

D7

REPORTAJES
Viaje a los pueblos con mayor tasa de paro de España
Una peluquera en Kabul
La escuela del Circo del Sol
EL LIBRO
La Biblia de Juan Pablo II
HORIZONTES
Olinda, la paz de un domingo azul

L O S D O M I N G O S D E A B C

9 DE NOVIEMBRE DE 2008



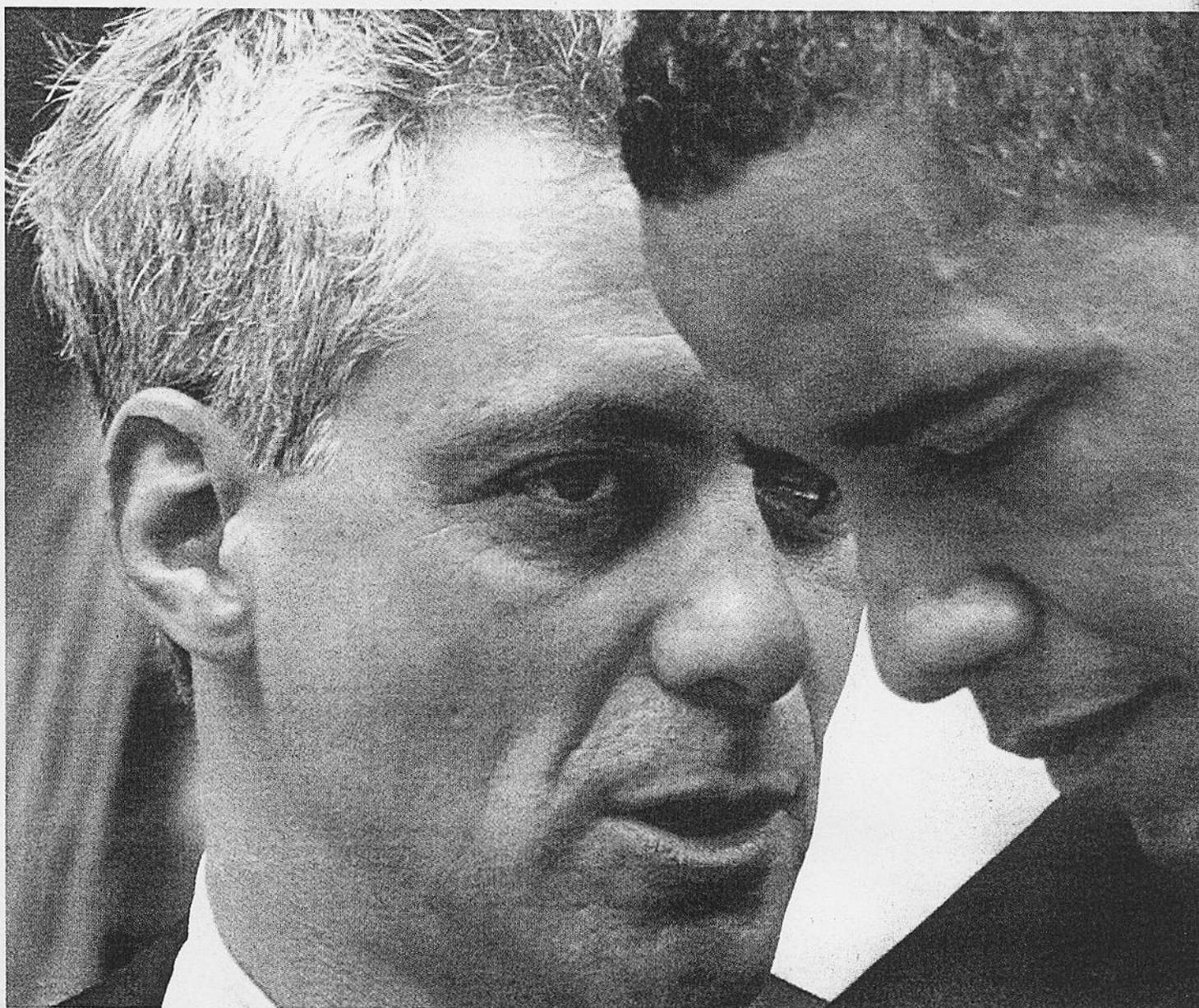
Barack Obama habla con su asesor Richard Danzig durante la campaña electoral

Junto a Obama

Los estrategas de la victoria

La campaña electoral de Barack Obama ha sido una obra maestra de estrategia, innovación y dominio del mensaje. Una tarea en la que ha jugado un papel muy importante un cohesionado **equipo de asesores** que supo trazar con pericia el camino del triunfo

EN PORTADA



Rahm Emanuel, alias «Rahmo», jefe de gabinete de Obama, en una imagen del pasado junio, durante una campaña electoral en la que tuvo un relevante papel

Junto a Obama

Los estrategas de la victoria

POR DANIEL UREÑA
ANALISTA Y CONSULTOR POLÍTICO

Barack Obama pasará a la Historia por lo que política y socialmente supone que un afroamericano sea el presidente de Estados Unidos. Pero también porque su campaña va a ser considerada un modelo en los manuales de comunicación electoral. Muchos políticos de todo el mundo habrán caído en la cuenta de que en la sociedad del siglo XXI, donde Internet y la televisión tienen un papel fundamental, la forma de hacer política ha cambiado.

Obama se ha convertido en pocos meses en una de las marcas más conocidas en todos los rincones del planeta. Desde los tiempos de Kennedy no se veía un fenómeno similar, pero hoy, gracias a la Red, su impacto se ha multiplicado mucho más. El interés desbordado con que se han seguido las elecciones americanas de este año no tie-

ne precedentes, y tiene mucho que ver con el candidato demócrata.

Su éxito se debe al propio Obama, a su carisma, su idealismo y su oratoria. Pero una parte muy importante del mérito hay que atribuirselo a su equipo de asesores, que ha sabido pulir el diamante en bruto que tenía ante sí. Los consultores políticos, durante las campañas, deben estar en la sombra, en un papel secundario propio del director de orquesta, pero en los medios de comunicación despierta siempre una gran atracción la trastienda de lo que rodea al líder.

David Axelrod ha sido uno de los culpables del fenómeno Obama. Si Karl Rove fue el «arquitecto» de la gran victoria republicana

La movilización de las bases de Howard Dean en 2003 y la activación de las comunidades evangélicas diseñada por Karl Rove sirvieron de inspiración a los asesores de Obama

de 2004; Axelrod ha sido el «narrador» de Obama, tal y como lo definió el *New York Times*. Nacido en 1955 en Manhattan, Nueva York, se crió en una familia de origen judío en la que vivió desde muy joven su pasión por la política. La fugaz presidencia de John F. Kennedy la vio desde los ojos de un niño, que quedó impactado al igual que la sociedad americana de la época. De hecho, Axelrod recuerda cómo a los 13 años ya vendía chapas de Robert Kennedy.

Cuarenta años después ese niño de Nueva York ha sido uno de los cerebros de un movimiento civil que bebe directamente de la leyenda de los Kennedy. Si JFK fue el primer político que comprendió el poder de la televisión, Barack Obama ha sido el primer político que llega a la Casa Blanca gracias a Internet.

Axelrod conoce muy bien a Obama. Con 27 años empezó a trabajar como periodista en el *Chicago Tribune*, cubriendo las noticias del



David Axelrod

EL NARRADOR DE BARACK

De 53 años, nacido en Manhattan, Nueva York. Ha sido el principal asesor de Barack Obama, tanto en su candidatura al Senado en 2004 como en su campaña presidencial de 2008. La prensa lo ha definido como el «narrador» de Obama, el autor de la histo-

ria que ha seducido al mundo. Es un veterano consultor político demócrata que se define a sí mismo como un «especialista en política urbana». Trabajó para el primer alcalde negro de Chicago, Harold Washington, lo que le abrió las puertas de la comunidad afroamericana, a la que conoce con detalle. Otros candidatos municipales de color confiaron en él sus campañas. En ese momento conoció a Barack Obama, con quien surgió una amistad que con los años se convirtió en relación profesional. A partir del 20 de enero le acompañará en la Casa Blanca.



El estratega jefe David Axelrod, a la derecha, seguido de Robert Gibbs, jefe de Prensa y consejero de comunicación

jó en otra campaña también con tintes históricos, la de Harold Washington, el primer alcalde negro de Chicago. Esta experiencia le permitió conectar con una realidad incipiente en Estados Unidos, el desembarco de líderes de la comunidad afroamericana en la política. Varios candidatos afroamericanos en Detroit, Cleveland, Washington, D.C., Houston, Filadelfia, etc. confiaron en Axelrod para sus campañas.

En 1992 los caminos de Axelrod y Obama se cruzan por primera vez al ser presentados en un acto de registro de votantes afroamericanos, pero no sería hasta diez años después cuando comienzan a colaborar. Primero de manera informal, cuando Obama le pide su

A los trece años Axelrod ya vendía chapas de Robert Kennedy. Cuarenta años después, ha sido el cerebro de un movimiento cívico que bebe de la leyenda de aquellos Kennedy

opinión sobre el famoso discurso contra la guerra de Irak en 2002. Poco después, también quiso que leyera el borrador de «The Audacity of Hope», su segundo libro. En esos años Axelrod trabajaba desde su firma de consultoría política asesorando a líderes demócratas por todo el país. De hecho, en 2008, antes de tomar la decisión de dirigir la candidatura de Obama, Axelrod tiene que plantearse que cuatro de los rivales de éste en las primarias

demócratas habían sido clientes suyos: Hillary Clinton, John Edwards, Chris Dodd y Tom Vilsack. Pero apostó por el caballo ganador.

En esta aventura Axelrod no ha estado solo. Ha contado con la colaboración de un buen amigo y socio, David Plouffe, a quien Obama agradeció en público su trabajo en el discurso de la noche del martes 4 de noviembre. Plouffe fue contratado por la empresa de David Axelrod en el año 2000. Poco después se convirtió en socio de la firma y ambos trabajaron con Obama para su campaña al Senado en 2004. Ahí comenzó a gestarse el núcleo duro del equipo que cambiaría el rumbo de Estados Unidos.

Plouffe, a pesar de su juventud, 41 años, también tiene una larga experiencia trabajando con diferentes líderes del Partido Demócrata. Cuando todavía no había terminado sus estudios de Ciencias Políticas en la Universidad de Delaware, se enroló en la campaña de reelección del senador Tom Harkin, donde fue el comienzo de su meteórica carrera, que le ha llevado a dirigir los comités de campaña para el Congreso y el Senado del Partido Demócrata. Allí lideró una campaña de captación de fondos que consiguió 95 millones de dólares en todo el país, cuya experiencia le ha servido durante los últimos meses, en los que ha sido el director de campaña de Barack Obama. Calmado y metódico, ha si-

Ayuntamiento. Allí estuvo ocho años escribiendo sobre política local y nacional. Pero su pasión por las campañas le animó a dar el salto y unirse a la candidatura de Paul Simon, congresista demócrata por Illinois. Poco después, traba-

El «clan de Chicago»

ANNA GRAU

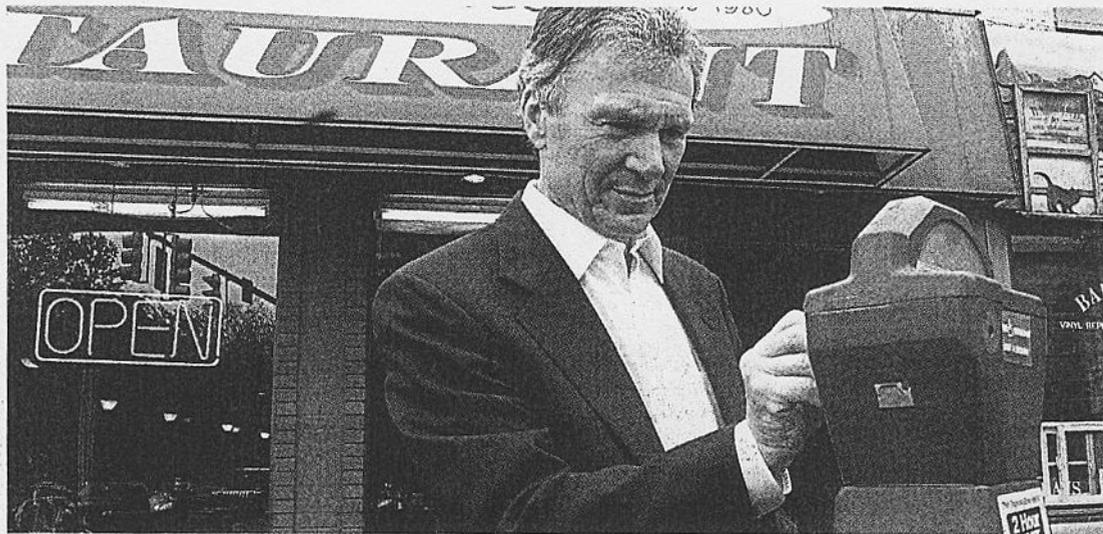
¿Se dispone un flamante clan de Chicago a desembarcar en la Casa Blanca? Más bien parece que el núcleo duro de Barack Obama va a ser tan variopinto como su propia candidatura. Si es de Chicago su íntimo compadre Rahm Emanuel, ya flamante jefe de gabinete de la nueva Casa Blanca, y con esa ciudad está vinculado su jefe de estrategia de campaña, David Axelrod. Completa el clan de Illinois la asesora de confianza y amiga de la familia, Valerie Jarrett. No es en cambio de Chicago el que ha sido el jefe de prensa del candidato y que podría serlo también del presidente, Robert Gibbs. Ni su vicepresidente Joe Biden. Ni el ex jefe de gabinete de Bill Clinton reclutado para dirigir la transición, John Podesta.

La antigua Administración Clinton parece erigirse en un granero de cerebros para el nuevo presidente. En su equipo de asesores económicos figuran dos ex jefes del Tesoro con Bill Clinton, Lawrence Summers y Robert Rubin, el antiguo ayudante de Jason Furman y un ex presidente de la Fed, Paul Volcker. Todos ellos integran el sanedrín de oro de Obama, en el que también figuran el prestigioso inversor y filántropo Warren Buffett y el jefe ejecutivo de Google, Eric Schmidt.

La importancia que el nuevo presidente da al glamour garantiza un puesto en su equipo a figuras como la políticamente inexperta pero emblemática única hija viva de Kennedy, Caroline, que le ha apoyado desde el principio y que podría ser la nueva embajadora de Estados Unidos ante la ONU. Su primo Robert Kennedy, por su parte, podría dirigir una renovada Agencia para el Medio Ambiente.

Junto a Obama

Los estrategas de la victoria



Tom Daschle, antiguo líder del grupo demócrata en el Senado y actual consejero y mentor de Obama

Tom Daschle

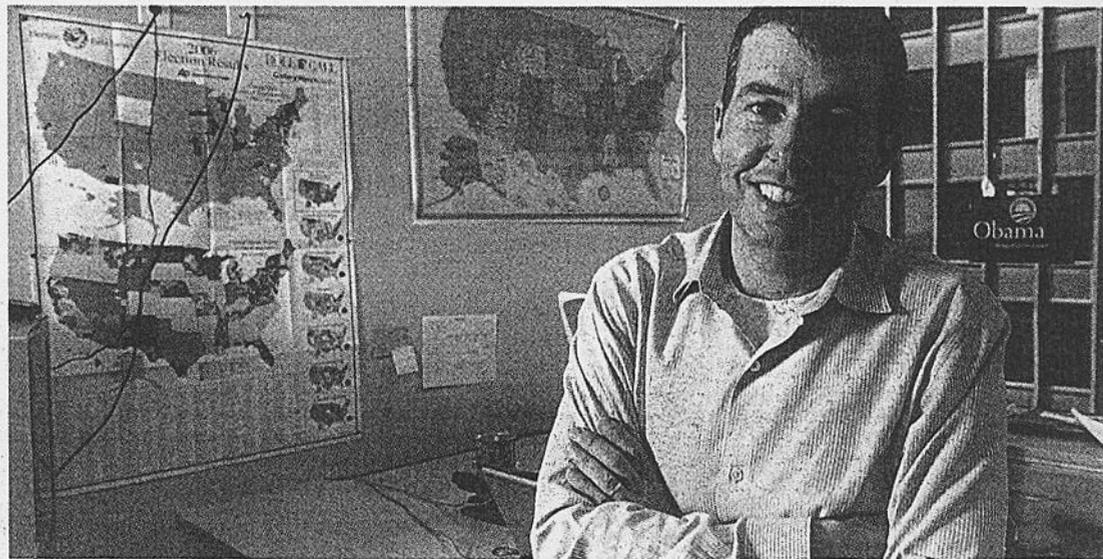
EL INFLUYENTE SENADOR

60 años, nacido en Aberdeen, Dakota del Sur. Tom Daschle es un viejo conocido de la política americana. En 2001 fue uno de los objetivos de las cartas contaminadas con Antrax que llegaron al Senado, donde aparte de ocupar un escaño ha sido el líder de la Mayoría en el Senado. Ha sido uno de los consejeros políticos de Obama, y de él se dijo que manejaba una lista de 85.000 donantes al servicio del entonces candidato.

David Plouffe

NI UN CENTAVO DE MÁS

De 41 años, nacido en Wilmington, Delaware. A los 23 comenzó a trabajar en política, colaborando con diferentes candidatos demócratas. Con Obama ha sido el director de campaña, el responsable de la estrategia y de coordinar la impresionante maquinaria electoral demócrata. Calmado y férreo con el control de los gastos de campaña, era conocido por no reembolsar los desplazamientos en taxi, sino sólo los de metro o autobús.



David Plouffe, director de campaña de Obama encargado de coordinar la maquinaria electoral demócrata

(Viene de la página anterior)

do sido el gerente de una gran empresa con disciplina militar. Definido como «the man with a plan» (el hombre con un plan), se ha encargado de diseñar la estrategia y la organización de una estructura con más de tres millones de colaboradores. El gran éxito de Plouffe ha sido articular una maquinaria electoral desde las bases, dando todo el protagonismo a la gente y consiguiendo que millones de personas que hasta hoy no creían en la política percibieran en Barack Obama su voz.

Plouffe también fue el responsable de la campaña en las primarias. La victoria de Obama en el estado de Iowa tuvo un valor simbólico muy importante, ya que empezó a materializar las posibilidades del candidato afroamericano, que hasta la fecha había seducido a mucha gente, pero otros lo seguían considerando una mera burbuja mediática. Como buen consultor político, Plouffe estudió y aprendió de los errores y aciertos de otras campañas. Los esfuerzos de movilización de las bases de Howard Dean en 2003 y las acciones diseñadas por Karl Rove en

2004 para activar a las comunidades evangélicas le sirvieron de inspiración y no hizo otra cosa que perfeccionar y extender estas estrategias.

El futuro de ambos siempre va a estar ligado al de Obama. David Axelrod ya ha confirmado que trabajará en la Casa Blanca como asesor del nuevo Presidente y, es muy probable, que Plouffe también se una, si bien todavía no ha desvelado su futuro. Aunque de manera más reducida, las páginas de la Historia tendrán también un hueco para ellos. ¡oíbien un hueco para ellos, ración. ■