

---

Elecciones en EE.UU.: El negocio es el gran ganador

07/11/2016



Estos son los comicios más caros de la historia de Estados Unidos, y tal vez del mundo. El costo de esta elección federal –la presidencial y la legislativa– alcanzará un total de casi 7 mil millones de dólares, superando por más de 500 millones la de 2012, según proyecciones del Centro de Política Responsiva (CRP, por sus siglas en inglés), en Washington.

Sólo en la contienda presidencial, desde sus inicios en las primarias hasta hoy día, es de 2 mil 551 millones de dólares, y en las legislativas –donde está en juego toda la cámara baja más un tercio del Senado– se está gastando 4 mil 266 millones.

El negocio está en la publicidad, en la asesoría política, los encuestadores, más toda una gama de servicios, desde transporte hasta teléfonos y otros equipos de comunicación y más.

El gasto en publicidad a través del país en todas las elecciones presidenciales y legislativas ha superado 2 mil 300 millones de dólares, invertidos en 3.3 millones de spots –casi un millón sólo en la contienda presidencial–, según el Wesleyan Media Project.

La campaña de Clinton ha gastado en publicidad a través de varios medios masivos más de 237 millones de dólares, comparada con la de Trump, que ha erogado sólo 68 millones de dólares, reportó Bloomberg Politics.

Otros grandes ganadores son las agencias e individuos dedicados a la "asesoría política", y un año electoral genera miles de empleos para este sector.

Los fondos donados por diversos sectores a los candidatos y campañas al juego ofrece una idea de quién está buscando influir con recursos a la clase política. Según el CRP, el sector que más fondos invierte en las elecciones federales es el financiero, con un total de 470 millones de dólares, seguido por una categoría llamada "jubilados"; detrás vienen bienes raíces, abogados y bufetes, sector de profesionistas de salud, petrolero (97 millones de dólares), etcétera.

Hasta mediados de octubre, la campaña de Hillary Clinton había recaudado mil 300 millones de dólares, de los cuales 556 millones eran directamente donados a la campaña, otros 544 millones fueron recaudados para la campaña por el partido y comités, y unos 188 millones de dólares de los llamados súper PAC, comités de acción política por donde se pueden canalizar fondos a una campaña, pero simulando que operan de manera independiente de ésta, reporta el Washington Post.

La campaña de Trump ha recaudado un total de 795 millones de dólares: 248 millones a la campaña, otros 487 millones del partido y comités de recaudación y 60 millones de súper PAC.

La influencia de agrupaciones externas, sobre todo los súper PAC, se ha multiplicado a niveles sin precedente después de que la Suprema Corte falló en 2010 que no se podían limitar los gastos de estas entidades, ya que consideró la inversión de dinero en favor o en contra de candidatos o partidos como parte del derecho a la "libertad de expresión". O sea, abrir la puerta a contribuciones ilimitadas de agrupaciones empresariales, individuos, sindicatos y otros.

Los multimillonarios son los que más canalizan sus fondos a través de los súper PAC, y sólo unos 23 de los más ricos han contribuido con unos 88 millones de dólares a la elección presidencial, reportó el Wall Street Journal. Ambos candidatos han criticado la influencia del "gran dinero" en la política electoral del país. Hillary Clinton es, por mucho, la más beneficiada; 19 multimillonarios han donado unos 70 millones de dólares al súper PAC aliado de su campaña. Sólo 4 multimillonarios han dado un total de 18 millones de dólares al súper PAC que apoya a Trump, agregó el Journal con base en cifras registradas ante la Comisión Federal de Elecciones.

El multimillonario más generoso de esta elección es Donald Sussman, fundador de Paloma Partners, un fondo hedge, quien donó un total de 21 millones de dólares al súper PAC de Clinton. El segundo es Robert Mercer, ejecutivo en el fondo hedge Renaissance Technologies, que gastó 13 millones de dólares en apoyo al precandidato republicano Ted Cruz y ahora ha dado otros 2 millones de dólares a Trump.

Otros multimillonarios de este club del lado de Clinton son George Soros y Haim Saban, presidente y dueño mayoritario de Univision y feroz sionista, quien ha apoyado a "sus amigos" Bill y Hillary: este año dio 10 millones de dólares a su súper PAC. Por el lado de Trump están como los más prominentes Sheldon Adelson, dueño de casinos, que dio 10 millones de dólares, y Bernard Marcus, cofundador de Home Depot, que ha dado 7 millones a dos grupos de apoyo al republicano.

Entre los datos más sorprendentes está que aunque Wall Street está donando más dinero que nunca para influir en esta elección, casi nada de esa generosidad se destina a la campaña de Trump. Los fondos hedge y sus empleados han contribuido con más de 173 millones de dólares a las campañas electorales de este año, más del triple de lo que invirtieron en el último ciclo presidencial en 2012, según el CRP.

Pero resulta que Clinton es la beneficiada principal de este sector; Trump no está entre los favoritos desde el inicio. De hecho, algunos de los donantes más grandes del sector financiero, como varios de los principales multimillonarios que apoyan la causa de los republicanos, sobre todo los hermanos David y Charles Koch, decidieron no participar en la elección general presidencial, y han destinado casi todo su dinero para defender el control de ambas cámaras del Congreso, así como como a apoyar a candidatos a gobernador.

De hecho, un cambio dramático comparado con 2012 es que los súper PAC han gastado más en contiendas en el Senado que en la elección presidencial en los pasados tres meses, reportó el Centro de Integridad Pública (CPI, por sus siglas en inglés) en un nuevo informe. En gran parte, afirma, esto es evidencia de que las grandes donaciones que suelen ser empleadas en favor del abanderado republicano en este ciclo se están dedicando a la batalla por el control de Senado.

Por tanto, los demócratas son los que, por lo menos en este ciclo, se han beneficiado más con un fallo de la Suprema Corte que criticaron, al suponer que eso acabaría ayudando a sus contrincantes. Pero ahora resulta que la decisión, y su efecto corruptor que tantos demócratas han condenado, los beneficia. Una docena de organizaciones externas tipo PAC, que recaudaron más de 200 millones de dólares, han invertido más de 110 millones en publicidad en favor de Clinton, mientras los equivalentes de Trump han recaudado menos de la mitad de esa cifra.

Todo esto es resultado, según observadores, de la relación extensa y personal de Clinton con algunos de los donantes más ricos del partido. Eso ha sido justo su flanco más vulnerable durante esta elección entre los jóvenes y otros sectores, al comprobar que es la candidata de la cúpula económica del país.

Pero ella, junto con casi todo político, incluyendo su contrincante, quien antes hacía lo mismo que ahora denuncia, al donar a campañas para ganar influencia (incluso a la de Clinton en su carrera por el Senado), deploran el dinero en las elecciones, y dicen que desean que fuera diferente, pero que mientras estén las cosas así tienen que buscar el dinero para ganar los comicios y prometen reformar el sistema.

Entre tanto, el gran dinero tiene un voto mucho más poderoso que el del pueblo en este proceso electoral.

---