

Obama no es una campaña sino un movimiento social

La actual ha dejado de ser una simple campaña electoral para transformarse en el surgimiento de un movimiento social que se propone no sólo cambiar a los Estados Unidos por dentro sino también mudar su forma de hacer política en el mundo.

El movimiento Obama ha alcanzado una magnitud tal que el fanatismo que genera sólo puede ser comparado con grandes fenómenos históricos de popularidad, como los de Elvis Presley o Martin Luther King.

Para sus detractores, en cam-

bio, Barack Obama es un musulmán encubierto, o la expresión de un idealista sin sustento, con una retórica excepcional.

Lo cierto es que Obama lleva ganadas 25 de las 36 primarias realizadas en otros tantos Estados, en pos de la nominación demócrata para competir por la presidencia de los EE.UU.. Ya cuenta con 1361 delegados versus los 1267 de Hillary Clinton. Y, además, algunos de los llamados super delegados empiezan a emigrar de las huestes de Hillary hacia las de Obama.

Las últimas encuestas mues-

tran que sólo él sería capaz de vencer al candidato republicano en las elecciones generales.

¿Qué ocurrió para que lo que iba a ser un seguro triunfo para la senadora Clinton se haya transformado en una posible tragedia para ella? Hillary Clinton ha centrado su campaña en la imagen y popularidad de su marido y en la mayor experiencia que ella tendría para el cargo. Ataca a su contrincante con una desmedida agresividad y alienta a los ciudadanos a no dejarse engañar por un vendedor de sueños.

Desafortunadamente para ella, los norteamericanos quieren volver a soñar y no valoran tanto la experiencia. Lo que está en juego es el hartazgo respecto del "establishment" de Washington, de la guerra de Irak, de la corrupción enquistada en la conducción

política, del lobby en favor de intereses particulares, de la gestión en la tragedia del huracán Katrina.

"El pueblo estadounidense está desesperado por realizar un cambio fundamental. Después de ocho desastrosos años de la administración Bush, el pueblo quiere cambiar las políticas de Washington. Obama encarna el cambio, es el futuro frente a la política del pasado. La gente no quiere más de lo mismo", me comentó hace una semana Frank Greer, fundador de la consultora que colabora con la campaña de Obama, quien ya pronosticó su triunfo en el IV Seminario Internacional de Management Político, realizado en Buenos Aires en mayo de 2007.

"El problema de Hillary —dijo entonces Greer— es que tiene que

superar la imagen de que su capacidad está supeditada a la figura de su marido". El hecho de ser la esposa de Bill Clinton, uno de los presidentes más populares de la historia americana, puede ser un plus, pero debe tener "una política propia y una agenda independiente".

En Estados Unidos se incrementa la cantidad de obamaníacos. Con el millón de pequeños donantes individuales que lograron convocar para recaudar fondos para la campaña, también Obama exhibe una hazaña histórica. A diferencia de la senadora Clinton o del senador McCain, Obama se enorgullece de no haber recibido un centavo de los grupos de presión o de "intereses especiales" de Washington: "Nuestra campaña sólo le debe a la gente".

Para buena parte de los estadounidenses, el candidato demócrata encarna un fenómeno similar al de Elvis Presley o Martin Luther King.