

Elecciones en EEUU: el negocio de la democracia

CELAG.ORG :: 09/11/2020

Los millones de dólares y de intereses corporativos detrás de las elecciones estadounidenses desvirtúan por completo su esencia democrática

Las elecciones del 3 de noviembre en Estados Unidos de América (EEUU) fueron las más caras de la Historia del país. Los 14.000 millones de dólares batieron los propios récords -en 2016 fueron “sólo” 6.500 millones- de una democracia basada en el espectáculo y el marketing político, donde la publicidad es esencial (se calcula que en 2016 hubo 13.572 anuncios electorales).

Las cifras de la campaña electoral estadounidense son abrumadoras y muestran la barrera de clase que separa a la política profesional de la mayoría de su electorado. Los líderes, tanto demócratas como republicanos, pertenecen, a una élite de poder o deben estar avalados por ella. Nadie puede presentarse a la carrera presidencial de EEUU si no es directamente millonario o logra recibir ingentes cantidades de dinero por parte de los donantes para sufragar todos los gastos de una campaña que puede extenderse por más de un año.

Aunque un porcentaje de las donaciones proviene de trabajadores de distintos sectores, el grueso de la financiación pasa por el respaldo de grandes empresas o individuos ricos que después exigen su “recompensa” en la forma de contratos públicos o influencia política. De hecho, el 93% de los estadounidenses cree que sus representantes escuchan más a los donantes que a los votantes comunes y corrientes.

EEUU es un país cada vez más polarizado. Para dimensionar, el 1,3% del total del costo de las elecciones (188,1 millones de dólares) fueron donados por distintas uniones de trabajadores que en su mayoría financiaron al Partido Demócrata (87%), contra el 13% que financió al Partido Republicano: entre otros, Unión de carpinteros, educación, empleados del Estado, enfermeras, trabajadores del sector eléctrico, entre otros. La clase trabajadora estadounidense ha disminuido su afiliación sindical, pues desde 1983 a la fecha, bajó de 20,1% de trabajadores asalariados sindicalizados a 10,3%.

Para algunos analistas, la democracia estadounidense funciona como un negocio o una “inversión”. Quizás esto sirva para las élites pero, ¿cuál es la inversión que hace la clase trabajadora estadounidense en estas elecciones? Votar indirectamente por un candidato millonario de cuna, Donald Trump, que dice protegerlos mientras apuesta por enriquecer a las grandes empresas del país; o votar por un candidato, también millonario pero “hecho a sí mismo”, Joe Biden, que representa el sector más moderado de un partido que ha mostrado serias dificultades para atender las necesidades de los grupos más desfavorecidos de la sociedad.

La gran paradoja de estas elecciones es que tanto las “minorías”, como la clase trabajadora en general, de preferencia demócrata, solo han podido votar por Joe Biden si querían echar

a Trump, un candidato que no se ha caracterizado por su sensibilidad racial, su feminismo o su interés por los problemas de los más de 34 millones de estadounidenses, en su mayoría mujeres, que viven en la pobreza, algunos incluso a pesar de tener trabajo.

Arantxa Tirado, Aníbal García Fernández, Silvina Romano y Tamara Lajtman

<https://www.lahaine.org/mundo.php/elecciones-en-eeuu-el-negocio>