

DECODIFICANDO Y MAPEANDO LA MARCA OBAMA

ERNESTO BARRERA DUQUE¹

RESUMEN

Este artículo presenta un análisis, desde la óptica del marketing, de la propuesta política del candidato a la presidencia de los Estados Unidos, Barack Obama. El marco conceptual elegido fue el de las metáforas profundas y la metodología cualitativa estuvo basada en el análisis de discursos. Se analizaron veinte discursos del candidato, todos durante el año 2008. Utilizando un software especial para el tratamiento de los datos cualitativos se identificaron patrones y se encajaron dentro de las metáforas profundas, decodificando de esta manera los principales mensajes contenidos en la comunicación pública del candidato. Se hizo uso del mapeo visual para mostrar los hallazgos a través de las figuras de síntesis.

ABSTRACT

In this article, from a marketing perspective, we analyze Barack Obama's political proposal. The deep metaphors conceptual framework was chosen for addressing this research theme. We followed a specific qualitative methodology: discourse analysis. Twenty discourses were analyzed, all of them performed by the candidate during 2008. We also used a qualitative research software to find the patterns while iterating with our deep metaphors framework. Visual maps were used to depict the findings.

PALABRAS CLAVE:

Obama, marcas, metáforas profundas, análisis de discursos, mapeo visual.

KEY WORDS:

Obama, brands, deep metaphors, discourse analysis, visual mapping.

¹ **Ernesto Barrera Duque** es Ph.D. (c) en Administración de Empresas de EAFIT, Ph.D. *visiting student* durante un año en el HEC Montreal (Canadá), énfasis en marketing. Consultor empresarial en Marketing, Estrategia, Responsabilidad Social Empresarial y de Empresas Familiares. Es profesor de tiempo completo e investigador del INALDE, Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad de La Sabana (Bogotá). MBA del IESE Business School (España). Especialista en Economía Internacional y Abogado de la Universidad Externado. Ha sido directivo en el sector privado y público. Ha escrito tres libros sobre empresas sociales microcrediticias, ha sido coautor de un libro sobre comercio electrónico y otro sobre sociología de las empresas. También ha escrito múltiples casos empresariales, notas técnicas para directivos y artículos académicos publicados. Email: ernesto.barrera@inalde.edu.co, ebarrer2@eafit.edu.co

INTRODUCCION

El propósito de este artículo consiste en mostrar de manera esquemática las problemáticas, las críticas, las soluciones y las propuestas presentadas en sus discursos públicos por el candidato del partido demócrata a la presidencia de los Estados Unidos de América: Barack Hussein Obama.

La investigación se realizó con base en la metodología cualitativa. Tomando los textos escritos de los discursos públicos, se codificaron los aspectos más importantes hasta llegar a la saturación de los datos. En términos del orden del análisis, los discursos de abordaron de “adelante hacia atrás”. Esto significa que el primer discurso analizado fue el más reciente, y luego se incorporaron los más relevantes, uno por uno hacia atrás. En la Tabla 1 se muestran los veinte discursos objeto del estudio, así como el orden en que fueron analizados. Para el proceso de organización, sistematización y análisis de los textos, se utilizó un software especializado para el tratamiento de datos cualitativos.

El marco conceptual de soporte consistió en algunos elementos de las metáforas profundas -deep metaphors- (Zaltman y Zaltman, 2008), generadas por la interacción entre el cerebro, el cuerpo y la sociedad, y que tienen una influencia importante en el campo del marketing, especialmente para el estudio de la comunicación comercial y en el estudio del comportamiento de los consumidores (para comprender lo que piensan, dicen y hacen).

Aquí se realiza una aplicación práctica de esta conceptualización a los mensajes enviados por Obama (un político) a los votantes actuales y potenciales (“consumidores de sus mensajes”). Este candidato, al parecer, por los últimos resultados de las encuestas (finales de julio de 2008), tiene la mayor probabilidad de ganar las elecciones presidenciales en Estados Unidos de América en noviembre de 2008. En este sentido, se puede afirmar que la marca Obama se está “consumiendo” masivamente por parte del cuerpo electoral estadounidense, ya que por ejemplo, su campaña ha sido financiada, en su mayoría, mediante pequeñas contribuciones (donaciones) realizadas por sus mismos votantes, evitando las donaciones de las grandes empresas. Por ejemplo, cualquier simpatizante puede realizar contribuciones por Internet con la tarjeta de crédito por montos de \$5, \$10, \$20, \$50, \$100, \$200 dólares, etc. Otro aspecto relevante es que la marca Obama también se está “consumiendo” por los ciudadanos de otros países, como lo demuestra la manifestación pública del 24 de julio de 2008 en Berlín (Alemania), a la cual concurrieron alrededor de 250.000 personas.

La síntesis de los hallazgos de este artículo son presentados a través de mapas visuales, organizados y sistematizados en términos de las metáforas profundas. Como consecuencia, se logró una comprensión extensiva de lo que se podría denominar “la marca Obama”, ya que contiene de manera detallada y amplía los “atributos ofrecidos” por el candidato en sus discursos públicos.

Es de anotar, de otro lado, que las marcas no pueden desplegar en su comunicación comercial una gran cantidad de atributos o representar más de dos o tres metáforas profundas, ya que en el campo del marketing se busca más bien la sencillez y se pone el énfasis en pocas características de diferenciación. Sin embargo, en este caso, por tratarse de un político que aspira a la presidencia de los Estados Unidos y debido a la gran cantidad de temas que el objeto de este estudio implica, el análisis tuvo que realizarse de manera extensiva.

Finalmente, este marco conceptual y esta técnica cualitativa e inductiva basada en la evidencia -en este caso los textos de los discursos, pero también aplicable al análisis de documentos en general-, no sólo es aplicable al tema de este artículo, sino que también constituye una herramienta complementaria para analizar y comprender la comunicación de los competidores y las propias, identificar y analizar los atributos de marca, así como para descubrir los pensamientos y sentimientos “ocultos” e “inconscientes” de los consumidores (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 27).

Esta herramienta de análisis, que ayuda a procesar y pensar sobre la información del entorno, organizacional y de los consumidores tiene la fuerza potencial de ampliar los límites de los modelos mentales de los directivos, y también facilita la generación de estrategias comerciales y de comunicación más precisas y creativas.

LAS METÁFORAS PROFUNDAS

El lenguaje emocional es en gran parte metafórico (Zaltman y Zaltman, 2008). Es común que los consumidores piensen y expresen sus emociones, actitudes, preferencias y sentimientos de los productos (bienes y servicios) y las marcas “en términos de otras palabras” e incluso mediante imágenes. Las metáforas profundas se desarrollan a partir del nacimiento del ser humano y tienen una fuerte influencia del entorno social para su estructuración. Son una síntesis universal de las características comunes entre los consumidores y operan sobretodo de manera inconsciente, pero con el ingrediente adicional de que intervienen en las relaciones intersubjetivas y en el encuentro con los objetos.

De acuerdo con los autores más representativos de esta propuesta (Zaltman y Zaltman, 2008), existen al menos siete metáforas profundas: balance, transformación, viaje, recipiente, conexión, recursos y control. “Las metáforas son tan robustas que se extienden a través de muchos temas, desde nuestra elección del detergente para la lavandería hasta nuestra elección para presidente” (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 17).

Una metáfora profunda puede expresar varios arquetipos y atributos, y cada metáfora puede confluir con otras para expresar un mismo fenómeno, y pueden variar sus expresiones en función del contexto. Además, las metáforas profundas tienen la propiedad de mezclarse en la mente del consumidor y, su comprensión, permite a los “políticos” y a las empresas crear nuevos mensajes, nuevos posicionamientos y nuevos conceptos de productos (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 196), más atractivos para sus segmentos objetivo.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar a partir de este marco conceptual, podrían ser las siguientes -aplicables para el análisis de una marca en general-: ¿Qué metáfora o metáforas profundas representa mi marca? ¿Qué metáforas profundas transmito en mi comunicación en medios? ¿Reconocen los consumidores que mi marca es la mejor representante de su categoría en una u otra metáfora? ¿Cómo verbalizan mis clientes y consumidores sus experiencias con mi marca? ¿Cómo se pueden traducir estas verbalizaciones categorías de metáforas profundas?

EL CONTENIDO DE LA MARCA OBAMA

Con base en las metáforas profundas mencionadas en la sección anterior, se analizarán las críticas, problemas, propuestas y soluciones del candidato a la presidencia de Estados Unidos (2008), el senador por el Estado de Illinois, Barack Obama. Sin embargo, se anticipa, la metáfora predominante en este candidato es el “cambio”.

TRANSFORMACIÓN (CAMBIO)²

Esta metáfora profunda representa el deseo de variar o cambiar el estado de las cosas. Se vincula con el deseo de influir para modificar el status quo. En el caso del candidato Obama hay un énfasis especial en el cambio social. En la Figura 1 se muestra la síntesis del contenido de esta categoría:

(Continúa en la página siguiente)



Figura 1. Transformación o cambio en la marca Obama.

² El mensaje principal de Barack Obama es “change” (cambio).

TRANSFORMACIÓN O CAMBIO: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

Para Obama, John McCain, su contrincante republicano, representa el pasado y el status quo en Washington, hasta el punto de repetir frecuentemente que McCain busca el “tercer periodo” presidencial de George Bush. Elegir al candidato republicano representaría continuar con la política económica actual (2001-2008) que favorece a los ricos y a las grandes corporaciones (empresas) estadounidenses. Así mismo, de ser elegido McCain, continuaría la lógica del cinismo y del lobby de las empresas petroleras, farmacéuticas, aseguradoras y de Wall Street (que funciona bajo la lógica del corto plazo) en la actividad legislativa de ese país. John McCain, según Obama, representa todo lo contrario a su mensaje principal: “cambio”.

Obsérvese por ejemplo la siguiente cita traída del discurso 11 (ver Tabla 1): “Now, John McCain said a few weeks ago that “the issue of economics is not something I've understood as well as I should” - and that's clear since all he's offering is more of the same Bush policies that have put the American Dream out of reach for so many Americans. Like George Bush, Senator McCain is committed to more tax cuts for the rich, and more trade agreements that fail to protect American workers” (Obama, 2008k)... “And some of his top advisors were lobbyists for the special interest when they went to work for his campaign, so it's not hard to guess who they'll be working for if they get into the White House. So while I know there's been some talk about whether the Democrats will be unified in November, America can't afford another four years of the Bush policies, and that's what John McCain's offering” (Obama, 2008a). Y en el discurso 7, Obama dijo lo siguiente acerca de lo que representa continuar con las políticas del pasado, en caso de ser elegido McCain: “More tax breaks for CEOs who make more in a day than some workers make in a year. More tax breaks for the same corporations that ship our jobs overseas” (Obama, 2008g).

Obama también hace una fuerte crítica general a los presidentes (CEOs) de las grandes empresas estadounidenses, especialmente a los que se enriquecen mediante actos deshonestos y desleales, cuyas consecuencias perjudican gravemente los intereses de los trabajadores. Para este candidato, muchos de estos CEOs están preocupados por la rentabilidad financiera de corto plazo y por sus bonos anuales. No se preocupan por el bienestar de los trabajadores y, por este motivo, cierran fábricas y exportan los empleos, buscando costos laborales menores en países con los que se firman acuerdos comerciales y donde no se respetan los derechos laborales.

En el discurso 11 afirmó: “The system is broken - and over the weekend, we got a reminder of just how badly it's broken. You might have seen it. There was this news story about the top two executives at Countrywide Financial, a company that's as responsible as any firm for the housing crisis we're facing today. And what we learned is that when Countrywide was sold a few months ago, these two executives got a combined 19 million dollars. So millions of Americans are facing foreclosure. Our economy is in turmoil. And the guys behind it all are getting bonuses for their bad behavior. That's an outrage” (Obama, 2008k).

La dependencia o casi adicción de la economía estadounidense por el petróleo es un aspecto muy importante en las problemáticas planteadas por Obama. Critica fuertemente a los dictadores de los países productores. “Cambio” implica entonces comenzar a construir una economía “verde” en la cual haya un espacio y un impulso gubernamental para las fuentes alternativas de energía. En el discurso 13 expresó lo siguiente: “Through our own cap and trade system and investments in new sources of energy, we can end our dependence on foreign oil and gas, and free ourselves from the tyranny of oil-rich states from Saudi Arabia to Russia to Venezuela. We can create millions of new jobs here in America. And we can secure our planet for our children and grandchildren” (Obama, 2008m).

Obama se ha caracterizado por oponerse duramente a la guerra en Iraq desde su mismo comienzo. Considera que es una fuente de muertes, de dinero gastado innecesariamente, con el agravante de que no ha tornado más seguro a los Estados Unidos. Para este candidato es urgente que los iraquíes se responsabilicen de su propio futuro y como consecuencia de esto, que los soldados estadounidenses comiencen a regresar a casa. En el discurso 13, Obama afirmó lo siguiente: “This war has now lasted longer than World War I, World War II, or the Civil War. Nearly four thousand Americans have given their lives. Thousands more have been wounded. Even under the best case scenarios, this war will cost American taxpayers well over a trillion dollars. And where are we for all of this sacrifice? We are less safe and less able to shape events abroad. We are divided at home, and our alliances around the world have been strained” (Obama, 2008m).

Para este candidato la guerra en Iraq, además, se ha financiado con el dinero que la China le presta a los Estados Unidos a través de la compra de bonos del tesoro. El gran déficit fiscal fuerza al gobierno para solicitar dinero prestado a los países extranjeros, y paradójicamente, a quienes además compiten internacionalmente contra su hegemonía económica y militar, como es el caso de la China. Finalmente, Obama ha expresado en varias oportunidades que uno de los argumentos de George Bush para ir a la guerra en Iraq fue la fabricación de armas de destrucción masiva, sin embargo, luego de más de cinco años de ocupación, no se han encontrado evidencias que prueben que esto fuera real. Además, Obama indica que no puede estar de acuerdo con McCain en términos de lo que debe hacerse en Iraq, ya que el candidato republicano ha afirmado que Estados Unidos, de ser necesario, debería quedarse en ese país por 100 años si fuese necesario.

CAMBIO: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

Obama se identifica con los trabajadores, los sindicatos, y las familias trabajadoras de clase media, y en sus discursos expresa una fuerte conexión con estos actores sociales. Por el contrario, considera a los CEOs deshonestos y a la política tradicional y conservadora de Washington como sus contrapartidas, ya que vulneran las condiciones y los derechos laborales y la calidad de vida del ciudadano promedio. Por ejemplo, critica la actual administración por dirigir el “Ministerio del Trabajo” como si fuera el “Ministerio de la Gerencia”. En el discurso 11 expresó lo siguiente: “We’re

ready to play offense for organized labor. It's time we had a President who didn't choke saying the word "union." A President who knows it's the Department of Labor and not the Department of Management" (Obama, 2008k).

Para Obama es imperativo eliminar las reducciones de impuestos para los ricos y para las grandes corporaciones (empresas) que exportan trabajos. El Estado debe comenzar a "recompensar el trabajo y no sólo la riqueza", y reducir los impuestos para la clase media, las familias trabajadoras y para las empresas "patriotas", aquellas que crean trabajos en los Estados Unidos. En el discurso 1 expresó lo siguiente: "Change is building an economy that rewards not just wealth, but the work and workers who created it. It's understanding that the struggles facing working families can't be solved by spending billions of dollars on more tax breaks for big corporations and wealthy CEOs, but by giving a the middle-class a tax break" (Obama, 2008a). En el discurso 4 propuso lo siguiente: "Change is a tax code that rewards work instead of wealth by cutting taxes for middle-class families, and senior citizens, and struggling homeowners; a tax code that rewards businesses that create good jobs here in America instead of the corporations that ship them overseas. That's what change is" (Obama, 2008d). Y en el discurso 11 propuso lo siguiente: "I'm the only candidate in this race who's called for a middle class tax cut that will save families up to \$1,000 a year, including over 6 million people in this state. And I've also called for eliminating income taxes entirely for seniors making under \$50,000 a year" (Obama, 2008k).

Todo esto implica, según el candidato, comenzar un proceso político en el cual se escuche la voz del ciudadano promedio y de los trabajadores, en lugar de la voz de los ricos y los presidentes de las grandes compañías. Se trata entonces de invertir la dirección del proceso con el que se toman las decisiones en Washington. Se debe aplicar una estrategia de abajo hacia arriba (bottom-up), en lugar de la que opera actualmente, cuya dirección, según el candidato, es de arriba hacia abajo (top-down). Obama, con un juego magistral de palabras, dice que es el momento para que operen los intereses de "Main Street" en lugar de los de "Wall Street". En el discurso 6 expresó lo siguiente: "Because that's how we've always changed this country – not from the top-down, but from the bottom-up" (Obama, 2008f). Y en el discurso 16 expresó lo siguiente frente a este mismo tema: "... and that's why we need a President who will listen to Main Street – not just Wall Street; a President who will stand with workers not just when it's easy, but when it's hard" (Obama, 2008o). Y en el discurso 9 expresó lo siguiente: "We need a President who's thinking about not just Wall Street, but Main Street; who's not just looking to bump up a corporate bottom line, but to do what's right for the American people. Because that's the only way we're going to bring about real change - change that will make a lasting difference in the lives of ordinary Americans" (Obama, 2008i).

Otra de las propuestas del "cambio" obamiano es la salud con cobertura universal. Esto se logrará, según él, disminuyendo los precios (primas) que las aseguradoras y empresas de salud cobran por los seguros y los servicios. También propone reducir el poder operativo de las denominadas "preexistencias" que han permitido a las aseguradoras discriminar a los pobres y los enfermos, para favorecer a los ricos y a

los sanos. El objetivo es disminuir los costos de acceso para los consumidores y fracturar las barreras que impiden al ciudadano promedio beneficiarse de los servicios de salud. En el discurso 11 dijo lo siguiente: “We're ready to play offense for universal health care. It's time to stand up to the big drug and insurance companies that have been blocking reform and say enough is enough - we're going to finally make health care affordable and available for every American” (Obama, 2008k). En esta misma línea, en el discurso 15 dijo: “My universal health care plan brings down the cost of health care more than any other candidate in this race, and will save the typical family up to \$2500 a year on their premiums. Every American would be able to get the same kind of health care that members of Congress get for themselves, and we'd ban insurance companies from denying you coverage because of a pre-existing condition” (Obama, 2008ñ). Y en el discurso 9 hizo un comentario vinculado con la importancia material, pero también simbólica, de lo que la salud universal significa para los Estados Unidos: “I refuse to accept that in the richest nation on Earth, we have to stand by while 47 million Americans go without health insurance, and millions more are being driven to financial ruin trying to pay their medical bills” (Obama, 2008i).

Para Obama, como ya se mencionó, la dependencia de Estados Unidos por el petróleo extranjero es un problema que requiere cambios fundamentales en la economía de ese país. Propone un sector energético “verde”, ambientalmente amigable, creador de nuevos empleos de calidad no exportables, y donde se reduzca y se penalice la contaminación. Se trata de una posición política comprometida, por esta vía, con el denominado “desarrollo sostenible”. En el discurso 10 afirmó: “And I've also proposed investing \$150 billion in our green energy sector over the next ten years. This won't just help reduce our dependence on foreign oil, and it won't just help save this planet for our children. It will also create up to five million new jobs - and those are jobs that pay well and can't be outsourced” (Obama, 2008j).

Obama considera que Estados Unidos debe terminar con su política de acudir a la guerra para solucionar los conflictos con los países enemigos. Para él, la diplomacia es el recurso más importante para solucionar los problemas internacionales. “Dialogar” es mejor que ir a la “guerra”. Por este motivo, este candidato ha propuesto hablar con presidentes de países como los de Irán, Corea del Norte, Siria y Venezuela para dejar muy claro cuál es la posición de los Estados Unidos frente a temas como el terrorismo, la proliferación de armas nucleares y de destrucción masiva, y los derechos civiles y humanos. Ahora bien, John McCain se opone fuertemente a esta propuesta del candidato demócrata.

Pero esta vía diplomática, además, según Obama, permitirá a los Estados Unidos recuperar su mala imagen a nivel internacional, ya que algunos países ven a este país como un imperio económico y militar post-colonialista que oprime y explota a los países subdesarrollados. En el discurso 1 dijo lo siguiente al respecto: “Change is realizing that meeting today's threats requires not just our firepower, but the power of our diplomacy – tough, direct diplomacy where the President of the United States isn't afraid to let any petty dictator know where America stands and what we stand for” (Obama, 2008a).

Obama ha sido un fuerte defensor de los derechos civiles y humanos. Su historia política más fuerte ha sido precisamente en este campo. Desde las calles locales de Chicago (Illinois) hasta los corredores del Congreso de los Estados Unidos, donde se tramitan y aprueban las leyes para todo el país. Por este motivo, una de sus propuestas es cerrar la prisión ubicada en Guantánamo (Cuba) donde los derechos civiles no aplican en su totalidad para los presos extranjeros sindicados de actividades terroristas. En el discurso 18 dijo lo siguiente al respecto: “It’s time to restore our moral leadership by rejecting torture without equivocation; by closing Guantanamo; by restoring habeas corpus; and by again being that light of justice to dissidents in prison camps around the globe” (Obama, 2008q).

Finalmente, el candidato demócrata propone acabar la guerra en Iraq dentro del año siguiente a su elección, y considera que ese dinero (destinado para la guerra en el exterior) debe invertirse en los Estados Unidos. Se habla en los círculos económicos que el costo de la guerra en Iraq ha sido de alrededor de un trillón de dólares (cinco años). Sin embargo, según Obama, este esfuerzo económico y humano no ha hecho más seguro a los Estados Unidos, y no ha producido más que muertes y fracturas en las familias de los soldados. El dinero gastado en la guerra sería más productivo, según Obama, si se invirtiera en la modernización y ampliación de la infraestructura (carreteras, puentes, puertos etc.) en el territorio de los Estados Unidos, con el ingrediente adicional de que sería una forma para crear empleos, según él, al estilo de lo que se hizo en Estados Unidos durante la década de los años 50’s del siglo XX. En este sentido, hay un elemento keynesiano en Obama para afrontar la crisis económica por la cual ha venido atravesando los Estados Unidos desde comienzos de la segunda mitad de 2007. En el discurso 5 expresó lo siguiente: “John McCain wants to continue George Bush’s war in Iraq, losing thousands of lives and spending tens of billions of dollars a month to fight a war that isn’t making us safer. I want to end this war. I want to invest that money in America - in our roads and bridges and ports” (Obama, 2008e).

BALANCE

“Balance (desbalance) incluye las ideas de equilibrio, ajuste, mantener o compensar las fuerzas y las cosas como deberían ser” (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 19). Se refiere a compensaciones físicas, emocionales, sociales y morales. En el caso del candidato Obama, se encontraron las siguientes problemáticas/críticas: polarización social, el predominio del interés particular y los incentivos al gran capital. Por el lado de las soluciones/propuestas, las siguientes: síntesis social, justicia e incentivos al trabajo. En la Figura 2 se muestra el mapa del contenido de esta metáfora profunda en los mensajes del candidato demócrata:

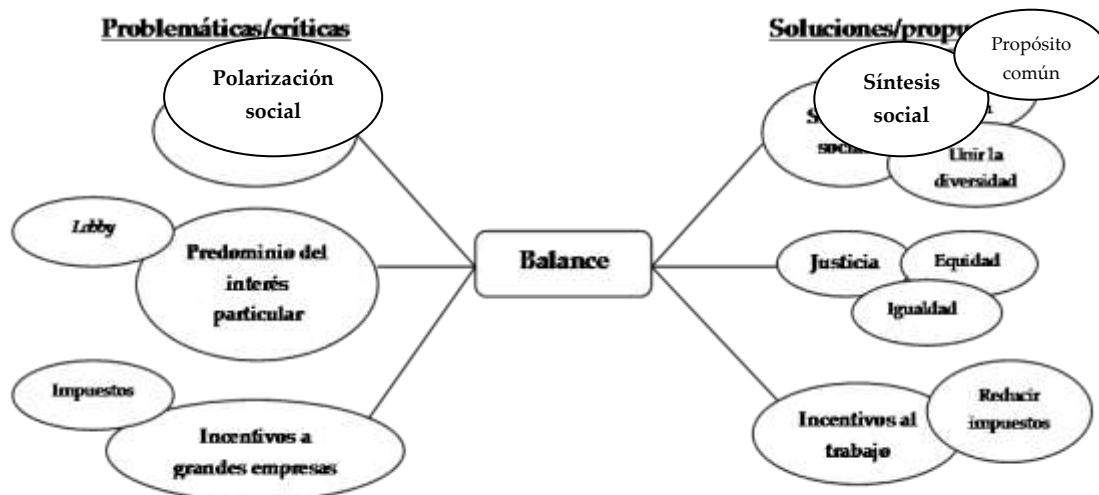


Figura 2. Balance en la marca Obama

BALANCE: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

En el discurso 15 Obama dijo lo siguiente sobre la falta de equidad y la distribución del ingreso en la sociedad estadounidense: “This is what's been happening in Washington at a time when we have greater income disparity in this country than we've seen since the first year of the Great Depression” (Obama, 2008ñ).

Para el candidato Obama la polarización social ha sido una de las consecuencias de las políticas del actual gobierno de George Bush y de la lógica imperante en Washington, especialmente por la influencia de los lobbyists que sólo buscan el predominio de su interés económico particular, especialmente, el de las empresas petroleras, farmacéuticas, las aseguradoras del sector de la salud y las compañías financieras de Wall Street. En el discurso 15 afirmó lo siguiente: “These are the Americans who need real change - the kind of change that's about more than switching the party in the White House. They need a change in our politics - a leader who can end the division in Washington so we can stop talking about our challenges and start solving them; who doesn't defend lobbyists as part of the system, but sees them as part of the problem; who will carry your voices and your hopes into the White House every single day for the next four years” (Obama, 2008ñ). Por este motivo es que Obama en sus discursos, por ejemplo, contrapone a “Wall Street” (Calle Muralla) con “Main Street” (Calle Principal).

Este panorama sobre la política en Washington durante los siete años y medio de predominio republicano, según Obama, no ha hecho sino dividir a los estadounidenses para favorecer a los poderosos, a “bien” conectados socialmente, a los ricos, y a las grandes empresas que exportan empleos al exterior. Esto ha sido claro, según el candidato demócrata, en la política tributaria de incentivos y reducciones de impuestos para los ricos y para las grandes empresas. Incluso ha utilizado el ejemplo de Warren Buffet (el segundo o tercer hombre más rico del mundo), de quien ha dicho que paga

impuestos como persona natural menores a los de su secretaria. En el discurso 18 afirmó lo siguiente sobre este punto vinculado con el desbalance en la sociedad y economía estadounidense: “I will stop giving tax breaks to companies that ship our jobs overseas and start putting them in the pockets of working Americans. I will stop giving the wealthiest Americans tax cuts that they don't need and didn't ask for, and restore fairness to our economy” (Obama, 2008q).

BALANCE: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

En el discurso 15, Obama dijo lo siguiente: “... that our economy is strongest when our middle-class grows and opportunity is spread as widely as possible. And when it's not - when opportunity is uneven or unequal - it is our responsibility to restore balance, and fairness, and keep that promise alive for the next generation” (Obama, 2008ñ).

Una de las propuestas fundamentales del candidato Obama es la síntesis de la diversidad y la unión de todos los estadounidenses en términos de un propósito común y de un futuro promisorio para las generaciones subsiguientes. En el discurso 18 dijo lo siguiente: “That is why the real choice in this campaign is not between regions or religions or genders. It's not about rich versus poor; young versus old; and it is not about black versus white. It is about the past versus the future. And when I am the nominee, the Republicans won't be able to make this election about the past because you will have already chosen the future” (Obama, 2008q). Y en el discurso 19 afirmó: “And it lives on in those Americans - young and old, rich and poor, black and white, Latino and Asian - who are tired of a politics that divides us and want to recapture the sense of common purpose that we had when John Kennedy was President. That is the dream we hold in our hearts” (Obama, 2008r).

Su propuesta política está muy vinculada con la justicia social, entendida especialmente como equidad e igualdad ante la ley. En el discurso 2 afirmó: “what they gave all for – is a larger idea – the idea that a nation can be governed by laws, not men; that we can be equal in the eyes of those laws; that we can be free to say what we want, write what we want, and worship as we please” (Obama, 2008b). Esto implica, como ya se ha mencionado, acabar con el predominio de los lobbyists en Washington y trasladar los incentivos tributarios desde los ricos hacia las familias trabajadoras de clase media. En el discurso 19 expresó: “... if you'll stand to keep the American dream alive for those who still hunger for opportunity and thirst for justice; if you're ready to stop settling for what the cynics tell you, you must accept, and finally reach for what you know is possible, then we will win these primaries, we will win this election, we will change the course of history, and light a new torch for change in this country...” (Obama, 2008r).

VIAJE

Se trata de los “viajes” físicos, psicológicos y sociales, e incluye los vínculos entre el pasado, el presente y el futuro, así como la evolución, el progreso y la maduración (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 98). La vida misma se considera un viaje bajo esta

metáfora. En la Figura 3 se muestra el contenido de esta categoría en los mensajes de Obama:

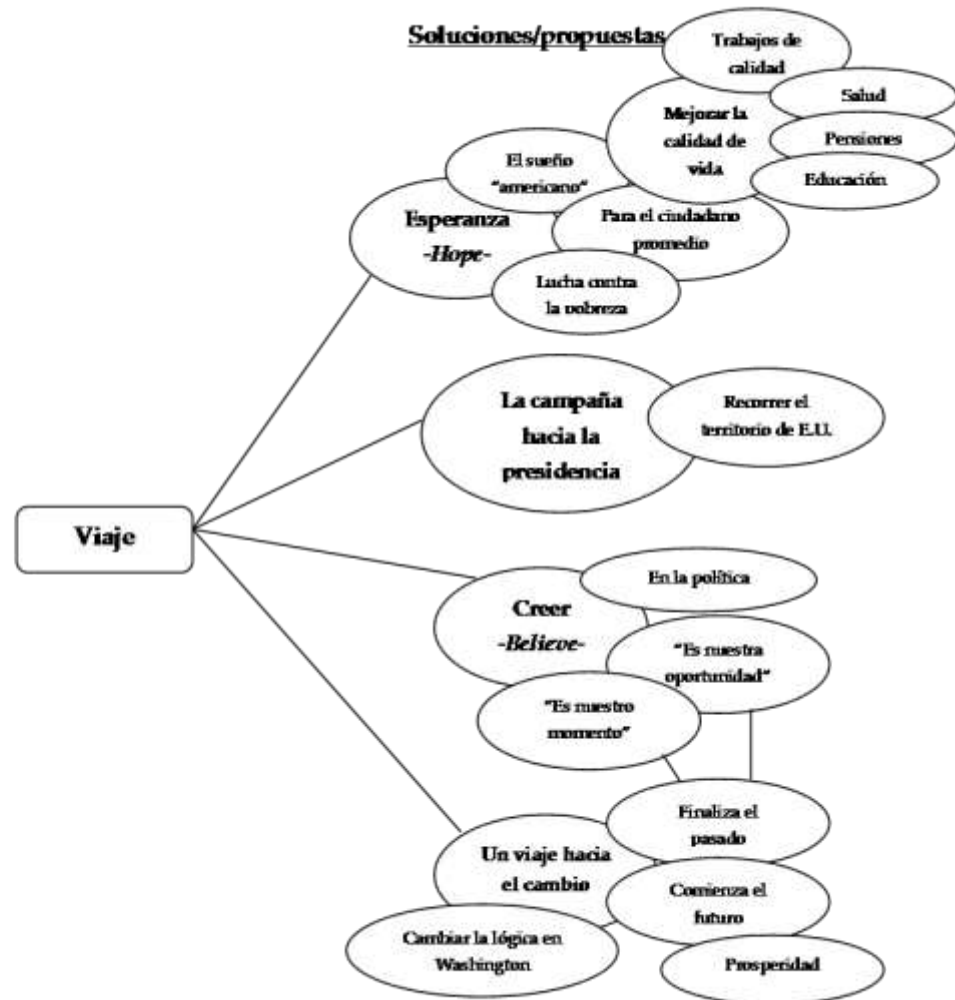


Figura 3. Viaje en la marca Obama.

En el discurso 10, Obama describe el status quo no deseable, para impulsar a continuación un viaje hacia el cambio y los ideales en los que creen la mayoría de los estadounidenses: “Millions of Americans are facing foreclosure, and millions more are unemployed. And yet, we also know that times haven’t been too tough for everyone in our economy - because the top Wall Street CEOs have been doing just fine. In this morning’s USA Today, there was a story about how much the top CEOs have been making. They did a study and found that the top 50 CEOs made somewhere around \$15.7 million last year - despite the fact that many of their companies were having a bad year. Think about that. It doesn’t matter whether they’re doing a good job or not - Wall Street executives are being rewarded either way. That’s not the America we believe in” (Obama, 2008j).

Ahora bien, el término “viaje” en Obama tiene varias connotaciones. Se trata de un viaje hacia el “cambio”, pero también de “esperanza” (hope), hacia la erradicación de la pobreza y hacia el “sueño americano” para el ciudadano promedio, y no sólo para unos pocos ricos que están “bien conectados” con las redes de poder e influencia. Esto implica mejorar las condiciones de vida en Estados Unidos y crear oportunidades económicas y sociales para que todas las personas puedan encontrar trabajos de calidad. Es un viaje hacia un futuro lleno de prosperidad donde no sólo unos pocos tengan acceso a las oportunidades.

Se trata de recuperar la esperanza de que cada ciudadano, con su propio esfuerzo y trabajo, pueda pagar la salud y la educación de su familia, y también ahorrar para asegurar su propia pensión. En el discurso 16 expresó lo siguiente: “It’s a dream shared in big cities and small towns; across races, regions and religions – that if you work hard, you can support a family; that if you get sick, there will be health care you can afford; that you can retire with the dignity and security and respect that you have earned; that your kids can get a good education, and young people can go to college even if they’re not rich. That is our common hope. That is the American Dream” (Obama, 2008o).

Para Obama “viaje” también representa su campaña electoral desplegada por todo el territorio estadounidense. En el discurso 1 expresó con bastante fuerza este aspecto: “Thousands of miles have been traveled. Millions of voices have been heard. And because of what you said – because you decided that change must come to Washington; because you believed that this year must be different than all the rest; because you chose to listen not to your doubts or your fears but to your greatest hopes and highest aspirations, tonight we mark the end of one historic journey with the beginning of another – a journey that will bring a new and better day to America” (Obama, 2008a).

Otro término clave en la retórica de Obama es “believe” o en español “cree”. Para él se trata de volver a creer en la política y en un futuro próspero para los Estados Unidos. En el discurso 20 expresó lo siguiente: “We are up against the idea that it’s acceptable to say anything and do anything to win an election. We know that this is exactly what’s wrong with our politics; this is why people don’t believe what their leaders say anymore; this is why they tune out. And this election is our chance to give the American people a reason to believe again” (Obama, 2008s).

Obama recibió consejos durante su pre-campaña para las primarias demócratas en el sentido de esperar cuatro u ocho años más para que con más experiencia se lanzara a la presidencia. Sin embargo, el candidato dijo que Estados Unidos no podía esperar más, que a pesar de su juventud, 47 años, ya representaba el tipo de liderazgo que los estadounidenses estaban esperando, que no consiste en tener más experiencia dentro del sistema en Washington, sino en tener “criterio” y “juicio” para gobernar las esperanzas de la mayoría de los ciudadanos. Para Obama “este es el momento”, “este es tiempo” para comenzar un “viaje hacia el cambio”. En el discurso 7 expresó lo siguiente: “I ran because I believed that this year - that this moment - was too important

to let that happen again. And I had faith that you believed that too - that you were ready for something different; that you were hungry for something new” (Obama, 2008g).

RECIPIENTE

“Los recipientes tienen dos funciones: mantener cosas dentro y mantener cosas fuera. Nos protegen o nos atrapan, pueden abrirse o cerrarse, y ser positivos o negativos. Involucran estados físicos, psicológicos y sociales” (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 21). En la Figura 4 se muestra el contenido de esta metáfora profunda en los mensajes de Obama:

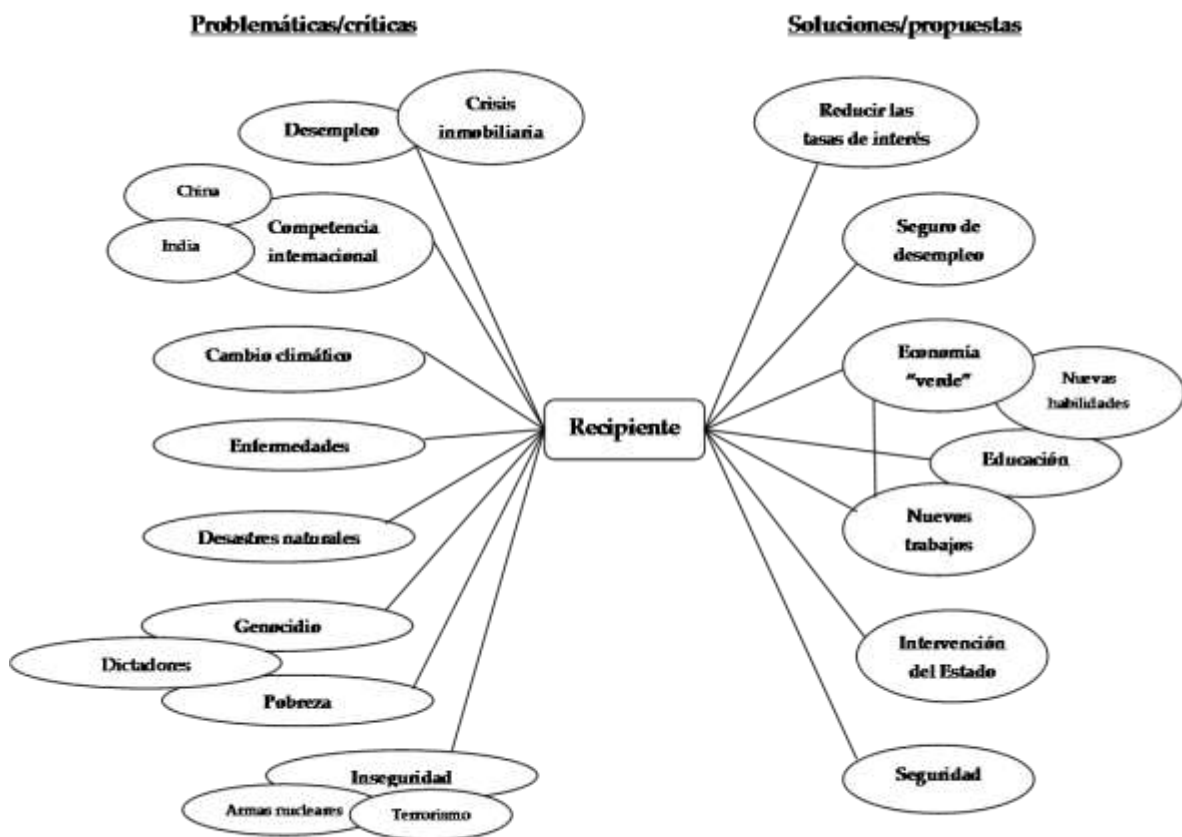


Figura 4. Recipiente en la marca Obama

RECIPIENTE: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

Para Obama es muy importante crear sistemas de protección contra las grandes amenazas del siglo XXI: el cambio climático, las enfermedades, los desastres naturales, el genocidio, la pobreza, el terrorismo y la proliferación de armas nucleares. En el discurso 18 expresó lo siguiente: “It’s time for America to lead the world against the common threats of the 21st century - terrorism and nuclear weapons, but also

climate change and poverty; genocide and disease” (Obama, 2008q). Además, para Obama, tanto el genocidio como la pobreza a nivel mundial están vinculados directamente con regímenes dictatoriales.

Pero también hay problemas urgentes que se deben solucionar en los Estados Unidos como por ejemplo la salud universal, el desempleo creciente y la crisis inmobiliaria, que tuvo su origen en la especulación con los sofisticados (con alta complejidad matemática) productos financieros denominados “derivados” y en la conducta inmoral y anti-ética de los agiotistas y usureros que, además de cobrar tasas de interés exorbitantes por las hipotecas, sobre-endeudaron a los ciudadanos común y corrientes. En el discurso 12 afirmó: “Capital requirements should be strengthened, particularly for complex financial instruments like some of the mortgage securities that led to our current crisis. We must develop and rigorously manage liquidity risk. We must investigate rating agencies and potential conflicts of interest with the people they are rating” (Obama, 2008l).

Obama es consciente de la globalización de los mercados y cree en el libre comercio, no se opone a esta fuerza. Sin embargo, plantea una adaptación “desde dentro” educando a los estadounidenses para mantenerlos productivos y competitivos. Se trata de mantener a los seres humanos altamente capacitados para que puedan ajustarse y adaptarse a las nuevas condiciones de la competencia internacional. En el discurso 7, presentando la problemática y a continuación una de las soluciones, dijo lo siguiente: “And if we want our children to succeed in this global economy - if we want them to be able to compete with children in Beijing and Bangalore - then we need to make sure that every child, everywhere gets a world-class education, from the day they're born until the day they graduate college” (Obama, 2008g).

RECIPIENTE: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

Para Obama, Estados Unidos y el mundo se encuentran en un estado de inseguridad permanente, especialmente por el terrorismo y la proliferación de armas nucleares. Por este motivo, es fuerte en mostrar su contundencia contra Al Qaeda. En el discurso 6 afirmó lo siguiente: “The other side can label and name-call all they want, but I trust the American people to recognize that it's not surrender to end the war in Iraq so that we can rebuild our military and go after Al Qaeda's leaders” (Obama, 2008f). Y en el discurso 13 dijo lo siguiente frente a este mismo tema: “Rather than fight a war that does not need to be fought, we need to start fighting the battles that need to be won on the central front of the war against al Qaeda in Afghanistan and Pakistan. This is the area where the 9/11 attacks were planned. This is where Osama bin Laden and his top lieutenants still hide. This is where extremism poses its greatest threat” (Obama, 2008m).

Frente a la crisis inmobiliaria, además de proponer el control a las tasas de interés para evitar la usura, en el discurso 10 dijo lo siguiente acerca de la creación de un fondo especial para proteger a las familias de la bancarrota: “This fund would help struggling homeowners sell a home that's beyond their means, or get emergency pre-foreclosure counseling so they can make informed decisions, or modify their loans to

avoid foreclosure or bankruptcy” (Obama, 2008j). Y en el discurso 18 lo siguiente sobre este mismo tema, con el objetivo de establecer responsabilidades por la crisis económica actual: “I've been fighting for working people my entire public life. And when I am President, I'll make sure that CEOs can't dump your pension with one hand while they collect a bonus with the other. I'll pass bankruptcy laws that protect workers instead of banks. And I'll crack down on fraudulent mortgage lenders, and credit card companies that change your rates to push you further into debt” (Obama, 2008q).

En el discurso 11 dijo lo siguiente acerca de una de las maneras de abordar el desempleo creciente: “And we also have to do more to make sure folks who are getting laid off in these hard times still have enough money to make ends meet, which is why I'm working with my friend Senator Bob Casey to extend unemployment insurance, and make it available for working folks who aren't in a union and don't work a regular 9-to-5 job” (Obama, 2008k). Como se observa, para el desempleo creciente, entre otras cosas, ha ofrecido un seguro de desempleo, ya que, según él, las causas de la crisis no se pueden atribuir a los trabajadores sino a otros factores como la política del lobby en Washington y a la incapacidad y deshonestidad directiva, incluyendo además que en el mundo corporativo se aplauden las decisiones de presidentes de las empresas (CEOs) cuando disminuyen los costos cerrando fábricas en Estados Unidos para abrirlas en otros países, donde los costos laborales son menores y de esta forma aumentar el precio de las acciones en la bolsa de valores de Nueva York.

Frente al cambio climático, como ya se ha mencionado, el candidato demócrata propone una economía “verde” basada en un sector energético “verde” bajo los criterios del desarrollo sostenible. En el discurso 10 dijo lo siguiente: “And I've also proposed investing \$150 billion in our green energy sector over the next ten years. This won't just help reduce our dependence on foreign oil, and it won't just help save this planet for our children. It will also create up to five million new jobs - and those are jobs that pay well and can't be outsourced” (Obama, 2008j). Este tipo de economía, que deberá prevalecer en el siglo XXI, generará, según él, nuevos trabajos y requerirá del reentrenamiento de los trabajadores en nuevas habilidades para desempeñarlos. Por tanto, se debe reforzar el sistema educativo en términos de calidad, adaptación a las necesidades del futuro, pero además mejores condiciones económicas para los profesores.

En resumen, Obama no cree en las políticas económicas de los republicanos cuyo fundamento ideológico es la economía neoliberal sin intervencionismo estatal y de incentivos tributarios para las grandes compañías y para los ricos. Por el contrario, para el candidato demócrata, el Estado tiene un rol muy importante en la sociedad y en la economía y debe intervenir para corregir las fallas del mercado, para equilibrar la balanza en la distribución del ingreso, para mejorar la equidad y para proteger a los trabajadores y a los sindicatos. Obsérvese que en el recorrido que se ha realizado a sus discursos, son frecuentes las propuestas de regular y controlar los mercados financieros, combatir la corrupción corporativa, modernizar la infraestructura, ofrecer seguro de desempleo, influir para construir un sector energético “verde”, etc.

CONEXIÓN

“Conexión (desconexión) involucra sentimientos de pertenencia o de exclusión” (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 21). En la Figura 5 se muestra el contenido de esta metáfora profunda en el candidato Obama:

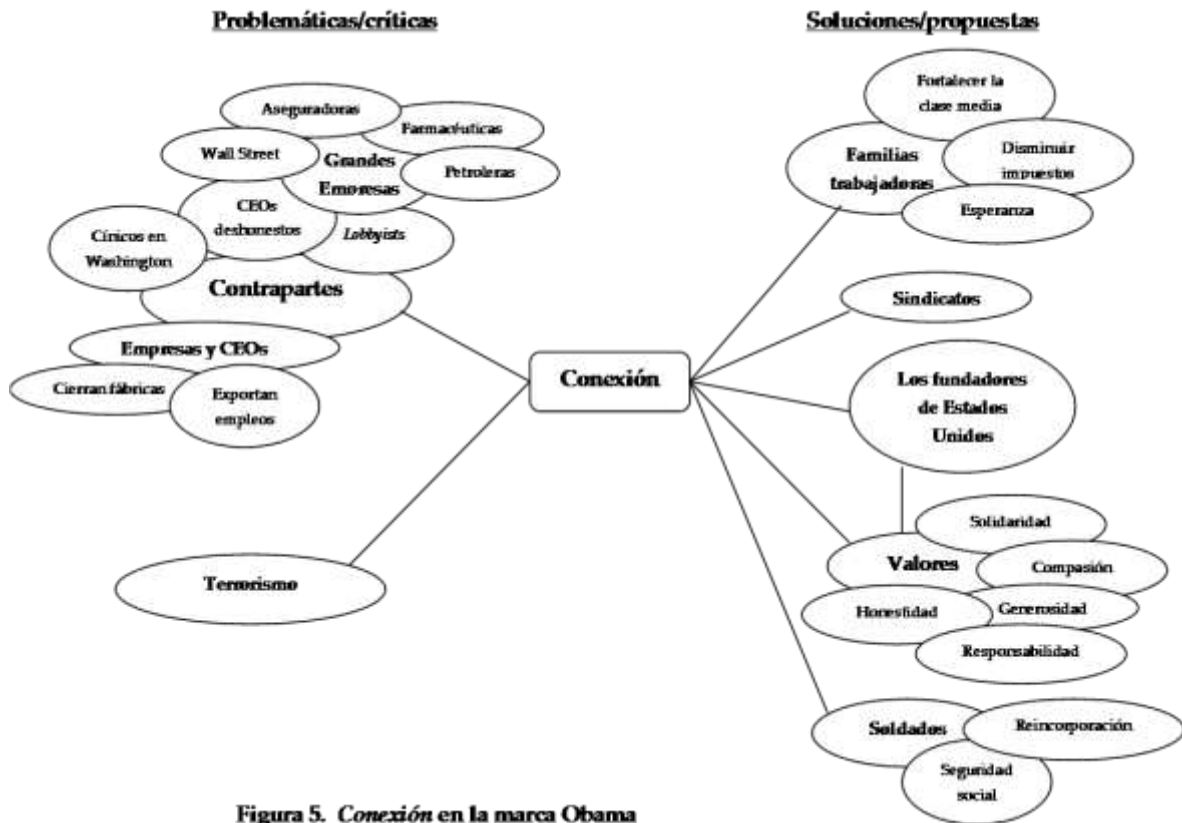


Figura 5. Conexión en la marca Obama

CONEXIÓN: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

Obama identifica claramente contra quien está enfocando sus esfuerzos políticos. Es el candidato que está en contra de todos los que hacen parte del status quo de un sistema injusto e inequitativo, que mantiene al ciudadano promedio por fuera de las oportunidades económicas y sociales. Está en contra de los cínicos que pregonan la ideología del “estás por tu cuenta”, y de los lobbyists en Washington que buscan aumentar las desigualdades e injusticias para favorecer a unos pocos que ya son ricos. Estos “pocos”, son para Obama, entre otros, las grandes empresas que cierran fábricas en los Estados Unidos para exportar el trabajo de los estadounidenses; los presidentes de empresas (CEOs) deshonestos que vulneran los derechos de los trabajadores y de los sindicatos; las aseguradoras del sector de la salud que discriminan por la vía de las “pre-existencias” y cobran precios (primas) exorbitantes para otorgar acceso sólo a los ricos y sanos; las empresas petroleras cuyas utilidades

aumentan en billones de dólares mientras que las personas común y corriente tienen que soportar el aumento en el precio de los combustibles y de la inflación; y también las empresas farmacéuticas que venden sus productos a precios exorbitantes evitando que los enfermos accedan a las medicinas que requieren. Finalmente, como contrapartes externas, menciona el terrorismo y la proliferación de armas nucleares que amenazan la seguridad de los Estados Unidos.

CONEXIÓN: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

Obama es claro en mostrar su fuerte conexión con las familias trabajadoras, los sindicatos, los soldados y los padres fundadores de los Estados Unidos. Frente a estos últimos, afirmó lo siguiente en el discurso 12: “The great task before our Founders that day was putting into practice the ideal that government could simultaneously serve liberty and advance the common good” (Obama, 2008I).

Pero además, propone de manera muy clara hacer operativos valores como la solidaridad (en lugar del egoísmo y el individualismo), la compasión (en lugar de la indiferencia), la generosidad (en lugar de la codicia), la honestidad (en lugar de la corrupción) y la responsabilidad personal (en lugar de la ambición desenfrenada). Por ejemplo, en una clara alusión a la falta de valores en el mundo empresarial, dijo en su discurso 12 lo siguiente: “Companies like Enron and WorldCom took advantage of the new regulatory environment to push the envelope, pump up earnings, disguise losses and otherwise engage in accounting fraud to make their profits look better - a practice that led investors to question the balance sheet of all companies, and severely damaged public trust in capital markets. This was not the invisible hand at work. Instead, it was the hand of industry lobbyists tilting the playing field in Washington, an accounting industry that had developed powerful conflicts of interest, and a financial sector that fueled over-investment” (Obama, 2008I).

Propone fortalecer la clase media y las familias trabajadoras, darles esperanzas de un futuro próspero para sus hijos. También, en lugar de reducir impuestos para los ricos y las grandes corporaciones, Obama propone eliminarlos y dárselos a los trabajadores, que realmente son quienes los necesitan. Estos elementos están muy vinculados con lo que más arriba se incluyó dentro de la metáfora profunda “cambio”. En el discurso 18 dijo lo siguiente: “I will stop giving tax breaks to companies that ship our jobs overseas and start putting them in the pockets of working Americans. I will stop giving the wealthiest Americans tax cuts that they don't need and didn't ask for, and restore fairness to our economy. I'll give a tax cut to working people; provide relief to homeowners; and eliminate the income tax for seniors making under \$50,000 so they can retire with the dignity and security they have earned” (Obama, 2008q).

Como ya se mencionó, Obama está en íntima conexión con los sindicatos. Con sus propias palabras, en el discurso 11 dijo lo siguiente: “Because despite seven years of the most anti-labor administration in generations - as I look out on this crowd and as I travel across this country, the one thing I know for certain is that labor unions are still mobilizing. Labor unions are still organizing. And you're still fighting to give America's working people a voice in Washington” (Obama, 2008k). Y en el mismo discurso 11 expresó: “We're ready to play offense for organized labor. It's time we had a President who didn't choke saying the word "union." A President who knows it's the Department of Labor and not the Department of Management” (Obama, 2008k).

También se identifica con los soldados que están en la guerra de Iraq, con su sufrimiento, con la incertidumbre que pesa sobre ellos después de su regreso a los Estados Unidos. En este sentido, les ha prometido una cobertura completa de seguridad social (salud y pensiones), así como mecanismos dirigidos para orientar su reincorporación a la vida civil productiva. En el discurso 9 prometió lo siguiente: “I believe we have a responsibility to serve our soldiers as well as they're serving us, and by helping make sure they have the skills to work in the trades when they come home, you're living up to that responsibility. As President, I'll support funding for this critical program” (Obama, 2008i).

RECURSOS

Los recursos se refieren cosas tangibles o intangibles, así como a capacidades y habilidades para lograr ciertos objetivos o estados (Zaltman y Zaltman, 2008, pp. 141-142). Ejemplos de recursos son el tiempo, el dinero, la información, el conocimiento, la confianza, las relaciones, los medios para mejorar el desempeño humano, etc. En la Figura 6 se muestra el contenido de esta metáfora profunda en el candidato Obama:

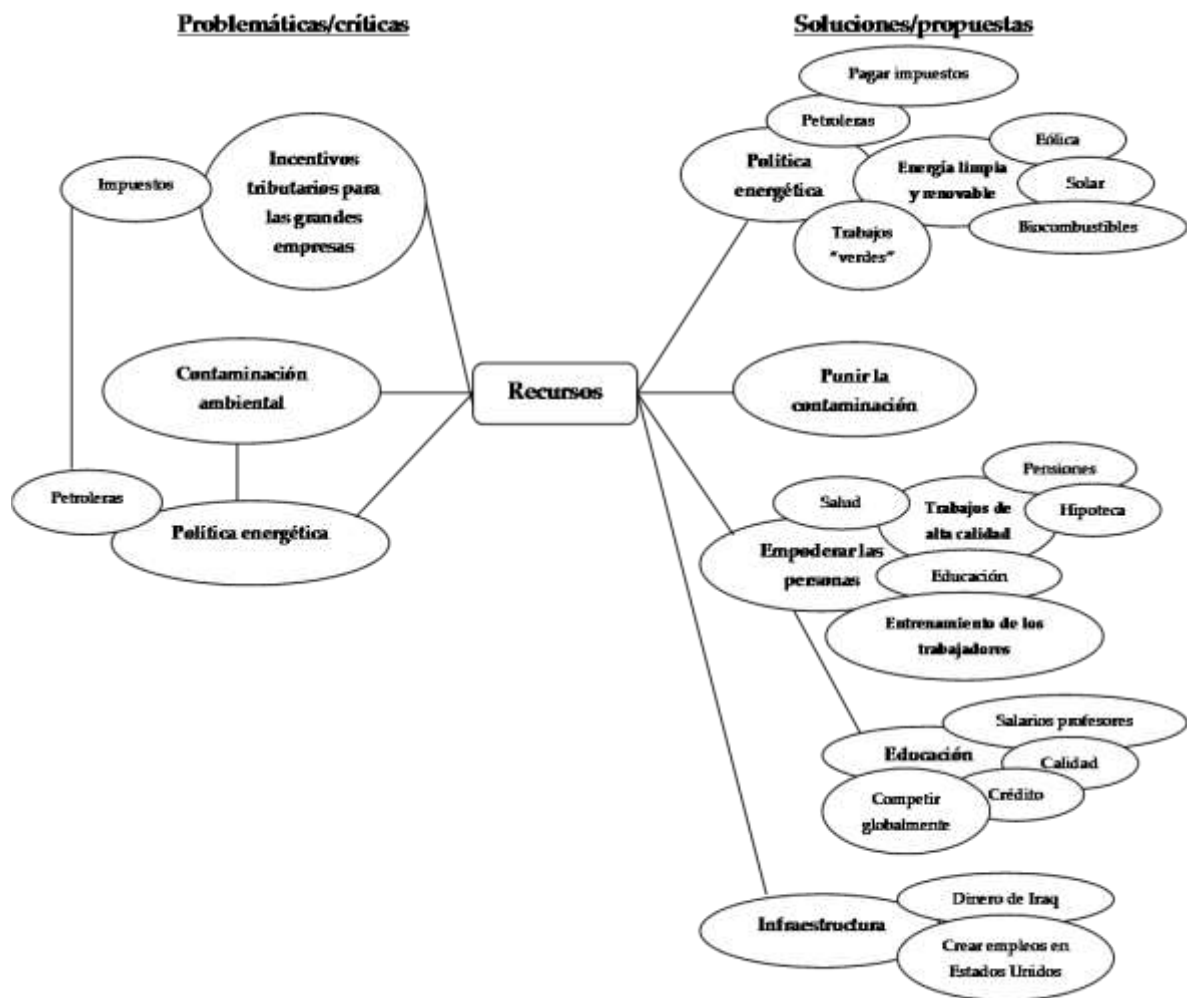


Figura 6. Recursos en la marca Obama

RECURSOS: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

Para Obama, como ya se ha mencionado, el gobierno republicano y conservador de George Bush, a través de la política tributaria, no ha hecho sino entregarle recursos a las grandes empresas y a los ricos. Poniendo el caso de las compañías petroleras, en el discurso 1 dijo lo siguiente: “That man needs us to pass an energy policy that works with automakers to raise fuel standards, and makes corporations pay for their pollution, and oil companies invest their record profits in a clean energy future – an energy policy that will create millions of new jobs that pay well and can't be outsourced” (Obama, 2008a). Para Obama es muy importante mantener los recursos naturales y un medio ambiente sano, por este motivo está enfocado en combatir la contaminación medioambiental.

RECURSOS: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

Como contrapartida de los incentivos tributarios del gobierno de George Bush ofrecidos a los ricos y a las grandes compañías, que además “no los necesitaban y no los estaban solicitando”, Obama propone invertir la balanza para transferir recursos hacia las familias de clase media trabajadora.

También propone una política energética en la cual las empresas petroleras paguen más impuestos, se penalice la contaminación medioambiental, y sobre todo influir para construir un nuevo sector energético “limpio” donde operen fuentes de energía “renovables” como la eólica, la solar y los biocombustibles; que además de ser ambientalmente amigables, se convertirán en una fuerza para la creación de nuevos empleos de calidad no exportables. En el discurso 7 dijo lo siguiente: “We'll make companies pay for the pollution they release into the air, we'll tax the record profits of the oil companies, and we'll use that money to invest in clean, affordable, renewable energy like solar power, and wind power, and biofuels” (Obama, 2008g).

Para Obama, el recurso principal es el ser humano, en su caso particular, los estadounidenses. Por este motivo, propone “empoderar” la gente, las personas. Y para lograr esto es fundamental el entrenamiento y el reentrenamiento de los trabajadores, así como la generación de trabajos de calidad que le permita al ciudadano promedio pagar sus cuentas y facturas, especialmente las de salud, las matrículas, las hipotecas, y las pensiones, asegurando una vejez tranquila sin incertidumbres. En el discurso 14 dijo lo siguiente: “We believe that these jobs should provide wages that can raise her family, health care for when she gets sick and a pension for when she retires” (Obama, 2008n).

En el discurso 11 refuerza estas ideas: “We're ready to play some offense. We're ready to play offense for a decent wage. We're ready to play offense for retirement security. We're ready to play offense for universal health care. It's time to stand up to the big drug and insurance companies that have been blocking reform and say enough is enough - we're going to finally make health care affordable and available for every American” (Obama, 2008k). Y para garantizar que los ciudadanos promedio tengan asegurada su pensión (recurso) hacia el futuro, en el discurso 15 dijo: “We'll make sure that if you can demonstrate that you went bankrupt because of medical expenses, then you can relieve that debt and get back on your feet. And I'll make sure that CEOs can't dump your pension with one hand while they collect a bonus with the other. That's an outrage, and it's time we had a President who knows it's an outrage” (Obama, 2008ñ).

El recurso humano encuentra su mayor fuente de empoderamiento en la educación, además de que es el principal elemento para que los Estados Unidos puedan competir en el contexto mundial del futuro. Este supuesto es lo que lleva a Obama a proponer mejores salarios para los profesores, ofrecer crédito para los estudiantes (especialmente los universitarios), y a tomar medidas para mejorar la calidad de las instituciones educativas.

En el tema del crédito educativo, en el discurso 18 expresó lo siguiente: “When I'm President, we'll rally this country to the cause of world-class education. That means putting our kids on a pathway to success with universal, quality, affordable early

childhood education. That means paying our teachers more, and making sure they're not just teaching to the test - but teaching art and music and literature. That means giving our young people an annual \$4,000 tax credit for college tuition if they serve their community” (Obama, 2008q). Y frente al tema de los profesores dijo lo siguiente en el discurso 17: “We will put a college education within reach of anyone who wants to go, and instead of just talking about how great our teachers are, we will reward them for their greatness, with more pay and better support” (Obama, 2008p). Y para reforzar su idea de la educación para construir un recurso humano competitivo a nivel global, en su discurso 14 dijo: “that when she applies to college, cost is no barrier to a degree that will allow her to compete with children in China or India for the jobs of the twenty-first century” (Obama, 2008n).

Finalmente, en el tema de los recursos es muy importante la modernización y ampliación de la infraestructura de carreteras, puentes, puertos, etc. Esto, según Obama, debe financiarse con el dinero que está destinado para la guerra en Iraq. Esta propuesta, además, tiene el efecto de crear empleos dentro de los Estados Unidos. En el discurso 15 dijo lo siguiente: “I'm proposing a National Infrastructure Reinvestment Bank that will invest \$60 billion over ten years. This investment will multiply into almost half a trillion dollars of additional infrastructure spending and generate nearly two million new jobs - many of them in the construction industry that's been hard hit by this housing crisis” (Obama, 2008ñ).

CONTROL

“Los seres humanos se necesitan sentir en control de sus vidas” (Zaltman y Zaltman, 2008, p. 23). Implica tomar medidas para controlar la incertidumbre y el riesgo de los eventos y situaciones actuales y futuras. En la Figura 7 se muestra el contenido de esta metáfora profunda:

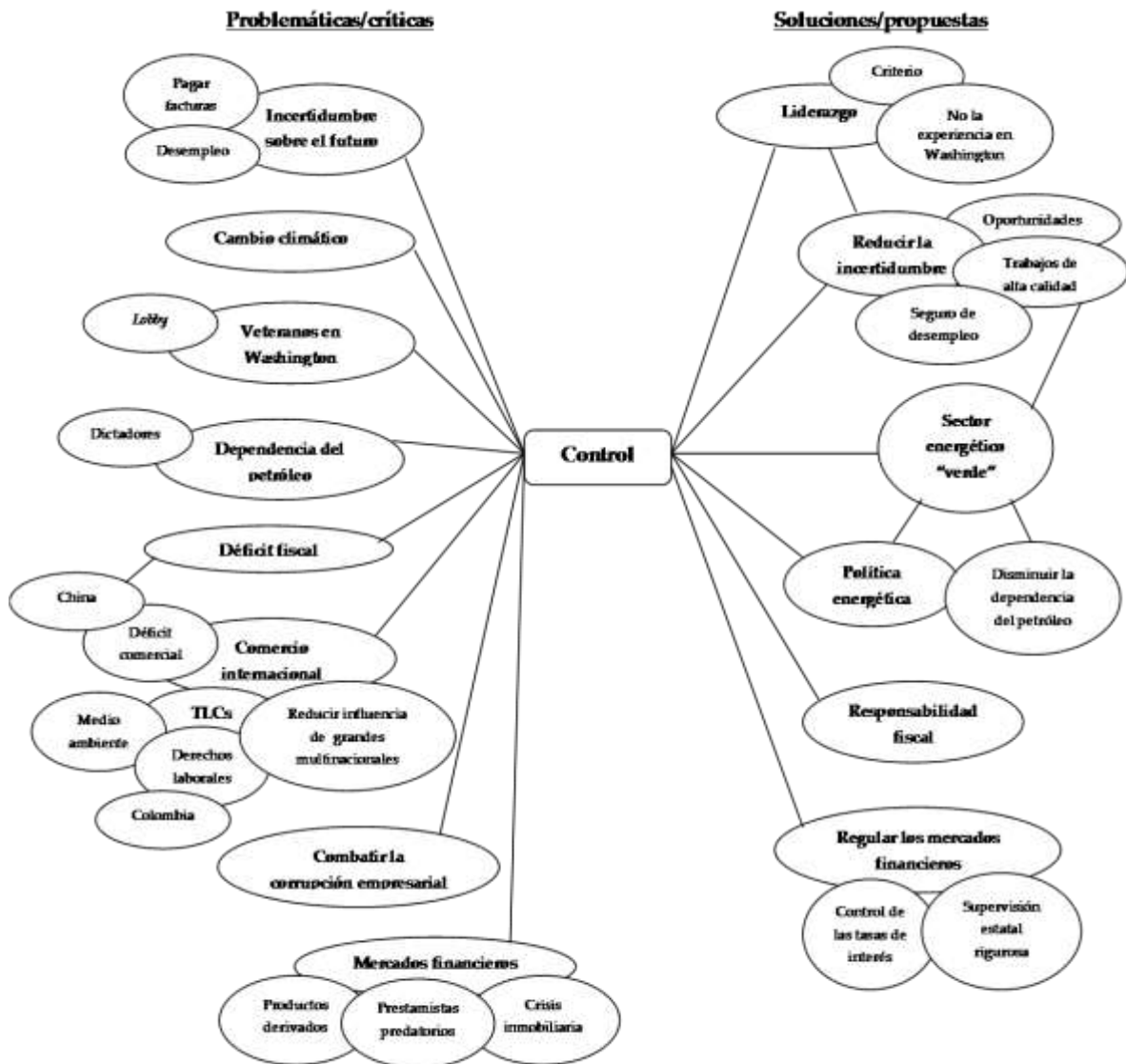


Figura 7. Control en la marca Obama

CONTROL: PROBLEMÁTICAS Y CRÍTICAS

La incertidumbre sobre el futuro del estadounidense promedio, según Obama, es uno de los elementos fundamentales de la situación actual en ese país. Ha venido aumentando el desempleo, se cierran fábricas, se venden los inmuebles a precios muy bajos, y las personas no tienen certeza si podrán pagar sus facturas y cuentas del mes siguiente. En el discurso 9 hizo las siguientes preguntas para mostrar las problemáticas vinculadas con la incertidumbre actual: “In coffee shops and town meetings, in VFW halls and right here in this room, the questions are all the same: Will I be able to leave my children a better world than I was given? Will I be able to save enough to send them to college or plan for a secure retirement? Will my job even be there tomorrow? Who will stand up for me in this new world? In this time of change and uncertainty, these questions are expected, but this isn't the first time we've heard them” (Obama, 2008i).

Otras problemáticas que requieren ser controladas son: el cambio climático, la dependencia del petróleo y, por supuesto, controlar a quienes son veteranos del lobby en Washington, ya que representan el pasado y un sistema que ha creado inequidad e injusticia.

La dependencia del petróleo extranjero es un problema fundamental para los Estados Unidos. Por tanto, este país está obligado a controlar y administrar este problema hacia el futuro. Por ejemplo, en el discurso 13, el candidato Obama dijo: “Through our own cap and trade system and investments in new sources of energy, we can end our dependence on foreign oil and gas, and free ourselves from the tyranny of oil-rich states from Saudi Arabia to Russia to Venezuela” (Obama, 2008m).

El déficit actual de los Estados Unidos es de los más grandes de su historia, cuestión que ha sido responsabilidad única del gobierno republicano actual de George Bush, ya que, según Obama, Bill Clinton dejó la presidencia con un superávit fiscal importante. Y lo que es peor de esta situación es que la guerra en Iraq ha profundizado este déficit y se ha tenido que financiar, en parte, con el dinero prestado por la China a los Estados Unidos. En el discurso 12 dijo lo siguiente: “The policies of the Bush Administration threw the economy further out of balance. Tax cuts without end for the wealthiest Americans. A trillion dollar war in Iraq that didn't need to be fought, paid for with deficit spending and borrowing from foreign creditors like China” (Obama, 2008l).

Señala además que Estados Unidos también tiene un gran déficit en la balanza comercial que debe ser controlado. Como se ha mencionado, Obama afirma que cree en el libre comercio, siempre y cuando los demás países respeten los derechos laborales y sindicales, y haya medidas efectivas para proteger el medio ambiente. En cuanto a los tratados de libre comercio (TLCs), no se opone a ellos, pero critica la gran influencia de las grandes multinacionales estadounidenses que influyen exclusivamente en su propio interés económico durante las negociaciones y las aprobaciones de los tratados. En el discurso 15 dijo lo siguiente: “It's a Washington where decades of trade deals like NAFTA and China have been signed with plenty of protections for corporations and their profits, but none for our environment or our workers who've seen factories shut their doors and millions of jobs disappear” (Obama, 2008ñ)

Y el caso de Colombia es un buen ejemplo para resumir la posición del candidato demócrata en relación con los tratados de libre comercio. Por ejemplo, en el discurso 9, dijo lo siguiente: “But if we're serious about fighting for our workers here at home, we've got to fight for them around the world. Now, the truth is trade is here to stay, and that if we have strong labor and environmental protections in our agreements, and if our trading partners are playing by the rules, trade can be a good thing for our workers and our economy. But what we can't do is ignore violence against union organizers in Colombia. What we can't do is sign trade deals that put the interests of multinational corporations ahead of the interests of our workers or our environment” (Obama, 2008i).

Obama es un crítico acérrimo de la corrupción corporativa (empresarial), especialmente la de Wall Street. Por ejemplo, en el discurso 12 afirmó lo siguiente:

“Fifth, we must remain vigilant and crack down on trading activity that crosses the line to market manipulation. Reports have circulated in recent days that some traders may have intentionally spread rumors that Bear Stearns was in financial distress while making market bets against the company. The SEC should investigate and punish this kind of market manipulation, and report its conclusions to Congress” (Obama, 2008l).

Y esto, según Obama, está vinculado con la falta de regulación y de supervisión del sector financiero en los Estados Unidos. Para este candidato, la especulación con productos derivados, los prestamistas predatorios como por ejemplo la empresa Countrywide Financial, y las prácticas crediticias de alto riesgo fueron las principales causas de la crisis inmobiliaria de 2007 y 2008 en ese país. En el discurso 12 afirmó lo siguiente: “Since then, we have overseen 21st century innovation - including the aggressive introduction of new and complex financial instruments like hedge funds and non-bank financial companies - with outdated 20th century regulatory tools. New conflicts of interest recalled the worst excesses of the past - like the outrageous news that we learned just yesterday of KPMG allowing a lender to report profits instead of losses, so that both parties could make a quick buck” (Obama, 2008l). En el mismo discurso 12 expresó: “Capital requirements should be strengthened, particularly for complex financial instruments like some of the mortgage securities that led to our current crisis. We must develop and rigorously manage liquidity risk. We must investigate rating agencies and potential conflicts of interest with the people they are rating” (Obama, 2008l).

CONTROL: SOLUCIONES Y PROPUESTAS

Para controlar estas situaciones negativas, Obama propone a los estadounidenses su liderazgo, que no se basa en la experiencia en Washington, sino en el “criterio”, en el “juicio” y en los “valores”. Su liderazgo está conectado directamente con los intereses de los sindicatos, los trabajadores y las familias de clase media. Desea desplegar un liderazgo de abajo hacia arriba (bottom-up), a través del cual se escuche la voz del ciudadano promedio en lugar de la de los lobbyists.

Este liderazgo desde la Casa Blanca, según él, permitirá reducir la incertidumbre sobre el futuro y generar nuevas oportunidades económicas y de movilidad social para los ciudadanos promedio, haciendo realidad nuevamente el “sueño americano”. En este sentido se trata de un liderazgo que desea ofrecer “esperanza” (hope) a las personas común y corrientes y no solo para los ricos y “bien” conectados socialmente. En el discurso 7 dijo: “But here's what Washington and Wall Street don't get: This economy doesn't just jeopardize our financial well-being, it offends the most basic values that have made this country what it is: the idea that America is the place where you can make it if you try” (Obama, 2008g).

Además, para reducir la incertidumbre, tanto en el corto plazo como en el largo plazo, Obama propone intensificar la operatividad del seguro de desempleo y comenzar a generar nuevos empleos de alta calidad que permitan a los trabajadores mantener y progresar con sus familias. Como ya se ha mencionado, según Obama, un sector energético “verde” permitirá la creación de nuevos puestos de trabajo no exportables y

también disminuir la dependencia del petróleo extranjero. En el discurso 11 dijo: “That’s why I’ll invest \$150 billion over the next decade to establish a green energy sector that will create up to 5 million new jobs - and those are jobs that pay well and can’t be outsourced” (Obama, 2008k). Y en el discurso 18 afirmó: “That’s what I’ll do. We cannot wait to invest in the next generation of biofuels, and wind and solar. If President Kennedy could send us to the moon in less than a decade - then we can meet this great challenge our generation. We can set the goal of an 80% reduction in global emissions by 2050, and we can lead the world to confront the climate crisis” (Obama, 2008q).

Además, Obama ha propuesto una ley de incentivos para las denominadas “empresas patriotas”, es decir, aquellas que crean trabajos en Estados Unidos y no los exportan. En el discurso 15 dijo: “And I’ll pass the Patriot Employer Act that I’ve been fighting for ever since I ran for the Senate - we will end the tax breaks for companies who ship our jobs overseas, and we will give those breaks to companies who create good jobs with decent wages right here in America” (Obama, 2008ñ).

Obama propone una mayor intervención del Estado en la economía influyendo en la transformación de la estructura energética, y modernizando y ampliando la infraestructura (carreteras, puentes, puertos, etc.) de los Estados Unidos. Sin embargo, es consciente de que esto debe realizarse con responsabilidad fiscal, ya que el déficit causado por George Bush es insostenible en el largo plazo. Por ejemplo, en el discurso 12 afirmó: “I know that making these changes won’t be easy. I will not pretend that this will come without cost, though I have presented ways we can achieve these changes in a fiscally responsible way” (Obama, 2008l). Para Obama es urgente una mayor y mejor regulación, así como una supervisión estricta y rigurosa sobre el sector financiero. También es importante generar mecanismos para controlar las tasas de interés, y penalizar a los usureros y agiotistas. Por ejemplo, frente al tema de la necesidad de una mayor regulación de los mercados, en el discurso 12 dijo: “Once we deal with the immediate crisis in housing and strengthen the regulatory system governing our financial markets, our final task is to restore a sense of opportunity for all Americans. The bedrock of our economic success is the American Dream” (Obama, 2008l). Y frente al tema de las tasas de interés, en el discurso 15 afirmó: “And we’ll establish a Credit Card Bill of Rights that will ban unilateral changes to a credit card agreement; ban rate changes to debt that’s already incurred; and ban interest on late fees. Americans need to pay what they owe, but they should pay what’s fair, not what fattens profits for some credit card company” (Obama, 2008ñ).

CONCLUSIÓN

En este artículo se analizaron y sintetizaron los aspectos más relevantes del proyecto político de Barack Obama, candidato demócrata para la presidencia de los Estados Unidos de América. Mediante la estrategia de los mapas visuales y de la interpretación iterativa de los datos frente al marco conceptual predefinido, se asignaron a cada metáfora profunda algunas de sus problemáticas, críticas, soluciones y propuestas por este candidato.

La metáfora predominante en los discursos públicos de Obama es la “transformación” o “cambio” hacia una sociedad más justa y equitativa, donde se premie el trabajo y no sólo la riqueza, y se logre una unión en la diversidad a través de un propósito común. Se trata de la esperanza de recuperar la posibilidad del “sueño americano” para el ciudadano promedio y construir la política mediante un proceso de abaja hacia arriba (bottom-up). Su propuesta implica un “viaje hacia el cambio” orientado por un liderazgo basado en el “criterio”, en el “juicio” y en los “valores” tradicionales de la sociedad estadounidense (solidaridad, compasión, generosidad, honestidad y responsabilidad), y no exclusivamente en la experiencia en Washington. Se observa una conexión muy fuerte de este candidato con las familias trabajadoras de clase media y los sindicatos. Sus contrincantes son los lobbyists en Washington, las grandes empresas petroleras, las farmacéuticas, las aseguradoras, las compañías financieras de Wall Street, los prestamistas predatorios, y los CEOs deshonestos y corruptos, pero también los que cierran fábricas en los Estados Unidos para exportar los puestos de trabajo.

También ha prometido acabar la guerra en Iraq e invertir ese dinero, entre otras cosas, en la modernización y ampliación de la infraestructura de los Estados Unidos. Obama considera que la intervención del Estado en la economía es importante, especialmente para corregir las fallas del mercado, y para regular y controlar al sector financiero. Se propone controlar el déficit fiscal que ha sido financiado la China, y paradójicamente con los petrodólares de Rusia, y algunos países árabes. En otras palabras, los excesos de liquidez de los países petroleros se colocan en bonos del tesoro estadounidense. Sin embargo, esta situación puede cambiar debido a la fuerte depreciación de dólar y las bajas tasas de interés de 2007 y 2008 (e). Su propuesta incluye también controlar la dependencia que del petróleo tiene la economía estadounidense. Esto se logrará, según él, impulsando un sector energético “verde” que explote el potencial de la energía eólica, solar y la de los biocombustibles. Esto además, creará nuevos trabajos de calidad no exportables.

Está fuertemente comprometido con la salud con cobertura universal, el seguro de desempleo, la protección del medio ambiente, la lucha contra las enfermedades, el genocidio y la pobreza. La educación es un elemento clave en la propuesta de Obama. Es una de las herramientas fundamentales para competir la economía globalizada. No se opone al libre comercio, lo considera una realidad, pero se propone exigir la protección de los derechos laborales, sindicales y la protección del medio ambiente en los tratados con otros países. No ha dudado en dialogar y utilizar la diplomacia antes que la guerra para solucionar los conflictos con los enemigos de Estados Unidos. También tiene una posición muy dura contra el terrorismo y la proliferación de armas nucleares.

Por su lado, los republicanos, en esta oportunidad bajo la candidatura de McCain, operan bajo la lógica del pensamiento neoliberal, especialmente en la creencia de la auto-regulación de los mercados (libre mercado), la regulación mínima, la desregulación de los mercados financieros, la no intervención del Estado en la

economía y de la reducción de impuestos³. De todos modos, los gobiernos republicano-conservadores de Reagan y George W. Bush se caracterizaron por los déficits fiscales. De otro lado, el gobierno demócrata de Clinton dejó un superávit cercano a los \$300 billones de dólares. El déficit comercial de Estados Unidos en 2007 fue de alrededor de \$650 billones de dólares, y las importaciones de petróleo alcanzaron en 2006 los \$300 billones. En el año 2002 el precio del barril del petróleo se encontraba alrededor de los \$30 dólares y para junio de 2008 ya se acercaba a los \$140. Este aumento tuvo una mayor fuerza durante 2007 y el primer semestre de 2008, debido en parte a la fuerte depreciación del dólar.

Una limitación importante de esta investigación es que los textos de los discursos se analizaron en inglés y la redacción de este artículo se hizo en el idioma español, pero el autor buscó al máximo mantener durante el análisis el sentido de los mensajes obamianos. Otra limitación consistió en la interpretación que el investigador realizó para codificar los textos de los discursos, así como el encuadramiento de los elementos en términos de una u otras metáforas profundas, produciéndose de esta manera algunas repeticiones en el análisis.

Para futuras investigaciones, podría utilizarse la misma metodología para los discursos de McCain. Más adelante, un estudio igual podría realizarse con los discursos de los principales candidatos a la presidencia de Colombia para el periodo 2010-2014.

En términos de las contribuciones para los directivos en la práctica, como ya se mencionó en la introducción, esta metodología y este marco conceptual pueden utilizarse para analizar y decodificar los atributos de marca embebidos en la comunicación en medios de una empresa y la de sus competidores.

³ Para una comparación entre el pensamiento conservador de corte neoliberal (Republicanos) y el progresista de corte liberal (Demócratas), consultar un libro muy reciente denominado *The Political Mind* escrito por George Lakoff (2008), un investigador en el campo de la ciencia cognitiva y las neurociencias.

TABLA 1

Discursos analizados de OBAMA

DISCURSO	FECHA	LUGAR	CITA
1	Junio 3 de 2008	St. Paul, Minnesota	2008 ^a
2	Mayo 26 de 2008	Las Cruces, New Mexico	2008b
3	Mayo 23 de 2008	Miami, Florida	2008c
4	Mayo 20 de 2008	Des Moines, Iowa	2008d
5	Mayo 9 de 2008	Beaverton, Oregon	2008e
6	Mayo 6 de 2008	Raleigh, North Carolina	2008f
7	Mayo 3 de 2008	Indianapolis, Indiana	2008g
8	Abril 22 de 2008	Evansville, Indiana	2008h
9	Abril 15 de 2008	Washington D.C.	2008i
10	Abril 10 de 2008	Gary, Indiana	2008j
11	Abril 2 de 2008	Philadelphia, Pennsylvania	2008k
12	Marzo 27 de 2008	New York, New York	2008l
13	Marzo 19 de 2008	Fayetteville, North Carolina	2008m
14	Marzo 4 de 2008	San Antonio, Texas	2008n
15	Febrero 13 de 2008	Janesville, Wisconsin	2008ñ
16	Febrero 12 de 2008	Madison, Wisconsin	2008o
17	Febrero 5 de 2008	Chicago, Illinois	2008p
18	Enero 30 de 2008	Denver, Colorado	2008q

19	Enero 28 de 2008	Washington D.C.	2008r
20	Enero 26 de 2008	Columbia, South Carolina	2008s

BIBLIOGRAFIA

Lakoff (2008). *The Political Mind*. New York: Viking.

Obama, B. (2008a). Final primary night. Discurso del 3 de junio de 2008 en St. Paul, Minnesota. En: <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008b). Memorial day. Discurso del 26 de mayo de 2008 en Las Cruces, New Mexico. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008c). Renewing US leadership in the Americas. Discurso del 23 de mayo de 2008 en Miami, Florida. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008d). Forging a new future for America. Discurso del 20 de mayo de 2008 en Des Moines, Iowa. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008e). Economic discussion. Discurso del 9 de mayo de 2008 en Beaverton, Oregon. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008f). Primary night. Discurso del 6 de mayo de 2008 en Raleigh, North Carolina. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008g). Plan to fight for working families and take on special interests in Washington. Discurso del 3 de mayo de 2008 en Indianapolis, Indiana. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008h). Pennsylvania primary night. Discurso del 22 de abril de 2008 en Evansville, Indiana. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008i). Town Hall meeting with veterans and military families. Discurso del 15 de abril de 2008 en Washington D.C. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008j). Remembering Dr. Martin Luther King, Jr. Discurso del 10 de abril de 2008 en Gary, Indiana. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008k). AFL-CIO. Discurso del 2 de abril de 2008 en Philadelphia, Pennsylvania. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008l). Renewing the American economy. Discurso del 27 de marzo de 2008 en New York, New York. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008m). The world beyond Iraq. Discurso del 19 de marzo de 2008 en Fayetteville, North Carolina. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008n). March 4th primary night. Discurso del 4 de marzo de 2008 en San Antonio, Texas. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008ñ). Keeping America's promise. Discurso del 13 de febrero de 2008 en Janesville, Wisconsin. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008o). Potomac primary night. Discurso del 12 de febrero de 2008 en Madison, Wisconsin. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008p). Super tuesday. Discurso del 5 de febrero de 2008 en Chicago, Illinois. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008q). The past versus the future. Discurso del 30 de enero de 2008 en Denver, Colorado. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008r). Response to the state of the Union. Discurso del 28 de enero de 2008 en Washington D.C. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Obama, B. (2008s). South Carolina victory speech. Discurso del 26 de enero de 2008 en Columbia, South Carolina. <http://www.barackobama.com/speeches/index.php/> (15 jun. 2008).

Zaltman, G. y Zaltman, L. (2008). Marketing Metaphoria. What deep metaphors reveal about the minds of consumers. Boston: Harvard Business Press.