



El Día del Juicio Final.

Eleanor Clift

29 de febrero, 2008.



Un visitante a las oficinas centrales de la campaña de Clinton ve señales de serios problemas.

El día del Juicio Final para Hillary Clinton casi está aquí. Los votantes le darán el tiro de gracia a su campaña o una victoria muy necesitada que a lo mucho le dará un indulto en la marcha larga a la nominación. Un visitante de otro país recientemente estuvo en las oficinas centrales de la campaña de Clinton en Ballston, Va., al otro lado del río de Washington pero con una diferencia de años. Imaginó que estaría presente en un momento de gran triunfo y en cambio se encontró con una campaña a punto del colapso. Las llamadas para animar a la gente a que votara por Clinton no se estaban haciendo. Botes llenos de correo que habían mandado desde el Senado estaban desatendidos. Jóvenes, seguidores fanáticos de Hillary corrían de un lado a otro sin saber bien lo que tenían que estar haciendo. Otros auxiliares estaban sentados frente a las computadoras de manera sombría, leyendo la cobertura mediática de la campaña. Howard Wolfson and Phil Singer, el equipo a cargo de comunicación de la campaña, no estaban hablando con los otros, trabajaban en lo suyo, lo que sea que haya sido. No eran una familia feliz.

No importa la retórica que se use, Hillary no

podrá sobreponerse a la actuación tan decepcionante que dio en el debate del martes en la noche en Cleveland. MSNBC dijo que había sido un empate, pero su opinión no fue compartida por otros. Hillary no logró hacer tropezar a Obama en ningún momento. Su insistencia por discutir sobre las reformas en materia de atención médica durante los primeros 16 minutos del debate nada más le recordó a la gente lo inflexible que puede ser cuando está convencida que tiene la razón. El debate fue, quizás, su última oportunidad de cambiar la dirección que han tomado las primarias después de perder 11 elecciones seguidas. Al estar viendo los resultados de las encuestas que muestran un margen creciente entre Obama y Clinton, los auxiliares se dieron cuenta de la nueva realidad. Ya dieron por perdido el estado de Texas y tienen miedo de que puedan perder en Ohio.

En algún momento Clinton le llevaba la delantera a Obama en todas las encuestas nacionales; ahora la delantera la lleva Obama por un margen que va creciendo – en algunos casos hasta de un 13 ó 18 por ciento. En Texas, que vota el 4 de marzo, Obama lleva la delantera en la mayoría de las encuestas. Por primera vez también ha tomado la delantera en una encuesta que se hizo en Ohio antes del debate. Hillary lleva la delantera en otras tres encuestas, pero por un margen del 4 por ciento a lo mucho. Este es un estado en donde tiene el apoyo del gobernador y en algún momento tuvo una delantera de dos dígitos. Sus auxiliares de campaña están descorazonados y desmoralizados y están llegando tarde al trabajo. Es como si se hubieran dado por vencidos. La idea de una boleta soñada – que se hará un arreglo para combinar la juventud de Obama y la experiencia de Clinton- fue en algún momento una posibilidad emocionante. Ahora la posibilidad de que esto suceda parece desvanecerse cada día más.

Esta semana se creó bastante caos cuando apareció una foto de Barack Obama en ropa tradicional Africana en el Drudge Report, proporcionada por la campaña de Clinton. Después de que un día de cacería de brujas no dio resultado, Hillary declaró que según lo que sabía ella su campaña no estaba detrás de la publicación de la foto y Obama lo aceptó. El ponerse ropa tradicional es un gesto diplomático, no algo que puede darle fin a una carrera, (como cuando Michael Dukakis se puso un casco y se metió a un tanque para comprobar sus habilidades para manejar cuestiones de seguridad nacional). El furor se apagó rápidamente –por ahora - pero era un elemento más en un creciente argumento, fomentado por los conservadores, que está calculada para pintar a Obama como uno de los “otros”, no Americano de sangre roja, no uno de nosotros.

La campaña de Clinton, etiquetada como la más grande y más poderosa operación en las primarias, no tenía una estrategia pos- Súper Martes porque sus líderes aparentemente no pensaban que fuera necesaria. Ya sea por arrogancia o por ignorancia, es el equivalente en campañas a lo que hizo el Presidente Bush al invadir Iraq sin un plan para después de haber derrocado a Saddam. Las primarias realmente son un ensayo para la Casa Blanca, y si sales con calificaciones altas, como lo ha hecho Obama, es una declaración bastante clara del tipo de gobierno que encabezarías. Obama ha mostrado una firmeza en comportamiento y en mensaje. Clinton se ha gastado \$120 millones de dólares y su persona es más confusa que nunca.

Una caricatura de USA Today representa los estados de animo cambiantes con un mapa del clima político y un “pronóstico de cinco días de Hillary: lunes...amigable; martes...al ataque; miércoles... atenta; jueves...hostil; viernes...conciliadora.

Clinton piensa que la juzgan con una doble moral, o por un ideal que no puede ser alcanzado. Como la primera mujer que seriamente esta conteniendo por la presidencia, requieren que sea dos cosas al mismo tiempo: un comandante en jefe dura y a la vez un guardián de casa, familia y valores. Las dos cosas no concuerdan con facilidad, y no existe un precedente obvio. En cuanto a dureza, la ex primer ministra Británica Margaret Thatcher viene a la mente. Le hizo una advertencia (que luego recorrió el mundo) al Presidente Bush de que no temblara antes de la Primera Guerra del Golfo Pérsico. Se decía de ella, no enteramente en broma, que era el único hombre en el gabinete. Pero Thatcher no estaba casada con un ex primer ministro.

Clinton no hubiera involucrado a su esposo en la campaña de manera tan pública si no lo necesitara. Es el equivalente de llamar a la Guardia Nacional después de que las Unidades de Tanques han fallado, bromea un amigo de Bill y Hillary. No queda claro cuántas tropas de infantería se necesitarían para salvar la campaña de Hillary ahora.

© 2008 Newsweek, Inc.