

Xifres de campanya

Com hem d'analitzar aquestes eleccions nord-americanes? Doncs bé: tot i que segurament hi ha mil maneres de veure la campanya del 2004, en *The Hotline* vam pensar que fer un seguiment dels números seria una bona idea. En la carrera d'enguany, s'han gastat milers de milions de dòlars en publicitat, enquestes, enviaments massius i tanques publicitàries. Per aconseguir una bona perspectiva de la campanya d'enguany, hem recollit les dades i hem analitzat la despesa als estats decisius, però també als altres estats. Ací teniu un retrat de les nostres dades.

Hi havia més estats decisius enguany dels que mai hi havia hagut, d'ençà del 1992. Aquell any, més de la meitat dels estats dels EUA foren etiquetats d'objectius de campanya (26), cosa que es traduí en molts espots televisius a les cadenes locals. La campanya, des del punt de vista del finançament dels partits, va rebre l'empenta decisiva gràcies a l'aprovació de la llei de finançament de les campanyes, que permetia a les persones físiques contribuir amb un màxim de 2.000 dòlars per candidat (fins aleshores, la xifra màxima era de 1.000 dòlars). Això va enriquir un sector dels mitjans, en aquest cas les televisions locals. Segons TNSMI/CMAG, que fa un seguiment de la despesa televisiva, des del 3 de març fins al 28 d'octubre els partits han gastat 575 milions de dòlars en publicitat dels candidats. Això implica que s'han gastat més de 2 milions de dòlars per cadascun dels sufragis electorals que calen per guanyar les eleccions presidencials (és a dir, 270).

Tot i que, en teoria, l'augment de la possibilitat de contribució individual havia d'afavorir el president Bush, el senador John Kerry i els aliats demòcrates han gastat més que els republicans, en els cinc estats considerats clau (Florida, Iowa, Ohio, Pennsilvània i Wisconsin). En aquests cinc estats, els candidats han invertit més de la meitat dels diners totals que han destinat als anuncis televisius (és a dir, uns 380 milions de dòlars, dels 575 totals).

Aquestes són les xifres de despesa en propaganda per televisió, comptant des del mes de març: a Florida, els demòcrates i John Kerry han gastat 2,6 milions de dòlars per vot electoral (n'hi ha 27), i els republicans, amb Bush, 1,7 milions. A Ohio, els demòcrates s'han gastat quasi 3,4 milions de dòlars per guanyar-ne els 20 sufragis, mentre que els republicans s'hi ha gastat 1,8 milions per vot. A Pennsilvània, amb 21 sufragis electorals, els demòcrates hi han posat 2,2 milions de dòlars per sufragi, i els republicans, 1,4. A Iowa, els demòcrates, 1,6 milions de dòlars, per aconseguir-hi 7 vots, comparats amb l'1,2 milions dels republicans. I, a Wisconsin, també els demòcrates s'han gastat més diners (uns 2 milions per vot, mentre que els republicans han esmerçat 1,3 milions de dòlars per cadascun dels 10 sufragis electorals).

A més de les cadenes de televisió, però, hi ha més gent que s'ha beneficiat dels diners de la campanya. Per exemple, el servei de correus nord-americà (US Postal Service), que carrega 11 cèntims per cada peça de propaganda política directa. Com que han enviat un mínim de 15 milions de peces a cadascun dels cinc estats decisius, es calcula que els ingressos

de correus han estat més de 8 milions de dòlars en aquesta campanya. Les enquestes també han superat tots els rècords, per tal com se n'han fet més, i en més estats que mai. Gairebé un 1 per cent dels votants registrats de Florida i d'Ohio han participat en algun sondeig d'opinió. En total, s'han fet entrevistes a 50.819 persones de Florida, comptant totes les enquestes, des del 3 de març i fins al dia de les eleccions. A Ohio, el nombre de persones consultades arriba a les 37.871. A Iowa i New Hampshire, com que a més de ser estats clau en les eleccions primàries també han estat considerats objectius de campanya, hi ha més d'un 8 per cent de votants registrats que han participat en alguna enquesta, des de l'1 de gener del 2003 fins al dia de les eleccions.

A més a més, com és habitual en campanya, els estats decisius han rebut una gran quantitat de visites dels candidats i dels seus vicaris. La major part de l'any, alguns estats crítics han deixat de banda l'obscuritat en què viuen la resta de la legislatura. Des de març, hi ha sis estats que Bush ha visitat més de deu vegades: Pennsilvània (30 viatges), Ohio (20), Florida (19), Wisconsin (14), Iowa (13) i Michigan (11). Al llarg del mateix període de temps, Kerry ha visitat set estats més de deu vegades: Ohio (29), Pennsilvània (24), Florida (23), Wisconsin (17), Califòrnia (12), Iowa (11) i Missouri (10). Ohio fou la destinació més habitual dels companys dels candidats presidencials al mes d'agost: el vicepresident, Dick Cheney, hi va anar 13 vegades, i el senador John Edwards, 17. També Laura Bush va visitar l'estat d'Ohio 12 vegades. Teresa Heinz Kerry, en canvi, va fer més visites al seu estat, Pennsilvània. Només hi ha un estat que cap dels dos candidats no ha visitat: Vermont.

En total, George W. Bush ha trepitjat 48 estats tot al llarg de la legislatura i durant la campanya. Encara no ha anat mai a Rhode Island. I John Kerry n'ha visitat 46, i ha oblidat Hawaii, Montana i Nebraska.

“Kerry i els aliats demòcrates han gastat més que els republicans en els cinc estats clau, on han invertit més de la meitat del que s'ha destinat als anuncis de TV”

Hi ha altres estadístiques que podríem destacar, com ara el nombre de vegades que han pronunciat determinades frases. Al llarg dels primers set mesos de l'any, Swift Boat Veterans, el nom de l'associació de veterans del Vietnam que han criticat el suposat historial heroic de Kerry, ha aparegut 136 vegades a la base de dades LexisNexis, que aplega els articles de diaris i revistes i també les transcripcions televisives. Al mes d'agost, la base de dades va arribar a comptabilitzar 2.814 referències a aquest terme, una mitjana de 100 referències cada dia als mitjans de comunicació.

Enguany hi ha hagut, com sempre, una sèrie d'estadístiques sobre les anomalies de la campanya dels candidats a la Casa Blanca i al Senat. Bill Jones, candidat republicà a Califòrnia, tot i que ja porta trenta anys d'ofici, no ha gravat un sol spot de televisió. Al voltant del 15 per cent dels candidats a la Cambra de Representants no ha tingut oposició, enguany: 63 diputats no tenien cap tipus d'oposició de l'altre partit important.

Al Senat, bàsicament format per blancs mascles, només hi havia dos candidats que no complien aquesta premissa: el de Florida i el d'Illinois. En una de les campanyes més dures que hi ha hagut enguany al Senat, Tom Daschle, de Dakota del Sud, va assolir un rècord d'emissions televisives en la història del país. Va co-

mençar amb espots sobre la guerra, el juliol del 2003, i d'aleshores ençà no ha parat de gravar-ne.

La redistribució dels districtes electorals de Texas ha provocat que la junta electoral, que abans dominaven els demòcrates, ara la dominen els republicans (això només afecta els casos d'empats i de recursos electorals).

Pel que fa al nombre de sufragis electorals, a les despeses extraordinàries i als vols maratonians, l'elecció d'enguany ha estat intensa. Els mitjans de comunicació han augmentat la cobertura de la campanya, també. La cadena C-Span ha recollit 4.050 trucades al programa matinal *Washington Journal* al voltant de les eleccions. Ha dedicat més de 1.000 hores a cobrir la campanya, incloent-hi 101 debats entre candidats al Senat, a la Cambra de Representants i a governadors. El primer esdeveniment televisat, durant les primàries demòcrates, fou un sopar per recollir fons que van presidir, el gener del 2003, Dick Gephardt, John Kerry i Howard Dean.

Els tres setmanaris més importants (*Time*, *Newsweek* i *US News & WorldReport*) tampoc no ens han decebut: han dedicat 36 portades als candidats presidencials des de gener del 2003. Kerry apareixia en 19; Bush, en 20; i Dean, en 7.

Les dades s'han de completar amb la contribució que fan a la campanya els

comediants dels programes nocturns de televisió. Mentre comptàvem el nombre d'acudits sobre els candidats més importants, ens hem trobat amb aquest, de Jay Leno, el 8 de desembre del 2002, un dia molt fred a la costa est: "De fet, ahir el vent bufava tan fort a Massachusetts que fins i tot a John Kerry se li va moure un cabell del lloc." Leno va explicar, aleshores, a l'audiència: "És que, com que és un probable candidat, volia fer-ne el primer acudit."

Ara que ha acabat la campanya del 2004, penseu que hi ha uns quants futurs candidats presidencials que ja compten els 1.461 dies que falten fins al dia de les eleccions del 2008. Howard Dean i Hillary Clinton han fet campanya o han recollit fons per a uns 30 candidats a la Cambra de Representants, al Senat o a governadors dels estats. Wesley Clark ha fet campanya a favor d'uns 20 candidats. Rudy Giuliani, d'uns 12. John McCain, de 20. El governador George Pataki, de Nova York, ha assolit el rècord, perquè ha acompanyat més candidats a governador que qualsevol altre futur candidat presidencial del país.

Chuck Todd és director del 'The Hotline', un diari d'informació política

© *The New York Times* - EL TEMPS
Traducció: Maite Insa

I el dèficit públic?

A vegades s'argumenta que tots hauríem de tenir la possibilitat de votar quan s'elegeix el president dels Estats Units d'Amèrica, ja que el resultat de les eleccions també ens afecta, a nosaltres.

En aquest sentit s'ha expressat el setmanari britànic *The Economist* en la seva edició de la setmana electoral. *The Economist* ha dit el que pensa als seus lectors, dels quals quasi la meitat són

ciutadans nord-americans. Recomanava el vot per al candidat demòcrata John Kerry. Han perdut, i no són els únics ni dins ni fora dels Estats Units.

Ara ens toca pensar com serà la política econòmica durant el segon mandat del president Bush.

Hi ha elements per pensar, per esperar, que el president reelegit rectificarà algun dels seus comportaments. Les mesures preses per l'administració

Bush durant els passats quatre anys han de ser qualificades de molt negatives pel que fa a l'evolució de l'economia americana a mitjà termini. Bush va rebre un pressupost públic equilibrat i ha provocat un enorme dèficit que els ciutadans del seu país hauran de pagar en el futur.

Certament, algú pot explicar que aquest dèficit, que té el seu origen en un gran increment de la despesa pú-