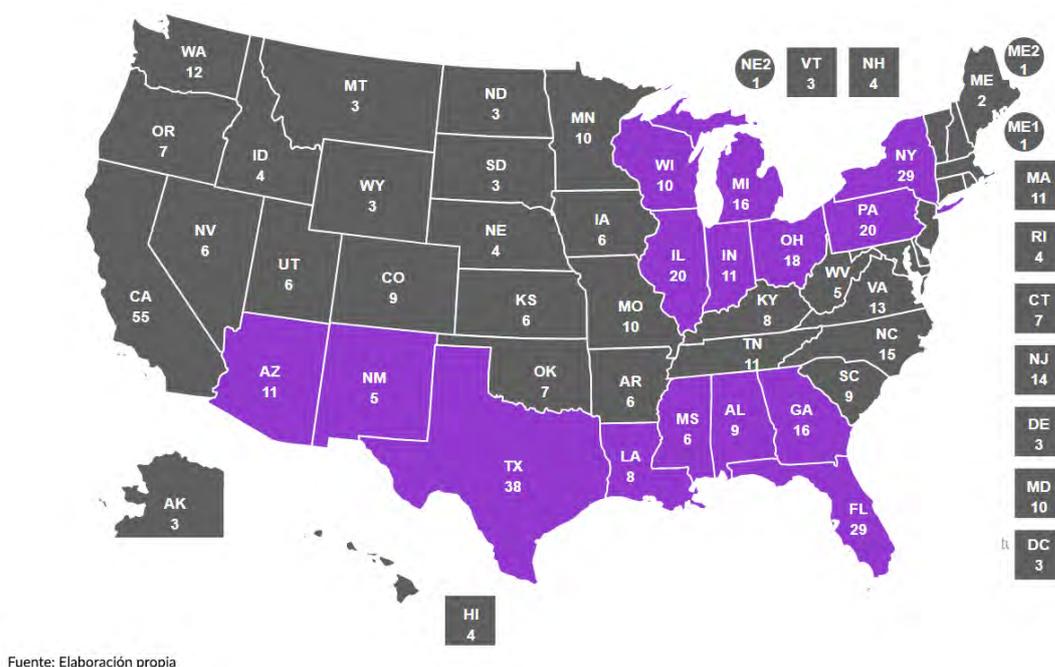


Figura 6.6: Los estados clave de la elección

Enfocando la atención en el estado de Pensilvania, los resultados de la agregación de encuestas realizada por Real Clear Politics demuestran una carrera cada vez más estrecha, desde el margen que se presentaba en octubre de 2019 (casi 11 puntos de diferencia) la competencia se ha transformado en una diferencia de poco más de 4 puntos al 24 de septiembre. Ahora bien, en comparación con 2016, la ventaja de Biden es más amplia, pues mientras Clinton a la penúltima semana de septiembre poseía una ventaja de 1.8 puntos porcentuales, Biden ha logrado ampliar la brecha hasta más de 4 puntos.

Mientras las encuestas se mueven, las candidaturas también planifican su estrategia, así Biden y su campaña se preocupan de litigios para ampliar el espacio del voto por correo y eliminar la candidatura del representante del partido Verde, la campaña de Trump busca animar a la base mediante eventos de campaña en terreno y un fuerte enfoque en publicidad en redes sociales.

Otros tres estados del cinturón de óxido que se deberán mirar con especial atención son Wisconsin, Michigan y Ohio. Mientras en el último Trump poseía una ventaja de 2 puntos porcentuales en las encuestas agregadas de 2016, este año Biden ha logrado dar vuelta la situación y – al momento es escribir esta sección – se encuentra 3.3 puntos arriba (se debe mencionar que en algunos sondeos se presenta una ventaja a Trump, tales como el de CBS News y Emerson). El caso de Wisconsin y Michigan llaman la atención por los resultados de los sondeos de 2016, pues en ambos Clinton aventajaba a Trump por un margen de 5 puntos; este 2020 Biden lidera por una brecha de 6, aun cuando la evolución en el tiempo muestra que desde Marzo – momento en el cual Trump incluso logró estar sobre Biden – el candidato demócrata ha logrado consolidar una ventaja que se ha mantenido desde inicios de Julio. En esta misma lógica, Michigan se ha comportado de manera más estable en el tiempo, manteniendo constantemente una diferencia en favor de Biden que oscila entre 3 y 6 puntos porcentuales. Sin embargo, y dado lo ocurrido en 2016, no se puede descartar que la candidatura del magnate republicano logre sorprender.

En segundo lugar, se encuentra el denominado “cinturón del sol” (“sun belt.”^{en} inglés), grupo de estados que incluyen a Arizona, Nuevo México, Texas, Luisiana, Mississippi, Alabama, Georgia y Florida. En-

tre ellos se concentra un total del 23% de los votos electorales del Colegio Electoral, es decir, 122 de 538.

Dentro del “sun belt”, los estados que más chances tienen de transformarse en el punto de inflexión para el resultado final son Florida (11.6%), Arizona (6.2%), Georgia (1.9%), y Texas (1.4%). Entre ellos, Florida es – sin espacio para dudas – el más emblemático y competitivo de los cuatro estados mencionados previamente. No solo posee un peso histórico – recordar que entregó el triunfo a la candidatura de Bush en 2000, y el triunfo de Trump en 2016 dio vuelta los modelos de expertos y las esperanzas de la candidatura demócrata – sino también uno personal para Trump, pues cambió su residencia electoral a Florida tras las elecciones pasadas, y su conocida estancia de descanso (Mar-a-lago) se encuentra en el condado de Palm Beach.

Pero Florida es mucho más complejo de lo que algunos podrían intuir. Un estado marcado por la presencia latina, y en donde los republicanos controlan el congreso estatal, la gobernación, los representantes y los senadores (ambos senadores son del partido de Trump tras el triunfo de 2018). Para este 2020 la competencia será, una vez más, estrecha. Modelos predictivos dan más chances a Biden de triunfar (58% según FiveThirtyEight, y 66% siguiendo a The Economist), pero la diferencia en el promedio de las encuestas es menor a 1 punto porcentual, es decir, se encuentran en un empate técnico.

Si bien los sondeos mostraron a Biden en algún momento como el gran favorito (arriba por más de 8 puntos sobre Trump), factores tales como una importante (pero no mayoritaria) movilización de latinos a favor de la candidatura del actual presidente – influida por su tono duro y sin corrección contra dictaduras como la cubana y venezolana – y el poco entusiasmo que genera la figura del ex vicepresidente

(vinculado a la política de Obama con la isla de los Castro) han transformado el estado en una zona de pronóstico reservado. Ahora bien, se debe recordar el posible impacto del dinero que prometió el ex candidato Michael Bloomberg para anuncios de televisión y la polémica en torno al voto de ex convictos que se ha tomado la zona durante las últimas semanas; pues ambos factores podrían ser decisivos a la hora de analizar el triunfo de uno u otro candidato.

Entre los estados del cinturón del sol, llama la atención el debilitamiento republicano en estados como Texas; desde 1976, con la victoria del presidente Jimmy Carter, que un candidato demócrata no logra triunfar en dicha región, transformándose así en uno de los bastiones más relevantes para el partido de Trump. Este 2020 la contienda se muestra más competitiva que nunca en las últimas décadas, si bien los modelos predictivos muestran una ventaja para los republicanos (71 % según FiveThirtyEight y 81 % bajo el de The Economist) el alza en la votación del partido de Biden en las últimas elecciones⁶ y el apoyo en las encuestas a Biden forzó a Trump y su comité a preocuparse de la región. Desde el empate técnico en las encuestas de julio la situación ha cambiado, y hoy Trump goza de una leve ventaja.

Un último estado a observar de la región del sol es el caso de Arizona. Durante 2016 el estado del suroeste se inclinó por la candidatura de Trump, y este 2020 pareciese que quien tiene la primera oportunidad de ganar allí es Biden (modelo de FiveThirtyEight le da un 64 %

⁶Un buen indicador de la posibilidad demócrata de pelear por Texas fueron los comicios senatoriales de 2018. En dicha oportunidad, el incumbente y ex pre candidato presidencial Ted Cruz triunfo por un estrecho margen de 1.6 puntos sobre la candidatura de la joven figura Beto O'Rourke. La competencia electoral fue altamente anticipada por la prensa, y la división geográfica que se vio entre zonas rurales y urbanas, y del norte y sur del estado instaló con fuerza la idea de que Texas – por su población latina y el crecimiento de esta – algún día se transformaría en un bastión demócrata.

de chances de ganar, mientras el de *The Economist* otorga un 58% de probabilidad al demócrata). Mientras las encuestas muestran una diferencia de 3 puntos porcentuales entre ambas candidaturas, lo interesante es que no todos los sondeos muestran a Biden triunfando (las encuestas de ABC News y otras tres firmas muestran un empate técnico). El caso de este estado es muy similar al de Texas, con una población latina creciente (1/3 del total actualmente), y un aumento en la población joven.

Ahora bien, la pregunta es cómo las candidaturas lograrán alcanzar (y superar) el número mágico de 270 votos electorales para alzar-se con la victoria. Si bien las posibilidades son múltiples, el análisis del portal *FiveThirtyEight* (2020) nos entrega una didáctica herramienta para comprender el camino al sillón de la sala oval tanto para Trump como para Biden. La Figura 6.7. presenta el paso a paso para lograr los 270 votos electorales desde las regiones más seguras para cada candidato hasta los estados en competencia. Como se puede ver, Trump necesita no solo mantener el Estados Unidos profundo, sino también re-conquistar a los votantes de Ohio, Carolina del Norte, Florida, Arizona, y Pensilvania. Todos estos estados ya se inclinaron por el magnate inmobiliario en 2016.

El caso de Biden pareciese más sencillo, debe evitar perder apoyo en Michigan, Nevada, Nueva Hampshire y Wisconsin, y poner fuerza y energía (sin contar astucia legal) en Pensilvania. De ellos, Trump triunfo en Michigan, Wisconsin y Pensilvania en 2016, y tuvo una competencia interesante con Clinton en Nueva Hampshire. La pregunta pareciese ser entonces si el combustible de la campaña de Biden tendrá suficiente potencia para conseguir traer el triunfo a casa. Eso sí, el desafío está, más que sobre el desafiante, en el incumbente

que actualmente habita la Casa Blanca.

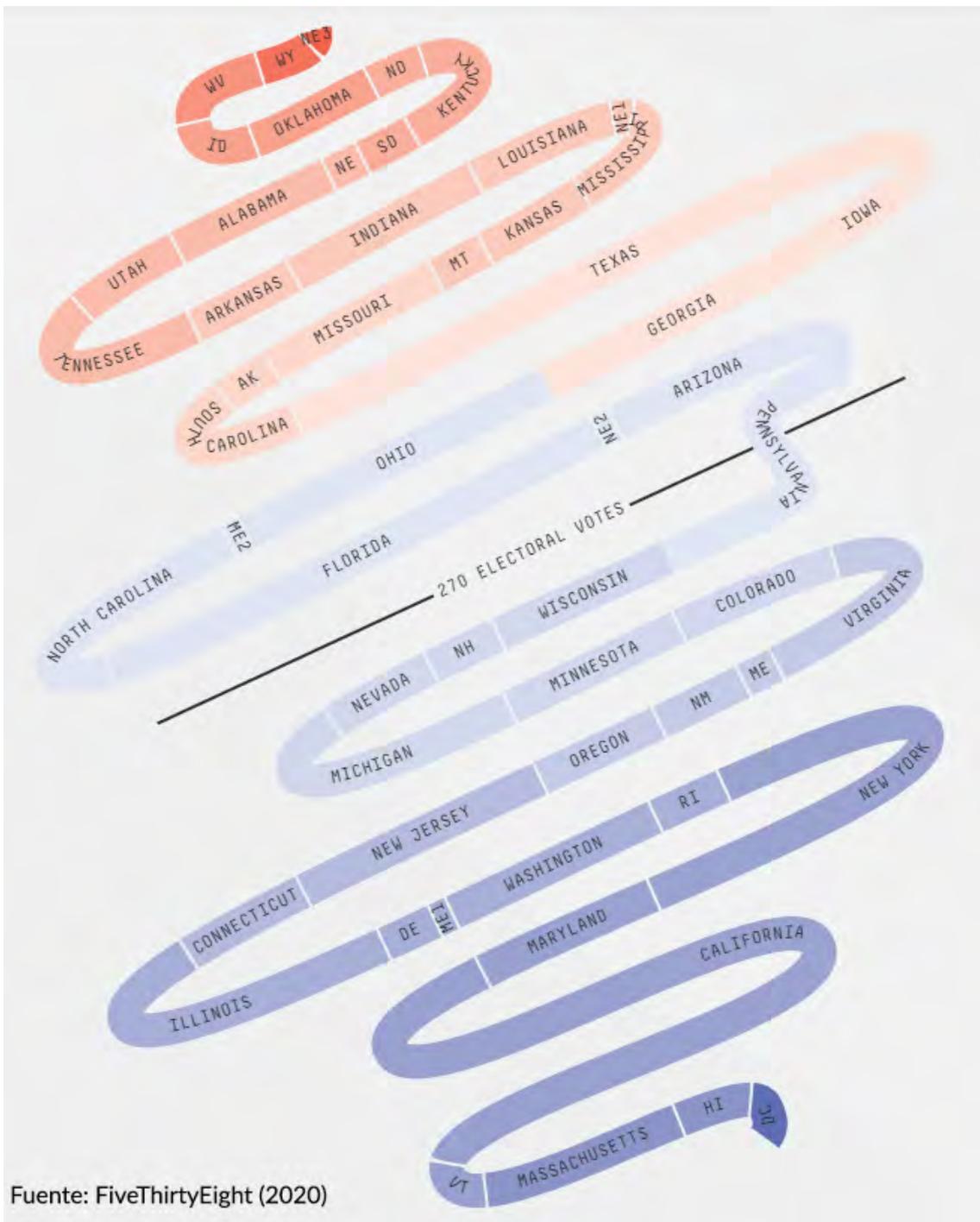


Figura 6.7: El camino a los 270

Un último ejercicio interesante a tener en cuenta es como se posiciona Biden en comparación con Trump y las candidaturas pasadas.

Para esto, se observará como va Biden en los estados denominados “morados” (ni inclinados absolutamente a demócratas o republicanos) de esta elección. Así, el Cuadro 6.3. presenta una comparación de la ventaja o desventaja que posee Biden en una serie de estados según datos de los portales FiveThirtyEight (538) y Real Clear Politics (RCP), y además una comparación de los resultados del primer portal con el resultado nacional de las elecciones de 2016 y 2012.

Este ejercicio nos entrega tres importantes lecciones. En primer lugar, Joe Biden no solo se ha transformado en un candidato competitivo en estados como Texas o Iowa, sino también ha logrado – al menos en las encuestas – movilizar adherentes a su candidatura en niveles superiores a los de 2012 (triunfo y reelección de Barack Obama) y 2016 en dichos estados.

En segundo término, la base de apoyo republicana ha sido erosionada por la figura de Trump; más específicamente, en el apoyo de mujeres, adultos mayores y grupos de nicho (tales como la familia militar). Por consecuencia de ello, la competencia en estados antiguamente sólidos para los republicanos se ha incrementado, posicionando a Biden en una posición de ventaja en comparación a los esfuerzos de Obama y Clinton.

Por último, se logra comprender la brecha en el voto popular entre Biden y Trump – de 6.7 puntos en FiveThirtyEight, 8 puntos en The Economist, y de 6.7 también en Real Clear Politics – la cual sería producto del apoyo mayoritario a Biden en lugares como California y Nueva York (de alto tamaño poblacional) y el incremento de apoyo a la candidatura demócrata en los estados “morados”.

Esto también nos anticipa como el aire general podría influir en el resultado final del Colegio Electoral. Si la diferencia entre Trump y Bi-

Cuadro 6.3: Biden y los estados "morados", comparación con 2016 y 2012

Estado	Margen Biden		Comparación Nacional	
	538	RCP	2016	2012
Texas	-0.7%	-3.6%	10.4%	18.9%
Georgia	-1.0%	-1.0%	6.2%	10.7%
Iowa	-1.0%	0.0%	10.5%	-3.0%
Ohio	-1.0%	3.3%	9.2%	-0.1%
Arizona	3.8%	3.2%	9.4%	16.7%
Carolina del Norte	1.2%	0.8%	6.9%	7.1%
Florida	1.7%	1.5%	5.0%	4.7%
Pensilvania	4.6%	4.3%	7.4%	3.1%
Wisconsin	6.8%	6.6%	9.7%	3.7%
Nueva Hampshire	6.9%	5.5%	8.6%	5.2%
Michigan	7.5%	5.2%	9.8%	1.9%
Minnesota	9.2%	7.4%	9.8%	5.4%
Nevada	5.8%	7.5%	5.5%	3.0%
Virginia	11.3%	11.0%	8.1%	11.3%
Colorado	10.2%	10.0%	7.4%	8.7%
Maine	13.9%	15.3%	13.0%	2.5%
Nuevo México	12.9%	14.5%	6.8%	6.6%

Fuente: FiveThirtyEight (2020) y Real Clear Politics (2020)

den se reduce durante octubre, la candidatura del actual presidente tiene mayores posibilidades de ganar los estados en punto de inflexión. Por consiguiente, el triunfo o derrota de Trump dependerá de que tan competitivo se ponga el ambiente electoral, y como Biden logre desplegar su estrategia de campaña durante las últimas cuatro semanas de la contienda.

6.4 Eventos de campaña

Si bien la pregunta acerca de que tanto podría afectar un evento que tiene lugar durante la campaña es tema de debate constante en la ciencia política, los medios de comunicación y analistas políticos suelen otorgar un alto nivel de atención a cuatro eventos: los temas de política pública, los debates presidenciales, los temas polémicos de la campaña, y la llamada “sorpresa de octubre”.

En esta sección se analizará brevemente cada una de las temáticas, intentando dar una sensación general del ambiente eleccionario que se vive en Estados Unidos. Sin lugar a dudas, este se encuentra cargado de tensión y de una creciente polarización ciudadana. Factores tales como el voto anticipado – que ya comenzó en algunas zonas del país – podrían reducir el impacto de factores tales como escándalos de último minuto o los debates presidenciales, pero ellos de todas maneras tendrán un sitio importante en la prensa y las conversaciones de política que tengan las familias americanas.

6.4.1 Temas de política pública

Esta elección presidencial no deja de sorprender, y sumado a las temáticas de conflicto racial iniciadas tras el asesinato de George Floyd a manos de policías americanos, la crisis económica, la pande-

mia, los asuntos migratorios pendientes, y debate sobre el sistema de salud, durante la tercera semana de septiembre se sumó la muerte de la jueza de la Corte Suprema Ruth Bader Ginsburg – la cual será revisada en mayor profundidad en una próxima subsección.

La cuestión de fondo es que está en juego en la elección en temas de política pública. Para esto el portal Politico ha realizado una guía con los temas a seguir. Entre ellos destaca la guerra tecnológica, el sistema de salud, la seguridad e integridad del sistema electoral, la autonomía en temas medioambientales de estados como California, la catástrofe climática, la política de intercambio económico, la política de impuestos, los temas de defensa, el futuro del título 9 en educación, y el muro con México.

Cada uno de estos temas son relevantes de por sí, pero la pregunta una pregunta interesante – antes de entrar a describir lo que una y otra candidatura establece acerca de ellos – es que piensan los americanos sobre la importancia de éstos.

Siguiendo lo que indica el centro PEW (2020), y que se presenta en el Cuadro 6.4., adherentes republicanos y demócratas declaran un nivel distinto de importancia sobre estas temáticas de política pública. En los apartados donde se observa mayor diferencia se encuentra la lucha contra el racismo en el sistema judicial (diferencia de 56 puntos entre ambos bandos), el cambio climático (49 puntos de diferencia), el combate del coronavirus (39 puntos porcentuales de distancia), acceso al sistema de salud (diferencia de 33 puntos), y la relevancia de recuperar el empleo (25 puntos de diferencia).

Sorprenden significativamente – bajo el contexto que vive el país americano – la diferente percepción en temas del combate al coronavirus y el desafío de disminuir el desempleo. Pareciese de alguna

forma que los americanos que apoyan a uno y otro partido tienden a observar el fenómeno actual de manera distinta. Desde la cualidad de esta distancia y la retórica de los candidatos presidenciales, se podría llegar a creer que los demócratas ven que superar el coronavirus será el paso para recuperar la economía, mientras aquellos cercanos a los republicanos estiman que el coronavirus pasará, pero que recuperar la senda económica de crecimiento es más urgente para el país.

En temas como el cambio climático y el racismo, la diferencia no resulta sorprendente. Desde hace décadas que los adherentes de uno y otro partido se han mostrado con una manta de despreocupación frente a uno u otro tema, y pareciese que la distancia – afectada a su vez por los conflictos raciales que han surgido en el último tiempo – es más una demostración de la división ideológica latente en el país.

Cuadro 6.4: Percepción de relevancia de temas de política pública por partido

	Republicanos	Demócratas	General
Racismo en sistema judicial	20%	76%	51%
Cambio climático	13%	62%	40%
Coronavirus	37%	76%	58%
Sistema de salud accesible	39%	72%	57%
Desempleo	36%	61%	50%
Ética del gobierno	55%	70%	63%
Deficit fiscal	49%	45%	47%
Crimen	44%	37%	41%
Terrorismo	29%	21%	25%
Inmigración ilegal	43%	15%	28%

Fuente: PEW Research Center (2020)

Un último punto que llama la atención es la disminución de relevancia frente al tópico de terrorismo e inmigración que ha ocurrido entre los republicanos. En comparación con lo que reportaban cuatro años atrás (donde la importancia alcanzaba 67 por ciento de los adherentes al partido de Trump), la disminución ha sido significativa y ha ocurrido de manera potente en el último año. Sin perjuicio de esto, la diferencia entre ambos bandos sigue siendo substancial (28 puntos porcentuales).

Las plataformas de los candidatos

Para aproximarnos a como las candidaturas afrontan dichos temas de la manera más objetiva posible, una razonable metodología es describir lo que las plataformas programáticas de republicanos y demócratas (algo así como el programa de gobierno) indican en algunas de estas materias para este 2020.

La plataforma republicana

En el caso de los republicanos, la plataforma está centrada en once temáticas (RNC, 2020). El primer tema a tratar es del empleo, en donde el comité de campaña de Trump promete la creación de diez millones de trabajos, un millón de nuevos negocios pequeños, una importante reducción del impuesto para las familias (no se declara la magnitud), un incentivo tributario para manufacturas producidas en el país, y una desregulación de las políticas de energía para aumentar la independencia del país (es decir, vía libre para combustibles fósiles).

En materias de COVID-19, el plan republicano se reduce a dos estrategias: vacunación masiva de la población y la construcción de un sistema de preparación para futuras pandemias. Desde el combate a la pandemia, el documento publicado el 23 de agosto de 2020 de-

dica importantes líneas a la construcción de una nueva relación con China; prometiendo traer de vuelta 1 millón de empleos manufactureros desde el gigante asiático, establecer franquicias tributarias para empresas que retornen desde China a territorio americano, otorgar una deducción de gastos de un 100% a empresas farmacéuticas y de robótica que se instalen en Estados Unidos, e indicando que ningún contrato federal podrá ser celebrado con empresas que subcontraten servicios a China. A su vez, el documento establece que una posible segunda administración de Trump buscará “hacer que China sea plenamente responsable por permitir que el coronavirus se propague por el mundo”.

Desde allí, la plataforma ingresa al terreno de la salud americana, en donde promete baja el precio de los medicamentos (no establece como ni bajo que mecanismo), poner a los pacientes y médicos a cargo del sistema de salud, cubrir todas las condiciones pre-existentes en los planes de salud, y proteger la seguridad social, el sistema de Medicare y las prestaciones de salud para veteranos.

En términos de educación el documento se centra en dos líneas: proveer de oportunidades a cada niño y niña del país, y enseñar desde la doctrina del “excepcionalismo” americano dentro de las escuelas.

Trump propone reformas al sistema político – denominado plan “drenar el pantano” – que buscan establecer límites a la reelección de los congresistas, terminar con la excesiva burocracia del estado que “golpea a pequeños emprendedores y ciudadanos americanos”, exponer la relación de dinero en Washington, y devolver el poder a la gente y los estados. A su vez, realiza una mención al “globalismo”, prometiendo tomar acción en aquellas organizaciones internacionales que “lastiman a los americanos”.

En la línea internacional, la plataforma de reelección del magnate inmobiliario promete parar con las guerras “sin sentido”, forzar a los aliados americanos a “pagar lo justo” en las organizaciones militares (como la OTAN), y crear un sistema de ciberseguridad moderno. En términos de seguridad pública, el plan incluye una propuesta para parar la inmigración ilegal basada en el fin de las “ciudades santuario”, bloquear beneficios sociales para personas que no tengan sus papeles al día, y dismantelar las redes de tráfico humano. A su vez, el presidente actual propone aumentar los fondos a la policía, perseguir a grupos extremistas como ANTIFA, e incrementar las penas para aquellos que agredan a la fuerza pública.

Por último, el plan de Trump incluye un “salto innovador al futuro” centrado en el desarrollo de la Fuerza Espacial (nueva rama de las fuerzas armadas creada durante estos años de gobierno), la construcción de infraestructura digital (5G), y el refortalecimiento de campañas para expandir el acceso a agua y aire limpio en las comunidades del país.

Así, la plataforma de Trump mantiene (y en algunos casos expande) el tono, énfasis y visión ideológica de su primera candidatura. Una apuesta nacionalista, que deja de lado los intentos multilaterales por atacar problemas de futuro y que apela a la emoción patriótica, las instituciones de orden y seguridad y una suerte de tradicionalismo que impregna no solo la propuesta del magnate, sino también motiva a su base.

La plataforma demócrata

En el caso de la plataforma de Biden, su propuesta no solo difiere en el fondo de la de Trump, sino también en el lenguaje y el centralismo de la figura presidencial. Mientras el documento republicano

está cargado de un lenguaje similar al que utiliza el actual presidente en sus eventos políticos, entrevistas y reuniones con ciudadanos; el de los demócratas se escribe dejando de lado a Biden, y desde una retórica que represente al partido más que al candidato. Basada en diez ejes centrales – proteger a los americanos de la pandemia, construir una economía mejor y más justa, salud universal, reforma al sistema de justicia, sanar el alma de América, combatir la crisis climática, restaurar y fortalecer la democracia, crear un nuevo sistema de inmigración, mejorar el sistema de educación, y renovar el liderazgo internacional de Estados Unidos – la plataforma es el resultado de un mix entre los asesores del senador Bernie Sanders y los aliados más cercanos de Joe Biden.

El resultado es, en pocas palabras, una mezcla entre políticas que abrazan la idea de la universalidad y una lista de cosas a eliminar dentro del actual sistema americano. En cuanto a lo económico, Biden promete proteger a los trabajadores y crear empleos mediante el establecimiento de políticas de promoción de derechos de los trabajadores, el combate a los abusos de Wall Street, proteger los derechos y privacidad de los consumidores, y golpear la concentración que ocurre en las corporaciones del país. En esta sección también se discute el plan de Biden para garantizar un sistema de jubilación seguro y digno, el cual se basa en la protección del seguro social y dar autonomía a ciudades y estados para construir sus propios fondos de retiro para sus habitantes.

El apartado de salud establece las líneas para la construcción de un sistema de salud universal mediante la creación de una opción pública. Al igual que Trump, busca reducir el precio de los medicamentos pero a través de lo que llama una “acción agresiva para asegurar que

los americanos no paguen más que otras economías avanzadas por sus medicinas”. También, Biden promete incluir la salud mental dentro del plan universal de salud, y eliminar las diferencias raciales, de género y geográficas que ocurren dentro del país. Un último tema es lo que la plataforma denomina “asegurar los derechos reproductivos de salud y justicia”, el cual busca incluir a personas de minorías sexuales dentro de las políticas públicas y restablecer los fondos federales para la organización Planned Parenthood.

En la sección denominada “sanar el alma de América”, la campaña de Biden promete reforzar los derechos civiles, alcanzar justicia y equidad racial, y proteger los derechos de las mujeres, grupos LGBTQ+, personas con capacidades diferentes, y comunidades indígenas. A su vez promete terminar contra la violencia de las armas y contra las mujeres.

En términos del sistema político, Biden busca reformar el sistema de financiamiento de las campañas, transformar a Washington D.C. en el estado número 51, garantizar la auto-determinación de Puerto Rico, fortalecer el servicio postal, proteger el derecho a voto, y construir un sistema efectivo de transparencia en el gobierno federal.

En términos climáticos, Biden propone enfrentar el asunto como un tema de emergencia mundial y propone una serie de metas para las próximas décadas. Así, el demócrata promete crear inversiones para crear trabajos y construir sindicatos en torno a un sistema de energía sustentable y eficiente, que transforme no solo la matriz energética, sino que también el sistema de transporte y manufactura nacional. Aun así, llama poderosamente la atención que este apartado incluya el plan demócrata para restaurar y dar fuerza a los sindicatos de trabajadores, con la meta de lograr que puedan negociar y orga-

nizarse de manera colectiva. Más allá de esto, la visión demócrata propone eliminar la contaminación que generan las plantas a carbón para 2035.

Por último, Biden propone un cambio radical en la estrategia diplomática que ha llevado a cabo la administración Trump. Lejos de la visión anti-globalista de la plataforma republicana, la demócrata abraza la idea de revitalizar la posición de Estados Unidos en el mundo y al interior de las organizaciones internacionales. Además, pretende reactivar y fortalecer los programas de asistencia y desarrollo internacional, y movilizar al mundo detrás de los desafíos tecnológicos, de terrorismo, de derechos humanos y el cambio climático.

De esta forma, Biden propone su visión de gobierno desde la perspectiva de los derechos básicos universales y las minorías. La influencia de Sanders se avista en prácticamente cada página, pues – a diferencia de la plataforma de 2016 o 2012 – esta vez términos como sindicatos, derechos y eliminación de injusticias y desigualdades están presentes en cada una de las páginas del documento demócrata.

6.4.2 Los debates presidenciales

La prensa suele dedicar mucho tiempo de su parrilla en promocionar, discutir y analizar lo que ocurren en los debates presidenciales. La imagen del primero televisado en 1960 – hace exactamente 60 años – impactó no solo el desarrollo de la campaña electoral, sino también la forma en que los partidos preparaban y seleccionaban a sus candidatos. La histórica fotografía de un Richard Nixon inseguro y sudando contrastaba contra la imagen de un joven John F. Kennedy seguro, elocuente y carismático. Desde ese 26 de septiembre, día en el cual cerca de 70 millones de americanos se sentaron frente a la

televisión, los debates se transformaron en uno de los eventos de campaña más significativos para la prensa y opinión pública americana, aun cuando el efecto real sobre el desarrollo de la campaña es un tema de constante discusión académica.

Este 2020 cuatro debates tendrán lugar en Estados Unidos. El primer enfrentamiento público entre Donald J. Trump y Joe Biden se celebrará el mismo día del lanzamiento de este libro – 29 de septiembre – seguidos por el debate entre los candidatos a la vicepresidencia el 07 de octubre, el segundo debate entre Biden y Trump del 15 del mismo mes, y finalmente, el debate de cierre entre los candidatos al sillón de la casa oval el 22 de octubre.

Si bien el lugar, moderador y formato de los debates varía entre uno y otro evento, las reglas del primero ya están establecidas. Moderadas por el anfitrión del programa “Fox News Sunday” Chris Wallace, el enfrentamiento entre el incumbente y el desafiante se celebrará en Cleveland y constará de seis partes de 15 minutos. En éstos se discutirá sobre los propios candidatos, la corte suprema, el COVID-19, la economía, los problemas raciales y de violencia en las ciudades americanas, y la integridad de la elección. El enfrentamiento entre Mike Pence y Kamala Harris será moderado por Susan Page de USA Today y tendrá lugar en Salt Lake City, mientras el segundo debate presidencial estará a cargo de Steve Scully de C-Span y se celebrará en Miami; el debate de cierre todavía no tiene moderador, pero se celebrará en Nashville.

Ahora bien, ¿qué tan importantes son los debates? La literatura americana del área presenta resultados mixtos. Por una parte, académicos como Holbrook (1999) sostienen que la función principal de los debates es de educación, permitiendo que los americanos se in-

formen sobre las posiciones de los candidatos y temas relevantes de política pública para el país. En ese sentido, quienes se sientan frente al televisor – o frente a un celular o tableta electrónica hoy en día – incrementan significativamente su comprensión de los temas públicos y la visión de los candidatos sobre ellos.

Por otra parte, investigaciones - como la conducida por Geer (1988) - sostienen que los debates presidenciales producen dos efectos sobre los votantes. En primer lugar, refuerzan sus preferencias e incrementan la motivación de ciertos grupos por apoyar públicamente a su candidato predilecto; en segundo lugar, determinan el voto de los ciudadanos indecisos e inclusive lograrían cambiar la decisión de voto de un número reducido – pero significativo – de ciudadanos.

Algunos, como Benoit y otros (2001), estiman que el impacto va inclusive más allá de un cambio en la decisión de voto o adquisición de información, e indican que los debates sirven para re-encuadrar la discusión de los asuntos públicos, levantar temas de política pública, y activar en grupos específicos la preocupación por temas públicos que se encontraban fuera del espectro de la opinión pública. De esta manera, el enfrentamiento entre candidaturas no solo sirve para buscar adherentes, mantenerlos o inclusive “educarlos” políticamente, sino también son una oportunidad para los nominados presidenciales de los partidos de controlar la agenda de opinión pública e instalar temas que sean de su preferencia, maestría o reputación.

En definitiva, y siguiendo el meta-análisis de Benoit, Hansen y Ver-ser (2003), los debates sirven para incrementar el conocimiento y la relevancia de temas. Así también, pueden afectar el establecimiento de la agenda mediática, alterar las percepciones sobre los atributos y rasgos de personalidad de los candidatos (aun cuando pareciese

que no afectan la percepción sobre la capacidad de liderazgo de los mismos). Sumado a todo lo anterior, los debates pueden alterar la preferencia de voto de los individuos (aun cuando esto es más extraño).

En vista de la situación de la carrera actual, es muy probable que Trump ponga alta energía en demostrar que Biden no solo no está capacitado para asumir la dirección del ejecutivo, sino también que es uno más de Washington. Por su parte, Biden buscará evitar situaciones problemáticas – si vas ganando, ¿para qué arriesgarte? – y al mismo tiempo buscará instalar la administración de Trump como un completo fracaso que tiene a Estados Unidos hundido en una crisis económica, sanitaria, racial y social sin precedentes. Dada la experiencia de 2016, la confrontación será sin filtro y de manera muy frontal.

Una última cuestión a tocar, y por si acaso se lo preguntaban, es ¿por qué solo he hablado de la competencia entre Trump y Biden si existen cuatro candidatos inscritos en una amplia mayoría de los estados del país? La respuesta viene desde la Comisión para los Debates Presidenciales, organización sin fines de lucro fundada en 1987 bajo el patrocinio de los partidos Demócrata y Republicano. Desde ese entonces, la comisión se ha dedicado a organizar, financiar y vender los derechos de televisión del enfrentamiento entre los principales candidatos presidenciales. Como es de esperar dada la naturaleza de su nacimiento, la comisión ha establecido normas para los participantes, y – obviamente – favorecen en demasía a los nominados por los partidos mayores.

Es más, la última vez que un candidato de un tercer partido logró participar de un debate presidencial fue en 1992, cuando la candidatura de Ross Perot cumplió con el límite de apoyo en las encuestas para enfrentarse al entonces incumbente Bush y al desafiante Clinton.

Desde el año 2000 la CPD (acrónimo de la comisión por sus siglas en inglés) estableció como regla de corte para la participación que los candidatos debían tener al menos un 15% de apoyo electoral en, al menos, cinco encuestas de representación nacional. La controversia sobre el procedimiento ha estado viva desde entonces, y una serie múltiple de acciones legales han buscado revertir la regla de corte: como es de esperar, ninguna de ellas ha logrado buen resultado.

Por esta razón, este 2020 solo veremos en la testera de los debates a Biden y Trump, dejando a Jo Jorgensen del partido Libertario y Howie Hawkins del partido Verde sin posibilidad de intercambiar sus puntos de vista sobre política pública y el futuro del país con los candidatos “mayores”.

6.4.3 Polémicas de campaña

La presencia de Trump trae, por definición, polémicas y conflictos durante el período de campaña. Si 2016 estuvo cargado de acusaciones de abuso sexual, relaciones extra-matrimoniales, y supuestos problemas de impuestos, este 2020 solo se puede esperar que algunas de éstas afloren y otras, conocidas durante su administración, vuelven a encender el fuego y conflicto entre analistas y ciudadanos del país.

La principal polémica en torno a la campaña es, sin lugar a dudas, el manejo del COVID-19 por parte de la administración de Trump. Sumado al número de casos y muertes en los Estados Unidos – que para finales de septiembre superaban los 7 millones de casos reportados y las 200,000 muertes – y la tónica pública que ha tenido la administración (con un presidente que muchas veces hace caso omiso a lo que indican científicos), la relevación de un audio mostró que el presiden-

te buscó disminuir el peligro del virus. Trump se defiende diciendo que no quería generar pánico y que su rol es el de un “cheerleader” más que de un alarmista), pero Biden ha sabido aprovechar esto. Una de las mejores demostraciones de aquello es la ingeniosa mezcla entre los números de la pandemia con la clásica arenga de Trump durante su primera campaña; la frase “se van a cansar de ganar conmigo” (cantada por Trump constantemente) fue integrada a vídeos que exhiben la evolución del coronavirus en el país, realizando una sátira del mensaje con la posición de Estados Unidos como el centro de la pandemia mundial.

Pero más allá del tema del COVID-19, una serie de polémicas se han instalado en el curso de la campaña. Mientras algunas han sido ampliamente repetidas por medios de comunicación, otras parecen estar guardadas para un grupo más reducido de lectores. En esta última sección del capítulo repasaré cuatro tópicos: Estrategias legales, la violencia en las ciudades y el conflicto racial, la muerte de la jueza Ruth Bader Ginsburg y su reemplazo, y el fenómeno conocido como la “sorpresa de octubre”. Sin perjuicio de éstas, temas como la posibilidad de que Trump se niegue a una transición pacífica del poder, o el posible intento de intervención en redes sociales de potencias extranjeras se han tomado la discusión pública americana semana tras semana.

Por la naturaleza actual de los medios en Estados Unidos, los temas que se repasarán a continuación están más vinculadas a la figura de Trump que a la de Biden. Y, pareciese que ese será el tono del último mes de campaña. Sin embargo, la campaña del magnate jugará una carta fundamental para poder erosionar al candidato demócrata. Repetido en un innumerable número de veces en conferencias

de prensa, eventos políticos y entrevistas, Donald J. Trump buscará instalar la idea de que Joe Biden, y más específicamente su hijo Hunter, montó una operación fraudulenta con Ucrania para enriquecerse mientras el candidato demócrata era vice-presidente de la administración Obama. Si bien una comisión del Senado americano no encontró supuestos conflictos de interés en los negocios particulares de Hunter (quien actuaba como miembro del directorio de una compañía de energía ucraniana), Donald Trump explotará (de seguro) lo que el documento tildó de una posición extraña, poco eficiente y problemática.

La pelea en las cortes

Lo que ocurre en estos momentos en Florida es una expresión viva de como la política y la justicia se mezclan en el país. Tras la elección de 2018, un 65% de los votantes del estado aprobaron la cuarta enmienda a la constitución federal. Gracias a ella, ex convictos que hayan cumplido su pena y períodos probatorios podrían recuperar su derecho a voto. La implementación de la ley fue tema de complicación para legisladores estatales y el Gobernador, quienes decidieron que, para recuperar el derecho cívico, los ex convictos tendrían que pagar las deudas relacionadas a su sentencia (esto afectó a más de 800,000 individuos). Mientras los jueces federales decretaron que los legisladores locales habían generado un sistema de pago-por-votar inconstitucional, el onceavo circuito de apelación declaró que la ley de interpretación de la nueva cuarta enmienda se ajustaba a derecho. En los últimos días de septiembre, un grupo de millonarios – liderados nuevamente por Michael Bloomberg, y con figuras como LeBron James – decidieron tomar acción y lograron recaudar más de 30 millones de dólares, lo cual permitirá pagar las deudas de alrededor de 20,000 ex convictos. La controversia se instaló en la Casa Blanca, donde Do-

nald Trump ha acusado a los demócratas de establecer un sistema de “canje monetario” por el voto.

En el ámbito judicial, la acción del partido demócrata en Pennsylvania también llama poderosamente la atención. Aunque con menos resonancia mediática, el partido de Biden logró un gran triunfo en la Corte Suprema del estado, eliminando de la papeleta de votación al candidato del partido Verde Howie Hawkins. El resultado de 2016, en donde Clinton perdió contra Trump por 44,292 votos, resulta determinante para entender el esfuerzo demócrata en las cortes. Jill Stein, candidata del partido Verde en 2016, obtuvo 49,941 votos y sin el partido en la papeleta este 2020, existe una buena posibilidad de que su apoyo electoral se traspase a Biden.

El problema racial y la violencia en las calles

Un segundo tema a tocar es el conflicto racial y la violencia en las ciudades que se vive en los Estados Unidos. Tras el asesinato de George Floyd en Minneapolis el 25 de mayo de este año, una cadena de reacción y movilización ciudadana se tomó las calles de Estados Unidos. Disturbios y saqueos por todo el país ocurrieron durante las noches siguientes, la consigna de “no puedo respirar” (en relación a las palabras que el hombre de 46 años logró decir mientras era brutalmente aplastado en su cuello por un policía) se transformó en uno de los más poderosos mensajes que ha tenido el país este 2020. Tres días más tarde, el 28 de mayo, los gobernadores de estados como Minnesota recurrieron a la Guardia Nacional para buscar reponer el orden.

Desde entonces la escala de violencia en las ciudades y los excesos de la policía americana se ha mantenido, ejemplos como el de Portland, Chicago y el poblado de Wisconsin Kenosha tomaron la opi-

nión pública y dividieron a la población entre quienes apoyaban el movimiento reivindicativo afroamericano – liderado por la organización Black Lives Matter – y quienes buscan restablecer el orden y la seguridad en el país. El tema racial se tomó la agenda de la elección, y seguirá siendo una de las grandes polémicas por la forma en que uno y otro partido han abordado el fenómeno. La extensión de éste llegó incluso a los temas educativos: Donald Trump propuso una comisión para establecer un currículo educativo “pro-americano”, que – siguiendo sus palabras – destruyera la construcción de estereotipos raciales que ha instalado el marxismo. Por su parte, la campaña de Biden mira este intento como una fórmula de mantener la supremacía blanca en el sistema educativo del país, respondiendo con una propuesta que enseñe y aprecie el rol de las minorías, especialmente la afroamericana, en escuelas y establecimientos de educación.

La muerte de Ruth Bader Ginsburg

La tercera semana de septiembre un hito impensado marcó la agenda pública americana. A sus 87 años la jueza de la Corte Suprema Ruth Bader Ginsburg sucumbió a su larga batalla contra el cáncer. Los homenajes a la obra y vida de la jueza no se hicieron esperar, como así también la decisión de la administración de Trump de aprovechar su mayoría en el Senado y buscar nominar a un nuevo miembro de la Corte. Una situación similar ocurrió durante la campaña de 2016, en ese entonces los republicanos gritaron a viva voz que el presidente Obama – en minoría en el Senado – no podía pretender nominar un nuevo juez sin antes esperar el resultado de los comicios de noviembre. Obviamente, los demócratas se opusieron a esta situación, y para 2020 la torta se dio vuelta. Ahora, el Senado dominado por el partido de Trump está de acuerdo con comenzar el voto en la sala, y

algunos – como senador por Texas Ted Cruz – se aventuran a sostener que la ratificación del nuevo miembro estará lista antes del 03 de noviembre.

La controversia no solo nace desde el oportunismo republicano, sino también por la figura de la elegida por el actual presidente: Amy Coney Barret. La jueza republicana de 48 años, con siete hijos y de pública devoción católica, levanta sospechas entre los demócratas por su marcada posición anti-aborto y su doctrina constitucional. De no ocurrir nada extraño, el proceso de investigación, audiencia y votación ocurrirá antes del 02 de enero de 2021 (fecha en que se termina el actual congreso), y el partido Republicano logrará controlar la Corte Suprema por una amplia mayoría. Hasta la muerte de la jueza Ginsburg, existían 5 jueces cercanos al republicanismo, y 4 a los demócratas. Con esta nueva nominación, Trump lograría no solo nombrar tres jueces, sino también establecer un dominio republicano en la máxima corte que podría durar décadas. De esta forma, el verdadero legado de Trump estaría escrito por la Corte Suprema, y no tanto así por su retórica divisiva, su falta de corrección política o sus órdenes ejecutivas.

La "sorpresa de octubre"

Un último tema a tratar es lo que tradicionalmente se conoce en la opinión pública americana como la "sorpresa de octubre". Históricamente el último mes antes de la elección está cargado por acusaciones cruzadas entre candidatos, y sabrosas bombas noticiosas desde los medios de comunicación.

Por ejemplo, en 2012 un audio filtrado del entonces candidato republicano Mitt Romney irrumpió en la contienda contra Obama; en él, Romney declaró en un evento de recaudación de fondos que un

47% de los americanos dependía del gobierno, deslizando que ellos no eran lo suficiente para poder llevar el peso de sus vidas, y por eso votaban por Obama. La situación fue utilizada por la campaña de Obama y, en la práctica, sepultó las opciones del actual senador de llegar a la Casa Blanca. En el caso de las elecciones de 2016, la “sorpresa de octubre” tocó la candidatura de Clinton, una orden del Departamento de Justicia buscó la indagación de los correos de Clinton mientras era Secretaria de Estado; Trump, entonces candidato, tomó la posta para atacar a la candidata con una dureza poco vista en una contienda presidencial, la posicionó como una corrupta, y sus seguidores entonaron el cántico “encarcélala” durante cada uno de sus eventos políticos. A la larga, Trump logró instalar en la población americana un aire de descrédito y desconfianza en la ex senadora que terminó por debilitar su candidatura.

Al cierre de la última revisión de esta guía digital, el New York Times había lanzado la primera gran “sorpresa”. El periódico reveló declaraciones de impuestos del actual presidente, estableciendo que había pagado solo 750 dólares en impuestos personales a nivel estatal durante 2016 y 2017, a lo que se sumó su estrategia de declaración de pérdidas para obtener retornos impositivos por más de 70 millones de dólares. El magnate ha replicado con fuerza, acusando al NY Times (una vez más) de una campaña de noticias falsas. Lo que queda claro es que el tema de Trump y sus impuestos se tomarán la agenda noticiosa al menos un par de semanas, y Biden puede aprovechar la ocasión para seguir hiriendo la credibilidad del actual mandatario. Al final, y tomando de manera global todas las polémicas que rodean la elección, solo los votantes nos dirán si alguno de los conflictos que aparecen son realmente un tema crucial para su decisión de voto.

The image shows the Mount Rushmore National Memorial in South Dakota, featuring the carved faces of four U.S. presidents: George Washington, John Adams, Thomas Jefferson, and Abraham Lincoln. The monument is set against a dramatic sky with orange and yellow clouds from a sunset or sunrise.

7. Más allá de la presidencial

Un último punto a tratar es la batería electoral que vivirá Estados Unidos este 2020 pues no solo el presidente es electo, sino también se renueva el Congreso americano. Así, la totalidad de la Cámara de Representantes – los cuales buscan su reelección cada dos años – y un tercio del Senado estarán en la misma papeleta que las duplas Trump-Pence y Biden-Harris.

Bajo el contexto anterior, la relevancia de la elección presidencial no es trivial, pues investigaciones que se acumulan hace décadas (Press, 1963; Broockman, 2009; Magar, 2012; Huang y Wang, 2014) demuestran como el resultado del voto popular de un candidato presidencial está directamente asociado con los resultados de las carreras de senadores, representantes, gobernadores e inclusive congresistas locales.

Conocido como el efecto de arrastre presidencial, tradicionalmente¹ la evidencia científica ha sostenido la existencia de una estrecha

¹Se debe tener presente que existen ciertos indicios de que el efecto de arrastre a disminuido en

relación entre el apoyo electoral capturado por los candidatos presidenciales y congresistas cuando existen elecciones concurrentes (Broockman, 2009). Teóricamente, dicho vínculo se produce mayoritariamente por el efecto que posee la campaña presidencial sobre la decisión de voto de los ciudadanos hacia puestos de elección popular de “menor” relevancia (tales como serían los comicios de Diputados y, en cierta medida, los de Senadores, Gobernadores y congresistas estatales). A este fenómeno se le conoce como “coattail effect” (efecto rezago o arrastre), en el cual la decisión de voto de un elector está fuertemente influenciada por el atractivo del candidato presidencial de su mismo bloque/partido político (Press, 1963; Mattei y Glasgow, 2005).

La forma de operar de esta influencia se puede sintetizar en dos grandes axiomas, ambas basadas en la relevancia que le asignan los individuos a las elecciones presidenciales por sobre las de otros puestos de representación popular (Huang y Wang, 2014). Por una parte, las limitantes a las cuales están expuestos los electores en términos de información sobre los candidatos a la cámara baja, lo cual los lleva a buscar atajos que le permitan tomar su decisión de voto sin incurrir en altos costos (Mondak, 1990; Mondak y McCurley, 1994); de esta forma, un ciudadano basa la emisión de su preferencia por congresistas bajo el análisis del atractivo y propuestas del presidencial, intuyendo que al pertenecer a un mismo bloque político compartirán un conjunto robusto de ideales y principios.

Por otra parte, el efecto arrastre podría operar sobre la movilización de los electores, generando que ciudadanos que no pretendían

las últimas décadas, abriendo un debate en la ciencia política de lo que parecía ser una regla certera de la política electoral americana (Huang y Wang, 2014).

ir a las urnas decidan finalmente emitir su preferencia, lo cual, al estar principalmente motivado por la elección presidencial, termina inclinando la balanza a favor de camaradas políticos en las relativas al Congreso (Huang y Wang, 2014).

Por la lógica anterior la elección del presidente de Estados Unidos va más allá de quien triunfe en el Colegio Electoral. En este sentido el voto popular toma una nueva importancia y, a su vez, transforma los comicios en el evento más relevante de todos los que se celebran simultáneamente no por el cargo que elige, sino que por el efecto que conlleva. Dada esta relevancia, este último capítulo del libro revisa el estado de la carrera al Senado y a la Cámara de Representantes. Una mirada rápida y general, sumado a algunos casos a tener en cuenta configuran las siguientes páginas.

7.1 La carrera en el Senado

De los 100 escaños en el Senado americano, 35 estarán en competencia en este ciclo electoral. De éstos, 12 están en manos de los demócratas y 23 en la de los republicanos, por lo que es una gran oportunidad para el partido que nominó a Biden para – después de casi ocho años – lograr recuperar el control de la cámara alta. Lo anterior fruto del empuje que podría dar a la carrera senatorial la posible buena cosecha en el voto popular por el candidato demócrata.

La relevancia de poseer el control del Senado no es trivial. Sumado a que son el juez en procesos de juicio político, y ratifican una amplia gama de cargos públicos (entre los cuales el más importante es el nombramiento de miembros de la Corte Suprema), para el plan demócrata de recuperación del poder tener o no una mayoría en el órgano es la única forma de llevar a cabo su progresiva apuesta programática.

Por el lado republicano, perder el control del Senado podría poner al partido en su peor posición política desde 2008, y en caso de ganar, es la única gran forma de fortalecer la presidencia de Trump y, a su vez, evitar una verdadera guerra entre funciones del estado en caso de tener un gobierno completamente dividido.

La actual composición posee una importante mayoría de republicanos, estando inclinada la balanza por seis miembros. Así, de los 100 senadores 53 militan en las filas republicanos, mientras los restantes 47 senadores son – al menos – adherentes del partido Demócrata (ver Figura 7.1. para detalles sobre el mapa de las carreras).

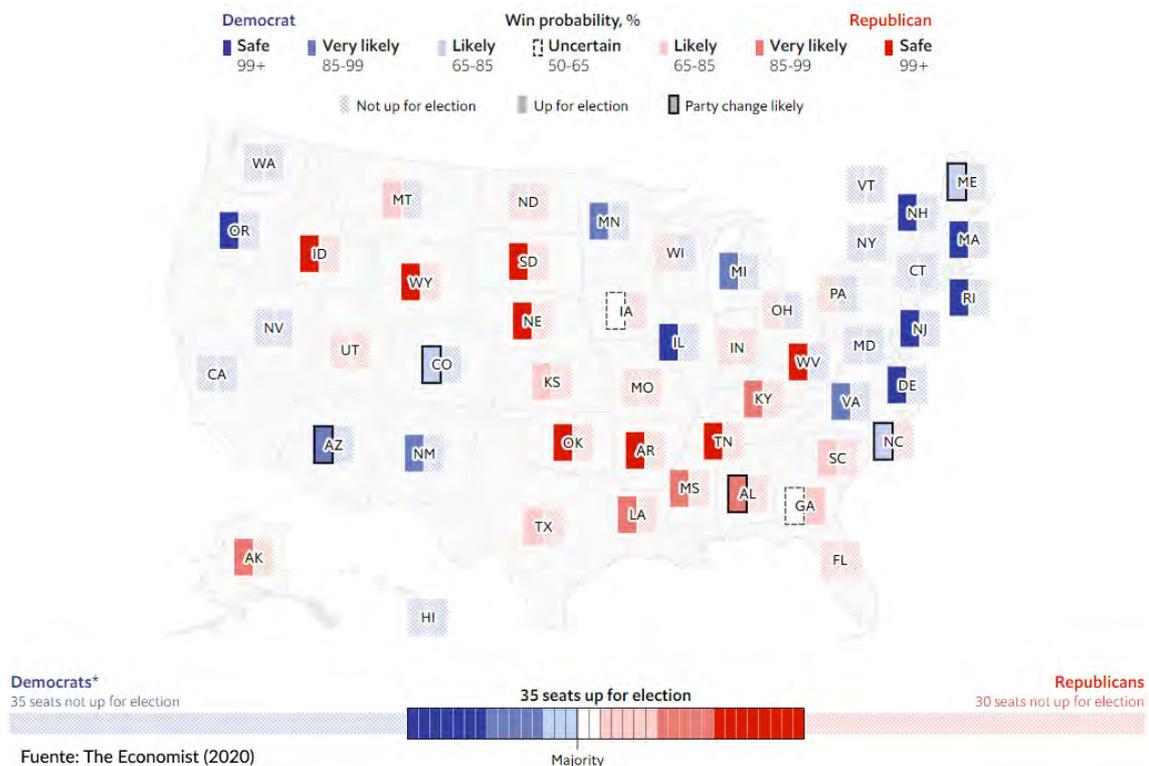


Figura 7.1: Mapa de las elecciones senatoriales

Los modelos predictivos dibujan un optimista escenario para los demócratas. Al 25 de septiembre, el portal de The Economist le da un 68% de probabilidad a los demócratas de controlar la cámara alta, con un rango posible de asientos tras la elección que variaría entre

47 y 57 senadores para Biden. El mismo modelo estima que, en el mejor de los casos, los republicanos lograrán mantener el número de 53 puestos en el Senado. Por su parte, FiveThirtyEight es un poco más conservador en sus estimaciones, su reporta establece que los demócratas tienen un 62% de probabilidad de controlar el senado, dejando un 38% de esperanza para los republicanos de mantener su mayoría.

Si bien Real Clear Politics no indica la probabilidad de que uno u otro partido logre controlar la cámara alta, si estima que – hasta el momento – los demócratas tienen amplias oportunidades de alcanzar 46 puestos, mientras los republicanos estarían bien encaminados para mantener 47 puestos. De esta manera, 7 elecciones serán las que determinarán quien logrará controlar el Senado. Ellas ocurrirán en los estados de Arizona, Georgia, Iowa, Maine, Michigan, Minnesota, y Carolina del Norte.

Siguiendo lo que establece el portal FiveThirtyEight, dichas carreras están no solo en una suerte de “empate técnico” (o muy cercano a ello), sino también son la gran posibilidad demócrata para voltear algunos estados a su favor. En el caso de Maine, el actual incumbente Collins busca la reelección, pero los modelos y las encuestas actuales exhiben que el desafiante demócrata Gideon tiene un 58% de chances de vencerlo. Igual situación que ocurre en la competencia en Carolina del Norte, en donde el republicano Tillis solo tiene un 37% de probabilidad de mantener su puesto, y el demócrata Cunningham se perfila como un posible nuevo senador para Biden.

Mucho más compleja es la situación para los senadores republicanos Gardner (Colorado) y McSally (Arizona), quienes tienen menos de un 30% de chances de mantener su posición en la cámara alta, y

los desafiantes demócratas Ossoff y Hickenlooper ya están pensando en sus próximos seis años como senadores. Adicionalmente, el caso de la carrera en Arizona toma un tinte más relevante, puesto es uno de esos estados que Trump podría perder en esta elección, y solo una combinación entre una candidatura senatorial bien instalada y un apoyo presidencial de fuerte magnitud podría pavimentar una victoria doble para los republicanos.

El líder del Senado, el republicano Mitch McConnell, sabe que la única forma de evitar una debacle para los republicanos es que Trump logre repuntar en el último trayecto de la campaña. La pregunta que ronda es si lo lograrán, o inevitablemente el partido demócrata logrará triunfar en la presidencial, senatorial y – como se discutirá en la próxima sección – la de representantes.

7.2 La carrera de los Representantes

Este ciclo electoral también estará marcado por la renovación de la (casi) totalidad de la Cámara de Representantes. 434 de los 435 puestos en la cámara baja americana estarán en juego durante la elección del martes 3 noviembre; la única excepción (hasta el momento) se dará en el estado de Minnesota, puesto producto de la muerte del candidato del partido por la “Marihuana Legal Ya” – y en apego a las normas del estado – la competencia que busca reelegir al representante Angie Craig será suspendida hasta enero.

Dejando de lado la particularidad de dicha contienda, el resto de los 434 puestos se disputarán en un ambiente en donde Biden lidera (por amplio margen) el voto popular, y ello conlleva una altísima probabilidad de que la cámara baja siga siendo controlada por el partido Demócrata. Recordar que tras las elecciones de medio término de

2018, los demócratas – liderados por la representante Nancy Pelosi – lograron un sólido triunfo sobre los republicanos, agregando 41 escaños a los que poseían tras las elecciones de 2016. Esto representó el mayor triunfo demócrata en una elección desde la que ocurrió en 1974 (post-escándalo de Watergate).

Por consiguiente, la constitución actual de la cámara baja – tras algunas elecciones especiales celebradas entre 2018 y 2019 – está dividida en 232 escaños para los demócratas, 198 puestos para los republicanos, 1 asiento para los libertarios y 4 representaciones vacías.

Para este 2020, como se mencionó anteriormente, no se esperan cambios en quien dominará la cámara por los próximos dos años. Así, modelos predictivos de diferentes portales dan certeza superior al 90% de que los demócratas seguirán al mando, y que los republicanos – sean gobierno o no – tendrán que lidiar con ser una minoría.

En el caso de los representantes, un total de 218 escaños se necesitan para transformarse en la mayoría. El portal de The Economist estima – al 25 de septiembre - que los demócratas tienen un 98% de probabilidades de alcanzar dicho número, y además estiman que podrían alcanzar entre 219 y 263 puestos de los 435 totales (ver Figura 7.2. para mayor detalle). En términos del voto popular, el impulso que le daría a las campañas distritales la candidatura de Biden generaría que sus candidatos lograrían concentrar entre el 50 y 56% del voto popular (The Economist, 2020).

Ahora bien, no solo el portal mencionado en el párrafo anterior genera predicciones del resultado de la cámara baja. Tanto el Cook Political Report (2020), como Real Clear Politics (2020) se atreven a realizar un proceso de agregación de encuestas para observar que

podría pasar con la carrera.

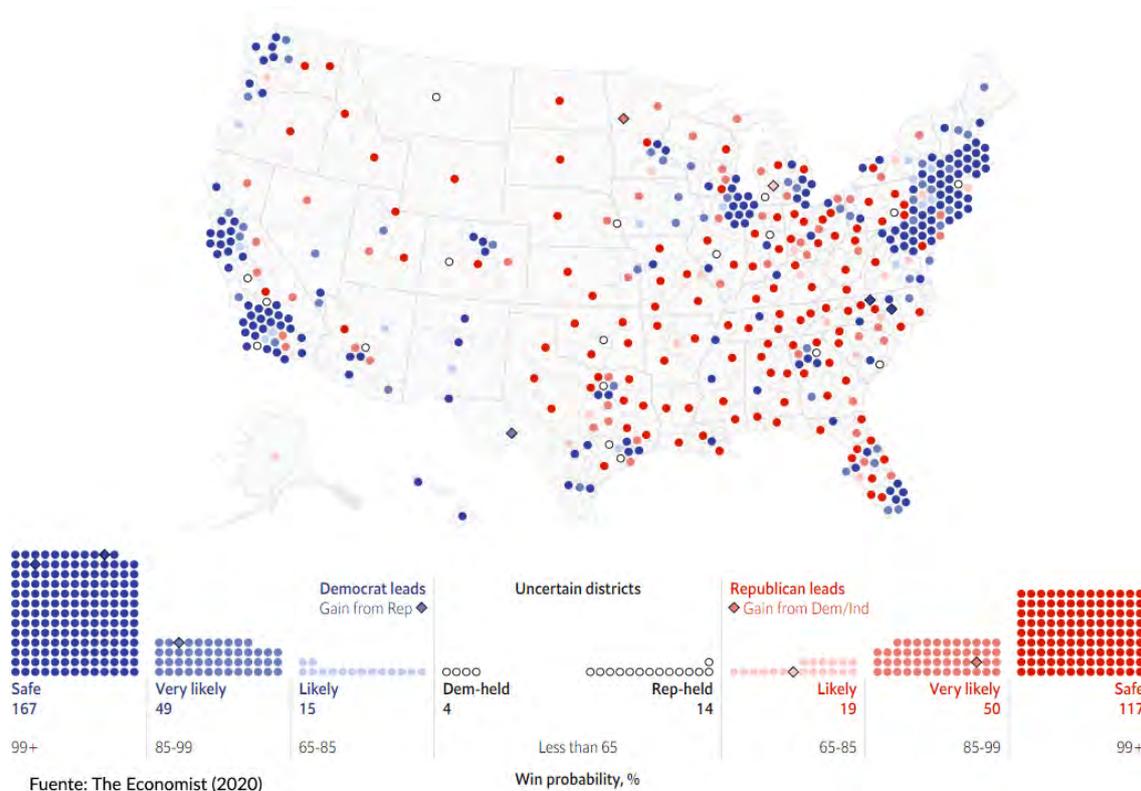


Figura 7.2: Mapa de las elecciones de representantes

Mientras Cook Political Report estima que existen ya 190 escaños que los demócratas ganaran sin sobresaltos, también estima que existen otros 32 que tienen tendencia hacia el partido de Biden, pero no se pueden tomar como seguros. Con ellos, es suficiente para que los demócratas logren la mayoría en dicha cámara del congreso, pero aun así queda un espacio de incertidumbre alrededor de la competencia de 28 distritos. De ellos, 15 están en manos de representantes demócratas – en estados como Florida, Iowa, Minnesota, Nueva Jersey y Oklahoma – mientras otros 13 se encuentran actualmente bajo representación republicana – en estados como California, Ohio, Pensilvania, Texas y Virginia.

Una predicción aún más conservadora realiza Real Clear Politics,

quien estima que existen 214 distritos en que los demócratas tienen la primera opción de triunfo, mientras los republicanos estarían seguros en 190. Así, aún quedarían 31 competencias distritales por definir, dando un espacio – aun cuando mínimo – de oportunidad (o más bien esperanza) al partido de Trump de controlar la cámara baja.

Entre todas las posibilidades existentes, diez carreras a la cámara de representantes tendrían una relevancia más allá del balance de fuerzas en la cámara baja. Como el foco de este documento no son los comicios de representantes, se analizarán (rápidamente) tres de dichas diez carreras.

En primer lugar, el distrito 23 de Texas – asiento vacío que fue una de las elecciones más reñidas de 2018 – el cual enfrenta a Gina Ortiz Jones de los demócratas contra Tony González de los republicanos; la relevancia de esta campaña radica en que fue uno de los pocos distritos de 2016 en donde Clinton logró triunfar en el estado centro-sur. Con una población de baja densidad urbana y alta presencia latina, podría ser un indicador no solo del destino de Trump en Texas, sino también del futuro del estado para las próximas elecciones.

Una segunda elección a observar es la del distrito 5 de Oklahoma. Durante 2018 el triunfo de la demócrata Kendra Horn fue uno de los eventos más sorprendidos en la gran victoria del partido de Biden. Sumado a que Trump logró ganar por más de 13 puntos aquella zona hace cuatro años, la representante demócrata logró vencer al incumbente Steve Russell. Este 2020 la competencia de Horn será otra mujer, la senadora estatal Stephanie Bice. La relevancia para la elección presidencial radica en la demografía del distrito – ciudadanos de barrios suburbanos de niveles medios – y la gran diferencia de dinero entre Bice y la incumbente.

Por último, la carrera en el distrito 02 de Iowa será interesante de mirar. Con el incumbente demócrata retirándose del congreso, demócratas y republicanos se enfrentarán por algo más que un escaño en el congreso. Si bien es una oportunidad para los republicanos de recuperar un asiento en la cámara baja, también demostrará la movilización de Trump en sectores no urbanos, y sus posibilidades de retener el estado a su favor – que en las predicciones presidenciales se mantiene en una interrogante. Una derrota de la candidata republicana Mariannette Miller-Meeks podría ser un claro indicador de una mala noche para el incumbente Trump.

7.3 Consideraciones finales

Como se ha intentado exponer en las páginas de este documento, la elección que selecciona al presidente de los Estados Unidos es un complejo entramado institucional en donde el federalismo, la descentralización administrativa, las normas electorales, las conductas de votantes, y las estrategias y gastos de las campañas juegan roles fundamentales. Sumado a ello, el arrastre de un presidente afecta las elecciones de menor jerarquía, y en estos momentos el país de Washington y Lincoln pasa por uno de sus momentos sociales y económicos más delicados del último tiempo. Quiero advertir al lector que, a diferencia del esfuerzo realizado en secciones y capítulos anteriores de este escrito, de aquí en adelante leerán una breve apreciación personal de la elección y el momento americano. Para aquellos que buscaban una descripción del proceso lo menos apasionada y más objetiva posible, los invito a parar. Para aquellos que quisieran saber lo que mi proceso de perfeccionamiento académico, la experiencia social de la vida en Estados Unidos, y mi propia visión de lo que podría

ocurrir es de interés, los invito a leer los siguientes párrafos.

Pareciese que esta vez la amenaza democrática que recorre Estados Unidos no es foránea, ni tiene relación con conflictos bélicos, sino más bien es una división del alma americana. Este proceso tiene más de dos partes, así encontramos una clase media con menor nivel educativo que ha visto como la apertura económica al mundo le ha quitado el trabajo de sus manos, como también una generación que ha alcanzado alto nivel de capital humano y comulga con una mentalidad más liberal. Al mismo tiempo, fervientes seguidores religiosos ven como la apertura a bandos más agnósticos es un peligro para su concepción del mundo, y en ese mismo escenario que ven con peligro aparecen grupos minoritarios que observan el estado actual de las cosas como una guerra racial que implementa un racismo sistémico sobre sus cuellos. No podemos dejar de lado el auge de movimientos que buscan la equidad de género, y la reacción de bandos más conservadores que sienten que la familia tradicional y sus valores están siendo atacados. Por último, existe una creciente tensión entre el camino del sistema liberal de mercado americano y una aproximación desde grupos – tales como los autodenominados socialistas democráticos por América – que quieren girar hacia modelos más cercanos a los de las economías coordinadas europeas.

Si bien se puede entender que el párrafo anterior exagera en demasía la existencia de grupos y miradas distintas, la realidad americana es aún más compleja que esto. Cada individuo, cada comunidad y cada grupo de amigos y familia están viviendo lo que consideran un momento crucial en la historia: más libertad o más socialismo, más corrupción o más dignidad ha sido la retórica de los candidatos. La simplificación de los problemas desde la política ha evitado innovar

en políticas que solucionen desafíos tales como la disminución de población en zonas rurales, la intensa carrera por el poder con China, la forma en que la tecnología está cambiando las relaciones laborales, o el progresivo aumento del precio de la vida en las zonas urbanas. La contienda se ha transformado en un conflicto entre buenos y malos. Y, lo más interesante es que para adherentes de una u otra candidatura, el malo siempre está al frente. ¿Alguna semejanza con lo que se vive en otros países?

En este escenario cabe bien recordar la historia que Achen y Bartles (2016) hicieron famosa – y que dio vida a uno de los libros más interesantes de comportamiento político de la última década. Conocida como el efecto de los ataques de tiburones en la elección presidencial, esta historia relata como eventos ocurridos entre el 1 y el 12 de julio de 1916 en las costas de Nueva Jersey afectaron considerablemente la votación por el presidente Woodrow Wilson en su intento de reelección. Para los habitantes de esos condados, la atribución de culpa de los ataques recayó sobre el presidente en ejercicio - ¿cómo es posible que Wilson no haya hecho nada para evitar el daño de los ataques de tiburones, y las consecuencias económicas que trajeron éstos para la zona? parecían pensar los votantes – y así decidieron apoyar a su contrincante. La lección de fondo es que, a pesar de que existan indicadores objetivos, números o escándalos, las personas votaran por aquel candidato con quien sientan un vínculo emocional, o para diferenciarse de alguien que crean – real o irracionalmente, como en el caso del ataque de tiburones – no logró enfrentar una situación (producida aleatoriamente o fruto de su propia inoperancia) de manera correcta.

En esta última sección cuento esta historia por una razón funda-

mental. A diferencia de 2016 – en donde aposté por Trump con más de 10 colegas riendose de mi más que segura derrota – este 2020 no tengo una noción clara del resultado definitivo. Quizás es la mayor cantidad de información que manejo, o quizás es que si bien todos los indicadores dicen que Biden debería triunfar – modelo estadísticos e históricos, e inclusive la acumulación de evidencia de décadas – algo no me cuadra. Biden no es el preferido, su candidatura no motiva a una amplia mayoría de adherentes demócratas, y ha evitado salir a las calles a buscar apoyo. Además, Trump ya logró triunfar una vez en medio de escándalos, con su característica retórica agresiva y propuestas poco claras de política pública.

Por supuesto, esta noción esta también influida por mi propia experiencia de tres años viviendo y estudiando en Estados Unidos. Durante este tiempo he dedicado parte importante de mis esfuerzos a mirar noticias desde uno y otro bando – MSNBC y Fox News, por ejemplo – y a escuchar atentamente las conversaciones y opiniones políticas de mis compañeros, colegas y alumnos. La noción que me ha quedado es que, sin importar el nivel educativo o el bagaje socio-económico de quien escucho, la polarización afectiva se ha transformado en una forma de interpretar los hechos que ocurren en la sociedad americana. Un clima de intolerancia se instala en todos las diagonales e intersecciones de valores y principios políticos y, muy preocupantemente, no existe un verdadero esfuerzo de aquellos que han sucumbido a la emoción y pasión política por buscar acuerdos. Un juego de suma-cero, una agresividad latente si alguien cuestiona lo que creen es la verdad absoluta, y un clima de antipatía es un porcentaje mayoritario de las interacciones que he observado.

A pesar de lo anterior, y muy especialmente teniendo en cuenta

lo que ha llevado a cabo la administración Trump desde órdenes ejecutivas y la reciente – y creciente – polémica sobre la pacífica transición de poder, estoy convencido que la democracia americana es más fuerte que una figura de claros rasgos autoritarios y populistas. Sobrevivió una guerra civil, dos guerras mundiales y múltiples eventos de escándalos en su historia. Se ha perfeccionado, ampliado y a pesar de que también han surgido vicios profundos – como el estancamiento de formación de políticas que se instaló hace ya varios ciclos en el congreso – sigue operando en una lógica delicada y eficiente de balances de peso y contrapeso entre las funciones del Estado. Estoy convencido de que, si Trump pierde, e inclusive con la Corte Suprema inclinada a favor de los republicanos, Biden asumirá el gobierno durante enero de 2021. También tengo claro que de ganar Trump, existirá un movimiento fuerte por reemplazar el Colegio Electoral – sería el primer presidente en ganar ambas elecciones con una minoría del voto popular.

En definitiva, no observo el futuro de las instituciones democráticas de Estados Unidos como algo realmente preocupante (a pesar de los enormes desafíos que tiene el sistema en términos de la distribución de escaños, el acceso a votación de minorías, y la relación entre dinero y política). Pero, por el contrario, si observo que el “stock” de valores democráticos se erosiona rápidamente en el país. El respeto, dignidad, tolerancia, libertad y competencia que fundamenta éticamente las instituciones americanas está en peligro. Y para instalar una nota más amplia, creo que esto también ocurre en países como Chile.

The background of the top section of the page is a photograph of the Golden Gate Bridge in San Francisco, California. The bridge is illuminated by the warm, golden light of a sunset or sunrise, with the sky transitioning from a pale blue to a soft orange. The bridge's iconic towers and suspension cables are clearly visible against the sky. In the foreground, the dark blue water of the bay is visible, with white foam from waves crashing against rocks in the lower right corner. The overall mood is serene and scenic.

Referencias

Abramowitz, A. (2010). *The disappearing center: Engaged citizens, polarization, and American democracy*. Yale University Press. Connecticut: USA.

Abramowitz, A., y Saunders, K. (2008). Is polarization a myth? *The Journal of Politics* 70 (2), pp. 542-555. *American Journal of Political Science* 40, pp. 825-850.

Achen, C., y Bartels, L. (2016). *Democracy for realists: Why elections do not produce responsive government*. Princeton University Press. Nueva Jersey: USA.

Ansolabehere, S., Rodden, J., y Snyder, J. (2006). Purple America. *Journal of Economic Perspectives* 20 (2), pp. 97-118.

Bartels, L. (1992). The impact of electioneering in the United States. *Electioneering: A comparative study of continuity and change*, pp. 244-277.

Bartels, L. (2000). Partisanship and voting behavior, 1952-1996. *American Journal of Political Science* 44 (1), pp. 35-50

Bartels, L. (2006). Whats the matter with Whats the matter with Kansas. *Quarterly Journal of Political Science* 1, pp. 201-226.

BBC (2020). Facebook to freeze Political ads before US presidential Election: BBC News: Tech. Consulta el 19/09/2020 en <https://www.bbc.com/news/technology-54015328>.

Benoit, W., Hansen, G., y Verser, R. (2003). A meta-analysis of the effects of viewing US presidential debates. *Communication Monographs* 70 (4), pp. 335-350.

Benoit, W., McKinney, M., y Holbert, L. (2003). Beyond learning and persona: extending the scope of presidential debate effects. *Communication Monographs* 68 (3), pp. 259-273.

Berr, J. (2016). Election 2016s price tag: 6.8 billion. CBS News. Consulta el 11/08/2020 en <https://www.cbsnews.com/news/election-2016s-price-tag-6-8-billion/>.

Brady, H., Verba, S., y Lehman-Schlozman, K. (1995). *Beyond SES: A resource model of political*

participation. *American Political Science Review* 82 (2), pp. 271-294.

Broockman, D. E. (2009). Do congressional candidates have reverse coattails? Evidence from a regression discontinuity design. *Political Analysis*, Vol. 17, No. 2, pp. 418-434.

Bump, P. (2020). Yeah, Trump's not as popular with republicans as he keeps trying to tell you. *The Washington Post Politics*. Consulta el 14/09/2020 en <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/08/21/yeah-trumps-not-popular-with-republicans-he-keeps-trying-tell-you/>

Bycoffe, A., Groskopf, C., y Mehta, D. (2020). How Americans view the coronavirus crisis and Trumps response. *FiveThirtyEight*. Consulta el 24/09/2020 en <https://projects.fivethirtyeight.com/coronavirus-polls/>.

Campbell, A., Converse, P., Miller, W., y Stokes, D. (1960). *The American Voter*. University of Chicago Press. Chicago: USA.

Campbell, J., Norpoth, H., Abramowitz, A., Lewis-Beck, M., Tien, C. (2017). A recap of the 2016 election forecasts. *PS, Political Science and Politics* 50 (2), pp. 331-338.

Caputo, M. (2020). Bloomberg to spend up to 100 million to beat Trump in Florida. *Politico: 2020 elections*. Consulta el 15/09/2020 en <https://www.politico.com/news/2020/09/13/bloomberg-florida-trump-biden-413122>.

Carmines, E., y Stimson, J. (1981). Issue evolution, population replacement, and normal partisan change. *The American Political Science Review*, pp. 107-118.

Creitz, C. (2020). Historian uses "keys to the White House" to predict Biden victory in November. *Fox News*. Consulta el 02/09/2020 en <https://www.foxnews.com/media/allan-lichtman-keys-white-house-biden-wins>.

Darr, J. y Levendusky, M. (2013). Relying on the ground game: The placement and effect of campaign field offices. *American Politics Research* 42 (3), pp. 529-548.

DellaVigna, S. y Kaplan, E. (2006). The Fox News Effect: Media bias and voting. *NBER Working Paper No. 12169*. NBER Political economy program.

Democratic National Committee (2020). The 2020 democratic platform. Consulta el 06/09/2020 en <https://democrats.org/where-we-stand/party-platform/>.

Dinas, E. (2014). Does choice bring loyalty? Electoral participation and the development of party identification. *American Journal of Political Science* 58, pp. 449-465.

Ditto, P., Liu, B., Clark, C., Wojcik, S., Chen, E., et al (2019). At least bias is bipartisan: A meta-analytic comparison of partisan bias in liberals and conservatives. *Perspectives on Psychological Science* 14 (2), pp. 273-291.

Donovan, K., Kellstedt, P., Key, E., y Leno, M. (2019). Motivated reasoning, public opinion, and presidential approval. *Political Behavior* (published online).

Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of political economy* 65 (2), pp. 135-150.

Druckman, J. y Parkin, M. (2005). The impact of media bias: How editorial slant affects voters. *The journal of politics*, 67 (4), pp. 1030-1049.

Dunn, A. (2020). As the US copes with multiple crises, partisans disagree sharply on severity of problems facing the nation. *FactTank: PEW Research Center*. Consulta el 28/09/2020 en

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/07/14/as-the-u-s-copes-with-multiple-crises-partisans-disagree-sharply-on-severity-of-problems-facing-the-nation/>.

Eichenberg, R., Stoll, R., Lebo, M. War president: The approval ratings of George W. Bush. *Journal of Conflict Resolution* 50 (6), pp. 783-808.

Electorate and the US Economy. *American Political Science Review*, 597-611.

Engstrom, R., y Kenny, C. (2002). The effects of independent expenditures in Senate elections. *Political Research Quarterly* 55 (4), pp. 885-905.

Erikson, R. y Wlezien, C. (2014). Forecasting US presidential elections using economic and noneconomic fundamentals. *Political Science and Politics*, vol. 47 (2), pp. 313-316.

Federal Election Commission (2017). Statistical summary of 24-month campaign activity of the 2015-2016 election cycle. Press Release. Consulta el 10/08/2020 en <https://www.fec.gov/updates/statistical-summary-24-month-campaign-activity-2015-2016-election-cycle/>

Federal Election Commission (2010). *Citizens United v. FEC* (Supreme Court). FEC Record: Litigation. Consulta el 08/08/2020 en <https://www.fec.gov/updates/citizens-united-v-fec-supreme-court/:text=FEC>

Fiorina, M. (2017). *Unstable majorities: Polarization, party sorting, and political stalemate*. Hoover Institution Press Publication: California.

Fiorina, M. (2017). *Unstable majorities: Polarization, party sorting, and Political stalemate*. Hoover Press. California: USA.

FiveThirtyEight (2016). 2016 Election Forecast. FiveThirtyEight Projects. Consulta el 05/08/2020 en <https://projects.fivethirtyeight.com/2016-election-forecast/>.

FiveThirtyEight (2020). Who's ahead in the national polls? FiveThirtyEight Projects. Consulta el 05/08/2020 en <https://projects.fivethirtyeight.com/polls/president-general/national/>.

Flanders, D., Flanders, W., y Goodman, M. (2020). The association of voter turnout with county-level coronavirus disease 2019 occurrence early in the pandemic. *Annals of Epidemiology* 49 (1), pp. 42-49.

Fowler, J., Baker, L., y Dawes, C. (2008). Genetic variation in political participation. *American Political Science Review* 102 (2), pp. 233-248.

Fowler, J., y Dawes, C. (2008). Two genes predict voter turnout. *The Journal of Politics* 70 (3), pp. 579-594.

Garver, R. (2020). Trumps advantage over Biden on economy slipping. VOA: 2020 USA Votes. Consulta el 21/09/2020 en <https://www.voanews.com/2020-usa-votes/trumps-advantage-over-biden-economy-slipping>.

Geer, J. (1988). The effects of presidential debates on the electorate's preferences for candidates. *American Politics Quarterly* 16 (4), pp. 486-501.

Gelman, A., Shor, B., Bafumi, J., Park, D. (2007). Rich state, poor state, red state, blue state: What's the matter with Connecticut? *Quarterly Journal of Political Science*, vol. (2), pp. 345-367.

Gelman, A., Shor, B., Bafumi, J., y Park, D. (2007). Rich state, poor state, red state, blue state: Whats the matter with Connecticut? *Quarterly Journal of Political Science* 2, pp. 345-367.

Haenschen, K. (2016). Social pressure on social media: using Facebook status updates to increase voter turnout. *Journal of Communication* 56 (4), pp. 542-563. Hay, C. (2007). *Why we have politics*. Polity Press. Cambridge: UK.

Healy, A., y Lenz, G. (2014). Substituting the end for the whole: Why voters respond primarily to the election year economy. *American Journal of Political Science* 58 (1), pp. 31-47.

Holbrook, T. (1999). Political learning from presidential debates. *Political behavior* 21 (1), pp. 67-89.

Huang, C., y Wang, T.Y. (2014). Presidential coattails in Taiwan: An analysis of voter- and candidate - specific data. *Electoral Studies*, Vol. 33, No. 1, pp. 175-185.

Huber, G. y Arceneaux, K. (2007). Identifying the persuasive effects of presidential advertising. *American Journal of Political Science* 51 (4), pp. 957-977.

Hyllygus, D., y Jackman, S. (2003). Voter decision making in election 2000: Campaign effects, partisan activation, and the Clinton legacy. *American Journal of Political Science*, 47 (4), pp. 583-596.

Igielnik, R. y Kochhar, R. (2016). GOP gained ground in middle-class communities in 2016. Pew Research Center. Consulta el 20/07/2020 en <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/12/08/gop-gained-ground-in-middle-class-communities-in-2016/>

Ipsos/ABC News (2020). Views toward Trump, Biden unchanged after the conventions. Ipsos: News Polls. Consulta el 02/09/2020 en <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/abc-republican-national-convention-2020>.

Iyengar, S., Sood, G., y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*

Iyengar, S., Sood, G., y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology a social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76 (3), pp. 405-431.

Jeakle, Will (2020). Democrats vs republicans: A tale of two convention styles. *Forbes*. Consulta el 28/08/2020 en <https://www.forbes.com/sites/williamjeakle/2020/08/26/democrats-vs-republicans-a-tale-of-two-convention-styles/51a73c550be1>.

Jones, F. (2019). Presidential job approval related to reelection historically. *Gallups Politics*. Consulta el 28/07/2020 en <https://news.gallup.com/poll/311825/presidential-job-approval-related-reelection-historically.aspx>

Jurkowitz, M., Mitchell, A., Shearer, E., y Walker, M. (2020). *U.S. media polarization and the 2020 election: A nation divided*. PEW Research Center.

Kantar (2020). Campaign Media Analysis Group. Report. Consulta el 19/09/2020 en <https://www.kantarmedia.com/>

Katie, G. (2020). Seven takeaways from the democratic national convention. *The New York Times: News Analysis*. Consulta el 28/08/2020 en <https://www.nytimes.com/2020/08/21/us/politics/dnc-takeaways-biden-obama.html>.

Kinder, D., y Kam, C. (2010). *Us against them: Ethnocentric foundations of American opinions*. University of Chicago Press. Illinois: USA.

Kinder, D., y Kiewiet, D. (1981). Sociotropic politics: The American case. *British Journal of*

Political Science 11 (2), pp. 129-161.

Klar, S. (2014). Partisanship in a social setting. *American Journal of Political Science* 58, pp. 687-704.

Kramer, G. (1971). Short-term fluctuations in US voting behavior, 1896-1964. *The American Political Science Review* 65 (1), pp. 131-143.

Kriner D., y Reeves, A. (2015). *The particularistic president: The politics of federal grant spending*. Cambridge University Press. Nueva York: USA.

Kriner, D., y Reeves, A. (2015). Presidential particularism and divide-the-dollar politics. *American Journal of Science Review* 109 (1), pp. 155-171.

Kriner, D., y Shen, F. (2007). Iraq casualties and the 2006 senate elections. *Legislative Studies Quarterly* 32 (4), pp. 507-530.

Krupnikov, Y. (2011). When does negativity demobilize? Tracing the conditional effect of negative campaigns on voter turnout. *American Journal of Political Science*, 55 (4), pp. 797-813.

Letiz, D. (2018). Money matters: An analysis of campaign finance in the United States House of Representatives elections, 2010-2016. Honors Program Theses: 328.

Lewis, J. (2020). Project VoteView. UCLA Social Sciences Division, Department of Political Science. Consulta el 15/07/2020 en <https://voteview.com/>.

Lewis-Beck, M. y Rice, T. (1982). Presidential popularity and presidential vote. *Public Opinion Quarterly*, vol. 46 (3), pp. 534-537.

Lichtman, A. (1996). *The keys to the White House*. Madison Books. Nueva York: USA.

López, A. (2020). Drive-through voting? Texas gets creative in its scramble for polling places. NPR 2020 Election: Secure your vote. Consulta el 01/09/2020 en <https://www.npr.org/2020/08/06/899398419/>

Luhby, T. (2020). Partisan divides over federal aid play out in battleground states. CNN Politics. Consulta el 22/7/2020 en <https://edition.cnn.com/2020/05/21/politics/state-budget-deficits-covid/index.html>.

MacCoun, R., y Paletz, S. (2009). Citizens perceptions of ideological bias in research of public policy controversies. *Political Psychology* 30 (1), 43-63.

MacKuen, M., Erikson, R., y Stimson, J. (1992). Peasants or Bankers? The American vs. Symbolic Politics in Policy Attitudes and Presidential Voting. *American Political Science Review* 74 (3), pp. 670-684.

Mason, L. (2015). I disrespectfully agree: The differential effects of partisan sorting on social and issue polarization. *American Journal of Political Science*, vol. 59 (1), pp. 128-145.

Mattei, F., y Glasgow, J. (2005). Presidential coattails, incumbency advantage, and open seats: A district-level analysis of the 1976-2000 U.S. House elections. *Electoral Studies*, Vol. 24, No. XX., pp. 619-641.

McDonald, M. (2020). United States Election Project. University of Florida. Consulta el 24/7/2020 en <http://www.electproject.org/>.

Miller, W. (1992). The puzzle transformed: Explaining declining turnout. *Political behavior* 14 (1), pp. 1-43.

Mondak, J. J. (1990). Determinants of coattail voting. *Political Behavior*, Vol. 12, No. 3, pp. 265-288.

Mondak, J. J., y McCurley, C. (1994). Cognitive efficiency and the congressional vote: The psychology of coattail voting. *Political Research Quarterly*, Vol. 4, No. 1, pp. 151-175.

Morris, K. y Miller, P (2020). Voting in a pandemic: COVID-19 and primary turnout in Milwaukee, Wisconsin. Working Paper.

Nadeau, R., y Lewis-Beck, M. (2001). National Economic Voting in US Presidential Elections.

Nagler, J., y Leighley, J. (1992). Presidential campaign expenditures: Evidence on allocations and effects. *Public Choice* 73 (3), pp. 319-333.

National Conference of State Legislatures (2020). Election administration at state and local levels. NCSL: Our American States.

National Conference of State Legislatures (2020). State laws governing early voting. Elections and Campaigns. Consulta el 20/09/2020 en <https://www.ncsl.org/research/elections-and-campaigns/early-voting-in-state-elections.aspx>.

Pathe, S. (2020). The 10 House districts most likely to flip in 2020. CNN Politics. Consulta el 25/09/2020 en <https://edition.cnn.com/2020/09/01/politics/election-2020-house-races/index.html>

Petrocik, J. (1996). Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. *Journal of Politics*, 63(1), pp. 159-181.

PEW (2020). Election 2020: Voters are highly engaged, but nearly half expect to have difficulties voting. PEW Research Center.

PEW Research Center (2020). In changing US electorate, race and education remain stark dividing lines. US Politics Publications. Consulta el 29/07/2020 en <https://www.pewresearch.org/politics/2020/06/02/in-changing-u-s-electorate-race-and-education-remain-stark-dividing-lines/>.

Politico (2020). 10 policy stories to watch in 2020. 2020 Election HQ. Consulta el 17/09/2020 en <https://www.politicopro.com/2020>

Press, C. (1963). Presidential coattails and party cohesion. *Midwest Journal of Political Science*, Vol. 7, No. 4, pp. 320-335.

Rakich, N. (2020). Trump has lost his edge in TV advertising. *FiveThirtyEight: Politics*. Consulta el 17/09/2020 en <https://fivethirtyeight.com/features/trump-has-lost-his-edge-in-tv-advertising/>.

Rakich, N. (2020). Why Biden's polling lead is different from Clinton's in 2016. *FiveThirtyEight Politics*. Consulta el 01/08/2020 en <https://fivethirtyeight.com/features/why-bidens-polling-lead-is-different-from-clintons-in-2016/>.

Real Clear Politics (2020). Battle for the House 2020. RCP Polls. Consulta el 25/09/2020 en https://www.realclearpolitics.com/epolls/2020/house/2020_elections_house_map.html

Republican National Committee (2020). Republican platform. Consulta el 05/09/2020 en <https://prod-cdn-static.gop.com/docs/ResolutionPlatform2020.pdf>

Sears, D., Lau, R., Tyler, T., y Allen, H. (1980) and Harris M. Allen Jr. 1980. *Self-Interest Settle*, J. (2018). *Frenemies: How social media polarizes America*. Cambridge University Press. Nueva York: USA.

Siegelman, L. (1979). Presidential popularity and presidential elections. *Public Opinion Quarterly*, vol. (), pp. 532-534.

Skelley, G. (2020). Trump may have gotten a convention bounce. But its very slight and may already be fading. *FiveThirtyEight Politics*. Consulta el 05/09/2020 en <https://fivethirtyeight.com/features/trump-may-have-gotten-a-convention-bounce-but-its-very-slight-and-may-already-be-fading/>.

Skelley, G. y Wiederkehr, A. (2020). Biden is polling better than Clinton at her peak. *FiveThirtyEight Politics*. Consulta el 05/08/2020 en <https://fivethirtyeight.com/features/biden-is-polling-better-than-clinton-at-her-peak/>.

Skelly, G. (2020). Is the economy still the most important thing for Trump's reelection? *FiveThirtyEight Politics*. Consulta el 25/07/2020 en <https://fivethirtyeight.com/features/is-the-economy-still-the-most-important-thing-for-trumps-reelection/>.

Smets, K., y van Ham, C. (2013) The embarrassment of riches? A meta-analysis of individual-level research on voter turnout. *Electoral Studies* 32 (2), pp. 344-359.

Smidt, C. (2017). Polarization and the decline of the American floating voter. *American Journal of Political Science* vol. 61 (2), pp. 365-381.

Stratmann, T. (2017). Campaign finance: A review and an assessment of the state of the literature. *Oxford Handbook of Public Choice*. Nueva York.

The Cook Political Report (2020). 2020 House Ratings. Consulta el 25/09/2020 en <https://cookpolitical.com/ratings/house-race-ratings>

The Economist (2020). Forecasting the US Election: House. *The Economist Projects*. Consulta el 25/09/2020 en <https://projects.economist.com/us-2020-forecast/house>.

Thompson, D., Wu, J., Yoder, J., y Hall, A. (2020). Universal vote-by-mail has no impact on partisan turnout or vote share. *PNAS Latest Articles*, pp. 1-5.

Tufte, E. (1975). Determinants of the outcomes of midterm congressional elections. *The American Political Science Review* 69 (3), pp. 812-826.

Tyson, A. y Maniam, S. (2016). Behind Trumps victory: Division by race, gender, education. *Pew Research Center*. Consulta el 19/07/2020 en <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/11/09/behind-trumps-victory-divisions-by-race-gender-education/>

Valentino, N., Hutchings, V., y White, I. (2002). Cues that matter: How political ads prime racial attitudes during campaigns. *American Political Science Review* 96 (1), pp. 75-90.

Wright, F., y Wright, A. (2018). How surprising was Trumps victory? Evaluations of the 2016 US presidential election and a new poll aggregation model. *Electoral Studies* 54 (1), pp. 81-89.

Zaller, J. (1993). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press. Nueva York: USA.

Zaller, J. (2002). The statistical power of election studies to detect media exposure effects in political campaigns. *Electoral Studies* 21 (1), pp. 297-329.

Zurcher, A. (2020). RNC 2020: Key takeaways from Trump speech and republican convention. *BBC News: US Election 2020*. Consulta el 05/09/2020 en <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-53942272>.



Índice alfabético

B

Bibliografía 189

C

Campañas 87
Colegio Electoral 69
Conclusión 175
COVID-19 137

D

Demografía y voto 114

E

Economía y elecciones 109
Elección Cámara Baja 180
Elección Senatorial 177
Eventos de campaña 155

G

Gasto electoral 95

I

Identificación partidaria 106
Instituciones 51

M

Mapa electoral 145
Medios 79

O

Operación elecciones 54

P

Participación electoral 101
Polarización 117
Predicciones y encuestas 129
Publicidad electoral 92

T

Temas de políticas pública 113