



:: [portada](#) :: [EE.UU.](#) ::

02-01-2009

Qué es lo que la mayoría del electorado de EE.UU. entiende por cambio

Vicenç Navarro
Sistema

El día 4 de noviembre la población que participó en las elecciones presidenciales de EEUU votó por el cambio, apoyando la candidatura que más se identificó con la imagen del cambio. Y aunque tal candidato vencedor, el Sr. Barack Obama, subrayó la necesidad de cambio, nunca especificó en detalle lo que él quería decir al utilizar el término "cambio". Más claro es, sin embargo, lo que la mayoría del electorado deseaba y entendía por cambio. Y una manera de saberlo fue a través de las encuestas a pie de urna en las que se preguntó a la población que votaba sus deseos y prioridades. Paso a hacer una lista, sin necesariamente definir una prioridad en este deseo.

La mayoría del electorado (el 74%) desea un cambio del sistema de financiación del proceso electoral, eliminando la enorme influencia de los grupos de poder económico y financiero en la vida política del país, influencia que se realiza a través de la financiación privada de las campañas electorales de los candidatos a los puestos elegidos de la democracia estadounidense. Tal influencia es la característica de su sistema electoral que determina una imagen de Washington como el maridaje entre la clase política por un lado y el mundo financiero y empresarial del país por el otro. Tal maridaje es enormemente impopular, como lo atestigua que todos los candidatos en las últimas elecciones presidenciales tuvieron que presentarse como anti-Washington para tener un mínimo de credibilidad política. El candidato Obama es el que más se benefició de este sentir anti-Washington, ampliamente extendido entre la población, al haber sido Senador sólo durante dos años. El hecho de que fuera, sin embargo, el candidato que consiguió más dinero privado del mundo empresarial y financiero (y del 20% de renta superior del país) dificultará que pueda cambiar esta situación. En realidad, no ha hecho ninguna propuesta de anular la privatización del sistema electoral, la mayor causa de la baja calidad de la democracia estadounidense.

Otra demanda popular (68% de la población) es exigir del estado la garantía de que los ciudadanos estadounidenses tengan unos derechos universales (es decir, que abarquen a toda la población), tales como el derecho de acceso a los servicios sanitarios en tiempo de necesidad. El Presidente no ha incluido tal propuesta en su programa, aun cuando retóricamente habla de tal universalización. El estudio detallado de sus propuestas de reforma sanitaria no permite concluir que va a universalizar tal derecho.

La mayoría del electorado (64%) también pide que este aumento de los derechos sociales (que incluyen no sólo la universalización de los derechos de acceso a la sanidad, sino también la universalización del derecho al trabajo) incluya también el aumento de los derechos laborales, favoreciendo la aprobación de una ley que elimine las barreras que pone el empresariado para que la fuerza laboral se sindicalice. El candidato Obama prometió el apoyo a tal ley. El jefe de su gabinete, el Sr. Emanuel, preguntado por el diario liberal The Wall Street Journal si el Presidente Obama apoyaría tal Ley, no respondió, y ello a pesar de que se le preguntó repetidamente.

La mayoría del electorado (62%) también desea que haya un recorte muy acentuado del gasto público militar, transfiriendo tal gasto a las áreas sociales. EEUU gasta un trillón de dólares al año en gasto militar, lo cual significa el 57% de los gastos disponibles del gobierno federal (gasto disponible -discretionary funds- son los gastos que, como la Seguridad Social, no son predeterminados y fijados). Tal gasto es responsable de cinco millones de puestos de trabajo, un número que podría triplicarse si en lugar de gastarse en áreas militares se gastara en áreas sociales, tales como escuelas de infancia, servicios domiciliarios o servicios públicos de sanidad,



que crean más empleo que los gastos militares. Es más, la inversión en tales servicios públicos favorece la integración de la mujer al mercado de trabajo, lo cual crea a su vez una demanda de nuevos puestos de trabajo al tener que producirse en el mercado aquellos servicios que realizaba antes la mujer como ama de casa (servicios como restaurantes, servicios de limpieza, lavandería y otros). El nuevo Presidente Obama no se ha comprometido a reducir el gasto militar. Se ha comprometido a modernizar la industria militar, pero no a reducir tal gasto. Por otra parte, se ha comprometido a aumentar sustancialmente el gasto público en aquellos servicios públicos como medida de estimular la economía, medida altamente popular (el 82% la favorece).

El 64% de la población favorece reformas fiscales progresistas que reviertan la regresividad fiscal introducida por la administración Bush. El candidato Obama tenía en su programa propuestas fiscales progresistas, incluida la eliminación de las ventajas fiscales (para el cinco por ciento de nivel de renta superior del país) aprobadas por la administración Bush. El nuevo Presidente Obama ha hecho declaraciones recientes indicando que pospondrá algunas de estas reformas.

Una última observación. La mayoría de estas posturas no coinciden con las posturas del establishment empresarial y financiero de Washington, que controla los medios de información y persuasión de aquel país. Ejemplo de este control es que Noam Chomsky, el intelectual estadounidense más leído en el mundo, y una de las escasas voces críticas de tal establishment (ver Navarro V., Entrevista a Noam Chomsky. La situación política de EE.UU. Anagrama. 2008), no aparece, por estar vetado, en los medios televisivos más importantes del país (NBC, BBC, CBS y CNN) o en las páginas del New York Times o del Washington Post ¿Cómo puede explicarse que en un país con un control tan elevado de los medios de información, la mayoría de la ciudadanía tenga posturas contrarias a las del establishment? La respuesta es que la población nunca repite miméticamente lo que el establishment político-mediático desea que piense. La información que le llega a la población desde "arriba" (desde los medios de información y persuasión) compite con la información que le llega de "abajo", es decir, de su práctica y experiencia diaria que le llega en su cotidianeidad. Ello explica que si a la población en EEUU se le pide si considera que el sector público sirve a sus necesidades mejor que el sector privado, contestará que favorece al sector privado reproduciendo el mensaje que le llega constantemente de "arriba". Pero si a la ciudadanía se le pregunta en términos que puede relacionarse a su experiencia cotidiana (como por ejemplo las pensiones de sus padres) y se le pide si prefiere la Seguridad Social a una compañía de seguros privada para atender a su pensión de jubilación, la mayoría responde (72% vs 32%) a favor del aseguramiento público. Es también interesante señalar que en EEUU nada menos que el 58% de la población responde afirmativamente a la pregunta "¿desearía usted vivir en una sociedad en que los recursos se distribuyeran según la necesidad de cada persona y se pagaran según los recursos que cada persona tuviera?". Si la pregunta, sin embargo, se planteara de manera distinta, tal como si "preferiría vivir en una sociedad regida por principios socialistas", el 89% respondería que no, resultado de la demonización del discurso y prácticas socialistas en aquel país.

Pero independientemente de la narrativa que se escoja, el hecho más importante a señalar es que hoy la mayoría de la población estadounidense desea cambios significativos en el sistema político-económico del país, cambios que son más progresistas que los que sostiene el establishment político-económico-mediático del país. Que el nuevo Presidente Obama responda a este deseo de cambio dependerá de la presión que la población realice para forzarlo.