

El factor humà. La dimensió emocional de la campanya presidencial de Barack

PIA BOSCH

Diputada al Parlament de Catalunya

Si encara queda algú que dubti que els factors emocionals són rellevants en la política, la campanya victoriosa de Barack Obama a les darreres presidencials americanes, i la gran nit electoral del 4 de novembre són la seva resposta. Segurament aquesta nit electoral va ésser el moment en què es va fer més clar i evident que en aquest fascinant duel electoral al que hem assistit com espectadors globals, les emocions han jugat un paper central. Moltes de les persones, dels milers de persones que varen ésser al Grant Park o que varem poder veure el que allà va passar, (en aquest cas milions), teníem llàgrimes als ulls. Alguns ploraven amb llàgrimes d'alleugeriment, altres d'orgull, altres de pura eufòria, però en tots hi havia una reacció emocional. Com va arribar la campanya de Barack Obama, i la seva victòria, a inspirar centenars de milers de persones per anar a passar la mitjanit a un lloc fred i incòmode com aquell? Com va arribar a provocar aquesta massiva resposta emocional? Els assistents eren allà per celebrar la victòria d'Obama, per veure com es feia història, però sobretot per celebrar el que interpretaven com el triomf de l'amor i l'esperança per damunt de la por, el cinisme i la divisió, i això els va mobilitzar i commoure.

Els elements emocionals han estat un dels factors clau (potser no el principal, però sí un de fonamental) en tot aquest procés. És sabut que la lògica mou el pensament i, en canvi, l'emoció empeny l'acció. Les emocions han estat també un factor rellevant per aconseguir mobilitzar nous votants de la societat americana, molts d'ells pertanyents als sectors no WASP (*white, anglo-saxon, protestant*): dones, joves, ciutadans pertanyents a les minories: negra, llatina..., no protestants, urbans i moderats. El factor emocional ha estat clau de forma coherent i constant en tots els elements del procés: el candidat, i la campanya, el missatge i l'equip. Ho hem pogut observar en tots els moments rellevants: el discurs de la convenció demòcrata de 2004, les eleccions primàries i la victòria davant Hillary Clinton, els debats amb John McCain, els millors discursos de la campanya (el de març de 2008, a Pennsilvània sobre les races, n'és un excel·lent exemple), i finalment la nit electoral.

El candidat

Si la intel·ligència emocional, tal com la definia el seu principal teòric Daniel Goleman, és l'habilitat del subjecte per controlar l'emoció, transmetre-la de forma adequada i percebre la dels altres, hem de dir que Barack Obama és un home

que ha demostrat ésser un "geni emocional". Presenta tots els trets característics d'un fort quocient d'intel·ligència emocional: bon autoconeixement, tolerància a la frustració, capacitat d'adaptar-se a les circumstàncies i al canvi, flexibilitat, assertivitat, optimisme, empatia, habilitats de relació social, estabilitat emocional, autocontrol, sensibilitat, proactivitat... Hi ha altres habilitats que són rellevants en aquest sentit i que Obama també ha demostrat: confiança en sí mateix, bona canalització de l'estrès, capacitat d'autocrítica constructiva, capacitat per aprendre dels propis errors i per rectificar-los, actitud innovadora, creació d'objectius personals, constant automotivació, compromís i cooperació en l'establiment de vincles, flexibilitat i sentit pràctic a l'hora d'encarar les dificultats, o capacitat per consolidar i liderar equips.

Al llarg de tota la seva trajectòria personal i professional, Obama ha anat treballant aquests aspectes de la seva personalitat. En el seu primer llibre, autobiogràfic, *Somnis del meu pare*, hi ha un extens relat de la seva trajectòria vital. S'hi pot veure molt clarament com la seva educació emocional va ésser un element primordial en l'ordre de prioritats educatives de la seva família i molt especialment de la seva mare. A partir de la seva adolescència, a partir del moment en què s'intensifica el procés de construcció (més que recerca) de la seva identitat, queda clar que Obama ha treballat dur per millorar la seva capacitat de comunicar-se, de fer-se entendre, d'ésser capaç de posar-se a la pell dels altres, conscient que són elements molt rellevants per millorar la seva capacitat d'identificació amb la causa col·lectiva que el motivava, dels drets civils, dels avenços socials. En les reflexions que hi apareixen al voltant de cadascuna de les relacions significatives de la seva vida, Obama dóna testimoni, en algun moment, de la seva voluntat de posar-se en el lloc de l'altre. El període de la seva dedicació a la tasca de "dinamitzador comunitari" és especialment ric en aquest sentit. Aquesta "reflexivitat", capacitat que trobem, en la població general, més desenvolupada en les dones, és un dels trets més característics de la seva personalitat. A partir d'aquesta educació emocional rebuda dins la família, de la seva habilitat personal, i del seu treball sistemàtic, Obama arriba a ésser capaç de percebre ràpidament les actituds i els canvis psíquics de la gent que l'envolta i és això el que li facilita saber manar a temps i amb bona agudesia, saber trobar un estímul adequat per a cada persona o per cada grup de gent amb el que es posa en contacte. No és només una qüestió de sort, és una qüestió de conducta i d'esforç, que s'ha demostrat al llarg de la llarguíssima campanya de les primà-

ries i de les presidencials en un exercici continuat de mostres de deferència, de cortesia, d'escolta activa, i, en definitiva, de respecte per les persones, paraula clau de la seva actitud.

El gener de 2008, fa poc més d'un any, el comentarista polític de tendència liberal David Brooks deia en un article del *Herald Tribune*, comparant Obama amb McCain, que "una de les grans capacitats d'Obama és la de percebre i forjar vincles amb les persones. Tothom que ha tingut relació amb ell té una història sobre el moment en què va sentir que Obama l'escoltava profundament i el comprenia". I relatava, a més, una seva experiència personal amb el candidat. L'habilitat d'Obama és escoltar i teixir complicitats. "Són dues formes diferents de veure el món: Obama emfatitza les connexions entre la gent, les xarxes, els vincles. Aquest tipus de vinculacions són invisibles als ulls dels seus rivals: però ell les percep, perquè ell és un comunitarista", diu Brooks. Obama creu que només es poden fer canvis polítics profunds si primer es canvia l'esperit de la comunitat. En els seus discursos afirma que els canvis polítics profunds es fan a partir del compromís personal en un moviment col·lectiu. El seu mot clau és "vosaltres". Altres polítics parlen del que faran si són escollits. Obama parla del que farà el poble unit. Com un organitzador o dinamitzador comunitari a gran escala, està intentant treure a la gent del seu cinisme, fer-los creure en sí mateixos i mobilitzar la seva energia comuna. I per fer-ho utilitza, amplifícades per tots els mitjans de comunicació al seu abast, tant els clàssics com les noves tecnologies de la informació i la comunicació, les seves habilitats personals, la seva agudíssima intel·ligència emocional. Per molta i molta gent al llarg del país "parlar amb ell es sentir-se escoltat, comprès i respectat". La visió inspiradora d'una societat no jerarquitzada, que nodreix alhora els vincles humans i la llibertat individual, és central en el discurs d'Obama, i és creïble, més enllà de les paraules, gràcies a la seva habilitat comunicativa i al seu exercici continu d'escolta i respecte per les persones. El respecte és una de les necessitats més agudes de les persones en el segle XXI, en la "era de la fragmentació". Com assenyala el reconegut sociòleg Richard Sennett en el seu llibre *El respecte*, els reptes centrals de la nostra vida en aquest moment històric són: ésser capaç de definir-se a través de constants mutacions professionals en absència d'institucions capaces de proporcionar un sentit a la vida, donar la talla en una societat en què el talent ja no es valora i les competències dels individus queden ràpidament obsoletes i buscar un lloc des del que mantenir vincles amb el passat. En aquest sentit el respecte és fonamental per als individus, el respecte és terapèutic davant aquestes dificultats. La trajectòria i el perfil del candidat han transmès de la millor forma possible i per tots els canals aquest respecte, aquest reconeixement del

valor de tots i cadascun dels i les membres de la comunitat. Això ha estat clau perquè tots els que no són WASP hagin confiat en ell. Obama ha fet creïble, més enllà dels canals de comunicació política habituals, que les energies democratitzadores que convergeixen en ell són la promesa d'un terreny polític on la pluralitat social es pugui veure reforçada.

La campanya

La campanya d'Obama, especialment els seus discursos, han estat dissenyada per evocar i suscitar poderoses respostes emocionals entorn de dos conceptes més emocionals que programàtics: esperança i canvi. Així s'ha anat creant, al llarg dels mesos, un fort vincle de lleialtat entre Obama, la seva organització i els seus votants.

La coherència entre la teoria comunitarista, la trajectòria personal i professional i l'experiència de dinamitzador comunitari del candidat i la seva intel·ligència emocional i relacional, estan a la base de la seva credibilitat. La coherència s'ha fet evident en el seu equip de campanya. La selecció que va fer dels seus membres i el seu estil de direcció han demostrat amb fets les seves creences i capacitats. Durant les primàries demostraven treball en equip i respecte mutu, mentre els enfrontaments sovintejaven en l'equip de "figures" contractat per Hillary Clinton.

L'equip d'Obama era molt divers, dirigit per un *senior*, però amb figures extremadament joves, com el ja cèlebre Chris Hugues (24 anys), i que treballava molt unit.

Durant les presidencials un dels gran temes de la campanya ha estat la crisi de lideratge, i Obama i McCain eren dues formes de respondre a aquesta crisi. La manera de explicar, però també de demostrar amb fets, el tipus de lideratge pel que opta Obama: emocional, solidari, cooperatiu, flexible i pragmàtic, que és el que l'ha portat a la victòria. És aquest estil de lideratge adaptat al moment actual, que ha fet al seu equip capaç de créixer i generar l'adhesió de milers de voluntaris arreu del país. Obama ha portat a la política allò que triomfa en altres àmbits de la vida: l'atracció del talent, la creació d'equips entre els millors i els més disposats a treballar. El millor, segurament, David Axelrod, el gran estratega que va aconseguir, entre altres coses, fer de la vida del candidat un relat i una icona.

En l'esmentat article de David Brooks, aquest afirmava, comparant Obama amb McCain, que tots dos atrauen els independents, que tots dos ofereixen una política gran i inspirada, però tenen cosmovisions molt diferents i filosofies morals molt diferents. Les virtuts que celebra Obama són les del comunitarisme (solidaritat i valors compartits); en canvi,

Si la intel·ligència emocional és l'habilitat del subjecte per controlar l'emoció, transmetre-la de forma adequada i percebre la dels altres, hem de dir que Barack Obama és un home que ha demostrat ésser un "geni emocional"

McCain celebra les virtuts clàssiques com l'honor (i l'individualisme). És a través de la seva conducta i dels seus discursos que aquesta visió comunitarista ha arribat als electors, connectada, a més, amb algunes de les grans figures de la història política americana, des de Lincoln als Kennedy.

Obama ha dit als ciutadans que per canviar caldrà treballar plegats. Com va fer JFK, John F. Kennedy: "No pensis el que el teu país pot fer per tu sinó el que tu pots fer pel teu país". "No us faré la vida més fàcil: venen temps durs. Hem de treure el millor de nosaltres mateixos". Com va fer Bobby Kennedy 40 anys enrere: "Les persones poden ésser egoistes, però també compassives i generoses, i ocupar-se del seu país. Però no quan es senten amenaçades. Segons les decisions que prenem anirem en una o altra direcció. Penso que la gent desitja escollir el bon camí, però necessita lideratge. Té fam de lideratge". Obama vol liderar la gent perquè treguin el millor de sí mateixos. També Michelle Obama ha subratllat aquests aspectes durant la campanya: "Barack Obama us demanarà que treballem. Us demanarà que abandoneu el vostre cinisme, que deixeu enrebre les vostres divisions, que sortiu del vostre aïllament, que abandoneu les vostres "zones de confort", que us esforcem a ésser millors i us comprometem". I ha estat humil, i ha advertit que pot fracassar i equivocar-se, actituds "tabú" en la política convencional. S'ha adreçat a una Amèrica que vivint sota el *mantra* de guanyar a qualsevol cost, dividint el món en guanyadors i perdedors, i ignorant la responsabilitat social, nacional i planetària, ha arribat a la situació de greu crisi social i política que té ara. I ho ha fet abandonant aquest credo, i proclamant que equivocar-se és humà, i que és necessari treballar plegats per tenir èxit.

Alguns moments decisius

Hi ha hagut al llarg del temps algunes situacions i alguns discursos en que hem pogut veure cristal·litzades algunes d'aquestes qüestions.

El discurs de la convenció demòcrata de 2004.- Va ésser un dels moments claus per llançar la opció Obama, en la Convenció del Partit demòcrata per donar suport a John Kerry. El discurs magnífic que hi va pronunciar Obama i l'actitud amb què ho va fer eren un destil·lat del seu treball polític anterior i ja contenien algunes de les claus de la seva campanya presidencial posterior.

Idees poderoses radicalment democràtiques i simples que entronquen amb la millor tradició política americana comuni-

cares amb claredat i amb força. "El nostre orgull està basat en una simple premissa que ja conté la declaració feta 200 anys enrere: nosaltres sostenim aquestes veritats en l'evidència que tots els homes són creats iguals, i que han estat dotats pel seu Creador d'alguns drets inalienables. Per sobre de tot, la vida, la llibertat i el dret a la conquesta de la felicitat". "Aquest és el verdader geni d'Amèrica, la fe en el simple somni d'un poble, la insistència en els petits miracles. Si podem posar els

Obama creu que només es poden fer canvis polítics profunds si primer es canvia l'esperit de la comunitat. Afirmar que els canvis polítics profunds es fan a partir del compromís personal en un moviment col·lectiu. El seu mot clau és "vosaltres". Altres polítics parlen del que faran si són escollits. Obama parla del que farà el poble unit

nostres fills al llit al vespre i acotar-los confiadament. Si sabem que podem pensar i escriure el que pensem, sense temor que algú enmig de la nit truqui a la nostra porta. Si podem tenir una idea i engegar el nostre propi negoci sense pagar un suborn o contractar el fill d'algú. Si podem participar en el procés polític sense por i sense cost i sabent que els nostres vots comptaran.... " I amb la idea de comunitat per damunt de tot: "La creença que

estem connectats com un sol poble. Si hi ha infants al sud de Chicago que no saben llegir, això m'afecta, encara que no siguin fills meus. Si hi ha gent gran al país que no pot pagar les seves medicines i ha de triar entre comprar-les i pagar el lloguer això empobreix la meua vida, encara que no siguin els meus avis...." I l'enorme poder mobilitzador de les emocions vinculades a l'esperança i el canvi, (*Hope, change*) "Aquesta nit si sentiu la mateixa energia que jo, la mateixa urgència, la mateixa passió, la mateixa esperança, (...) si fem el que cal fer s'acabarà la obscuritat política (...) i arribaran dies brillants."

Les primàries.- La campanya d'Obama va aconseguir crear vincle i generar fortes respostes emocionals i sentiments d'identificació en amplis grups de la societat americana. Hillary Clinton només va aconseguir la mateixa intensitat amb l'electorat femení de la generació del *baby boom*. Clinton es va refiar dels experts en enquestes i en màrqueting per prendre les decisions d'estratègia de campanya, segmentant el seu missatge en funció de les demandes dels diferents grups de població, i això va convertir la seva campanya en un conjunt de promeses electorals fragmentades. Va utilitzar promeses de transacció, programàtiques, en lloc de vincles emocionals, i es va equivocar. La campanya de Clinton és una mostra del fracàs del disseny de campanyes electorals basades en les enquestes com a base per entendre qui són i què volen els electors. Davant la potència de la comprensió genuïnament humana basada en la connexió directa per comprendre les necessitats de la gent, les enquestes de mercat no van funcionar.

Els debats amb John McCain.- Els debats amb John McCain al llarg de la campanya presidencial, varen ésser un altre moment clau per comparar els perfils personals d'un i altre candidat. La premsa va criticar molt durament la manca

de respecte mostrada per McCain envers Obama, en el primer dels debats. Un tracte que ratllava el menyspreu vers un candidat diferent, afroamericà, que a més d'ésser el candidat demòcrata representava noves idees, joventut, diversitat,... la seva incapacitat de mirar-lo als ulls, de mirar-lo a la cara, fou interpretada com una manca de maduresa emocional (sic). Si no era capaç de mostrar respecte vers Obama, segurament no podia ésser capaç, com a president, de treballar amb la ciutadania no WASP. Segurament s'envoltaria només de persones com ell, sense incloure al seu equip la diversitat, la joventut i les noves idees que el país evidentment necessita. Obama propugna que cal deixar enrere la confrontació, la guerra de civilitzacions, i entrar en una era de col·laboració i cooperació. I ho demostra (altre vegada la coherència), amb la seva conducta vers McCain, responant amb respecte a la manca de consideració,

escoltant-lo, malgrat no ésser escoltat, essent educat malgrat rebre un tracte descortès. Steve Brandt, expert en desenvolupament sostenible, en un article titulat "En el debat: És el factor de maduresa emocional, estupid!" deia comentant el debat (27-09-09): "Podeu imaginar John McCain—que no pot ni tan sols mirar als ulls a Barack Obama—acollint Barack Obama a la Casa Blanca com el seu aliat, en la fase postelectoral, en la construcció del gran segle XXI a Amèrica? Jo he de dir, ja em sap greu, que no. No després de veure la seva conducta d'ahir a la nit". El factor emocional de nou va ésser la clau.

La nit de la victòria a Grant Park.- Va ésser el clímax de la campanya i un moment històric pel seu caràcter global. L'aparició pública d'Obama d'aquella nit passarà, segur, a la història de la política. També a la de la comunicació. La barreja de poder, alegria, tristesa i cansament, com van escriure Kathlyn i Gay Hendricks, mostrava una persona sencera. Deien aquests experts en relacions personals que quan Obama va pujar a l'estadi, varem poder veure un home encarnant un complex conjunt de sentiments: cansament lògic, tristesa deguda a la recentíssima mort de la seva àvia i alegria per la victòria. "Cal ésser una persona profundament integrada per deixar que sigui visible el teu dolor en la nit d'una victòria tan aclaparadora. Aquesta és la clau de la seva personalitat i és un bon presagi per la seva futura presidència. Cal una enorme força per permetre per estar còmode mostrant la teva vulnerabilitat", com estava Obama. I a més no hi havia senyals ni en el candidat electe ni en la multitud d'eufòria agressiva de triomf. No era una victòria "contra", era una victòria positiva. Va ésser també molt emocionant veure el llenguatge corporal d'Obama al final, en la forma fàcil en què va acollir la seva família i la de Joe Biden al escenari. "Va semblar que es fonia entre ells, com si sabés en

el més profund del seu ésser que res del que estava passant era un tema que estigués relacionat amb ell com un ego individual. D'alguna manera, malgrat tota l'adulació i la glòria Obama mostrava el que ha mostrat magistralment al llarg d'aquest temps: que ell és un més de la col·lectivitat."

El discurs d'aquella nit, magistral, ha estat abastament analitzat i recollit en els mitjans de comunicació. Va ésser una mostra de la seva millor retòrica, la que, com deien els pitagòrics, és capaç d'arrossegar l'ànima, d'ésser una "medicina de l'ànima". Empatia, credibilitat i autenticitat es comunicaven a través del discurs, tot i que l'aspecte, l'actitud i la comunicació no verbal també hi van tenir una importància fonamental.

El domini de l'emoció del candidat i la campanya han portat Amèrica a mirar el futur emocionalment en aquest moment històric. El missatge de canvi ha convençut la majoria d'americans, al marge de l'ètnia, la cultura, les creences i les classes socials de que Amèrica és el lloc on totes les coses són possibles, com va dir Obama en el seu discurs. "Curar-se", canviar, és possible.

La connexió amb les dones i els joves

A més de la capacitat de connexió de Obama amb les minories i, especialment amb la població afroamericana, la seva capacitat de connectar amb les dones i els joves ha estat també un factor fonamental en la victòria.

Les dones.- Em confesso inicialment partidària de Hillary Clinton, com tantes altres dones, per la icona que representava el fet de veure una dona presidenta dels EEUU. Però al final, com s'ha dit repetidament, Obama ha guanyat gràcies, en gran part, al suport de les dones. Per què? Deia Nancy Fraser, coneguda teòrica feminista: "Per les feministes que aspiren a canviar el paisatge polític, i les regles del joc, i a mobilitzar les energies des de baix i a eixamplar l'espai públic i revitalitzar el debat públic, l'opció és Obama. La visió inspiradora d'una societat no jerarquitzada que nodreix alhora els vincles humans i la llibertat individual present en el discurs d'Obama fa que les energies democratitzadores que convergeixen en ell prometin crear un terreny en què el feminisme pugui florir." Com va escriure, per exemple, Mary Lou Quinlan, a qui cita Antoni Gutierrez-Rubi, en un dels seus articles sobre el tema: "Potser la dona era Obama". Obama és un home educat per dones, voltat de dones fortes, la mare, l'àvia, l'esposa, la sogra, les filles, i s'ha esforçat a mostrar que respecta les dones com a persones. En el seu discurs d'acceptació, el magnífic i magistral discurs de la victòria, va fer-ho

La visió inspiradora d'una societat no jerarquitzada, que nodreix alhora els vincles humans i la llibertat individual, és central en el discurs d'Obama, i és creïble, més enllà de les paraules, gràcies a la seva habilitat comunicativa i al seu exercici continu d'escolta i respecte per les persones. Escoltar i teixir complicitats són la seva habilitat

de nou. S'ha identificat pública i reiteradament amb els valors del feminisme i ha practicat valors associats històricament a les dones en un món en què el model masculí, el patró socialment dominant durant tants anys, està en crisi.

La figura de la seva dona, Michelle, ha estat també molt important en aquest sentit. La que ell va anomenar “la roca, la seva gran amiga dels darrers 16 anys, el seu gran amor, la mare de les seves filles i la seva força”, i el tracte respectuós i la relació igualitària que han mostrat públicament, ha estat un gran actiu per Obama. En una societat com l'americana, que és molt sensible a la presència pública de la parella i la família dels candidats, ella ha sabut trobar el seu lloc. No és l'acompanyant discreta, ni un ornament: és qui manté el realisme i el seny, a més d'èsser elegant, intel·ligent, educada i amb una forta i sòlida personalitat. Ha parlat durant la campanya, del seu marit i també de valors, d'emocions, i de sentiments, sumant actius.

Els joves.- El vot dels joves de 18 a 29 anys, l'anomenada generació del mil·lenni, ha estat un altre factor important a la victòria de Obama. Es tracta de joves de totes les races i els orígens que són els principals usuaris de les tecnologies de la informació i la comunicació que la seva campanya ha utilitzat amb un èxit sense precedents. El rebuig dels joves envers la comunicació jerarquitzada de dalt a baix i la seva capacitat de detectar la falsedat, els missatges precuinats i prefabricats, han ajudat la penetració de la campanya d'Obama. Ell ha sabut traslladar el seu coneixement de les xarxes humanes reals al món virtual. Ha sabut, així, penetrar en les xarxes socials *online*, i utilitzar Internet per generar fluxos de comunicació *bottom-up*, de baix a dalt, connectant amb el desig d'autenticitat d'aquests joves i ho ha fet amb credibilitat.

El factor emocional, en resum, ha estat vital per mobilitzar l'energia de tots pel canvi. ■

El discurs de la victòria en píndoles

Fragments del discurs d'Obama de la nit electoral, seleccionats per l'autora, que il·lustren el valor del factor emocional en la mobilització de l'elector nord-americà en favor del canvi.

- “Si hi ha algú que encara dubta que Amèrica és el lloc on tot és possible; que encara es pregunta si el somni dels nostres fundadors és viu entre nosaltres, que encara qüestiona el poder de la nostra democràcia, aquesta nit és la seva resposta.”
- “És la resposta que han donat les cues al voltant de les escoles i les esglésies en quantitats que aquesta nació mai no havia vist; la resposta que ha donat la gent que ha esperat tres i quatre hores –molts d'ells per primera vegada a la seva vida– perquè han cregut que aquest cop havia de ser diferent i que la seva veu podia ser la diferència.”
- “És una resposta pronunciada per joves i vells, rics i pobres, demòcrates i republicans, negres, blancs, llatins, asiàtics, nadius-americans, gais, homosexuals, discapacitats i no-discapacitats; americans que han enviat un missatge al món: mai no hem estat una col·lecció d'estats vermells i d'estats blaus: nosaltres som, i sempre serem, els Estats Units d'Amèrica.”
- “És la resposta que ha fet que aquells que havien estat titllats de porucs i cíncics per tanta gent i durant tant de temps, que estaven plens de dubtes sobre allò que som capaços d'aconseguir, hagin posat les seves mans a l'arc de la història per a corbar-lo un cop més cap a l'esperança d'un dia millor. Hem esperat molt de temps, però aquesta nit, gràcies a això que hem fet avui, en aquesta elecció i en aquest moment decisiu, el canvi ha arribat a Amèrica.”
- “Però per sobre de tot, mai no oblidaré a qui pertany de veritat aquesta victòria: us pertany a vosaltres“ (...) Aquesta és la vostra victòria. Sé que no heu fet això només per guanyar unes eleccions. I sé que no ho heu fet per mi. Ho heu fet perquè enteneu l'enormitat de la tasca que ens espera”
- “Amèrica, hem anat molt lluny. Hem vist moltes coses. Però queda molt més per fer. Així que aquesta nit preguntem-nos a nosaltres mateixos: si els nostres fills viuen per veure el proper segle, si les meves filles són tan afortunades de viure tant com l'Ann Nixon Cooper, quin és el canvi que veuran? Quin progrés haurem fet?”
- “Aquesta és la nostra oportunitat de respondre a aquesta crida. Aquest és el nostre moment. Aquest és el nostre temps: posar la nostra gent a treballar una altra vegada i obrir les portes de l'oportunitat per als nostres fills; restablir la prosperitat i promoure la causa de la pau; reclamar el somni americà i reafirmar aquesta veritat fonamental: que entre molts, en som un; que mentre respirem, esperem; i que allí on ens trobem amb la desconfiança, amb el dubte i amb aquells que ens diuen que no podem, nosaltres respondrem amb aquesta fe eterna que convoca l'esperit de la gent: Sí, podem.”