



«Siga la pista del dinero». Esa fue la indicación funda-

mental que recibió, hace 40 años, en la penumbra de un parking de Rosslyn (Virginia), el periodista **Bob Woodward** del *Washington Post*. *Garganta profunda* fue la fuente anónima que le permitió centrarse sobre lo relevante para desenmascarar la trama del Watergate que acabó con la presidencia de **Richard Nixon**. Tuvimos que esperar 33 años, hasta el 2005, para conocer su identidad secreta: se trataba de **Mark Felt**, número dos del FBI en aquel entonces.

Hoy, en el contexto de las elecciones norteamericanas, el dinero sigue siendo la clave. La sentencia del Tribunal Supremo *Citizens United*, de enero del 2010, en la que se levantaron algunas de las restricciones a las donaciones políticas de entidades privadas, ha provocado que cada vez aparezcan más organizaciones -fuera de los partidos- que pagan enormes cantidades de dinero para favorecer o para atacar a un candidato/a. A través de la creación de grupos paralelos a las campañas de los candidatos (llamados supercomités de acción política o Super PACs), el dinero fluye libremente, sin excesiva transparencia y con unas normas de supuesta contención (como la de no poder coordinarse con los candidatos) que ya se han probado inservibles. Actualmente estos Super PACs no están obligados a revelar la identidad de sus donantes. La campaña de **Obama** ha recaudado ya más de 140 millones de dólares, mucho más

BORN IN THE
USA



ANTONI
Gutiérrez-Rubí

Siga la pista del dinero

de lo que habían recaudado sus rivales republicanos juntos. Pero los Super PACs que están detrás de los conservadores han puesto a su disposición 34 millones de dólares, frente a los 4,2 del presidente de EEUU.

Es pues en el ámbito de influencia republicano donde más PACs hay, destacando American Crossroads, la organización antidemócrata creada por **Karl Rove**, el gurú político de las campañas republicanas. Debido al dinero invertido, estos grupos externos tienen hegemonía en los medios de comunicación. Un ejemplo: en las elecciones de noviembre del 2010, American Crossroads invirtió más de 65 millones de dólares en publicidad antidemócrata (a sumar a la del Partido Republicano a favor de sus candidatos y al dinero del que disponía cada uno de ellos) en los medios de comunicación, especialmente las televisiones de los estados en que la elección estaba más discutida. En el caso de **Mitt Romney**, en el momento en que quedó como único candidato, los PACs se volcaron para ayudarlo.

El citado American Crossroads es el más destacado, con 25 millones de presupuesto por ahora, pero existen otros muchos como Americans for



►► Obama, en un mitin electoral.

La posibilidad actual de recibir donaciones sin límites traslada el juego al terreno de los lobis

Prosperity o Restore our Future (apoyado por el magnate de Eurovegas, **Sheldon Adelson**). Su objetivo es llevar a cabo una durísima campaña anti-**Obama**, más que ir a favor de **Romney**. Lo mismo ocurre con la campaña de **Obama**, cuyos PACs de apoyo atacan sin piedad a **Romney**, como por ejemplo Priorities USA Actions y USA Action.

Recursos enormes

Como estamos viendo, estos grupos usan su dinero e influencia para impulsar campañas negativas en contra de uno u otro candidato. Y esta campaña electoral se está convirtiendo en una de las más sucias de la historia. Los ataques se producen sobre todo a través de vídeos, subidos primero a Youtube y a las redes sociales e inmediatamente emitidos por las televisiones, especialmente de los llamados *swing states* (aquellos estados donde se dirimirá la contienda electoral).

El dinero se ha convertido en el elemento más determinante y decisivo. La posibilidad de invertir enormes cantidades de recursos, sin límite y casi sin rastro, hace que la competición se traslade del terreno de juego de los candidatos al de los inversores. De los partidos a los lobistas. De las ideas al dólar. **Obama** puede fracasar políticamente si fracasa como recaudador. Así va la cosa. De nuevo, sigan la pista del dinero. ≡

WWW.

Lea los análisis sobre la campaña de EEUU en bornintheusa.elperiodico.com

CASA BLANCA

Obama busca el voto del obrero blanco en una minigira

RICARDO MIR DE FRANCIA
WASHINGTON

Mientras los republicanos tratan de sobreponerse a la decisión del Supremo sobre la reforma sanitaria de Obama, describiéndola como un impuesto, el presidente Barack Obama se embarcó ayer en una gira en autobús por el cinturón industrial del país. Obama visitó ayer Ohio y hoy recalará en Pennsylvania en busca del voto de la clase obrera blanca, golpeada severamente por la crisis económica. A su favor cuenta con un argumento poderoso, el éxito del rescate a la industria del automóvil, de la que se ha beneficiado parte del tejido industrial de ambos estados.

Las encuestas dan cierta ventaja a Obama en nichos del electorado como los hispanos, los negros, los homosexuales o las mujeres, pero la batalla por los trabajadores blancos sigue en el aire y será determinante para decantar el resultado en noviembre. Romney recorrió en su última gira los estados industriales del Medio Oeste, donde los conservadores gastan más en publicidad electoral. ≡



Este verano hemos doblado
los megas a todos

En las Tarifas por Tallas para Hablar y Navegar, tanto si eres cliente como si te vienes a Vodafone y sin que tengas que hacer nada.

Tiendas Vodafone
vodafone.es

power to you

