

ELECCIONES '92



SERVICIO INFORMATIVO Y CULTURAL DE LOS ESTADOS UNIDOS
AGUSTINAS 1343, PISO 6, CASILLA 27-D, FONOS 6710133, SANTIAGO

17 de marzo de 1992

ANATOMIA DE UNA CAMPAÑA PRESIDENCIAL

Por Juliet Bruce

El 3 de noviembre de 1992, día de las elecciones presidenciales, aproximadamente 100 millones de votantes norteamericanos decidirán si el republicano George Bush debe seguir en la Casa Blanca o si el desafiante demócrata.

En esta era de lealtades partidarias, los estadounidenses emiten sus votos en una elección que en cualquier otra época de la historia sería una apuesta que el candidato creen servirá mejor los intereses personales. Los votantes en la cabina electoral un conocimiento de los antecedentes de los candidatos, sus afiliaciones partidarias y su desempeño en la campaña: cuán bien cada uno de ellos expresó su visión del país, cómo manejaron a la prensa, cómo se recuperaron de los reveses. Pero lo que es más importante, señalan los analistas políticos, los votantes responden emocionalmente al candidato, indicando si éste ha proyectado esa cualidad indefinible, un "aura de competencia" que inspira la confianza de los electores y gana su apoyo.

Para ganar esa confianza, los candidatos de los dos partidos principales a la presidencia tendrán que gastar sobre 200 millones de dólares hasta el día de las elecciones, unos 92 millones de los cuales los cubren fondos federales de financiamiento de campañas. Durante dos o tres años, habrán viajado casi 1.600.000 kilómetros, formado coaliciones de grupos de intereses especiales, conseguido respaldo nacional de los electores, y habrán formado verdaderos ejércitos de

REPUBLICA DE CHILE
PRESIDENCIA
REGISTRO Y ARCHIVO

NR. 92/6415
A: 23 MAR 92

| | | | | | |
|--------|--------------------------|--------|--------------------------|--------|--------------------------|
| P.A.A. | <input type="checkbox"/> | R.C.A. | <input type="checkbox"/> | F.W.M. | <input type="checkbox"/> |
| C.B.E. | <input type="checkbox"/> | M.L.P. | <input type="checkbox"/> | P.V.S. | <input type="checkbox"/> |
| M.T.O. | <input type="checkbox"/> | EDEC | <input type="checkbox"/> | J.R.A. | <input type="checkbox"/> |
| M.Z.C. | <input type="checkbox"/> | | | | |

Jorge Ibañez