

Els nous americans. Radiografia dels electors que varen donar la victòria a Obama

XAVIER MAS DE XAXÁS

Periodista

Els Estats Units d'Amèrica van acomiadar-se del segle XX, incloses les seves velles dinàmiques, l'onze de setembre de 2001 i van saludar el segle XXI el dia que escolliren Obama com a president. De la mateixa manera que el darrer gran acte definidor dels EUA al segle XX va ser l'11-S, gran part del paper que interpretarà al llarg de les properes dècades quedà determinat per la jornada electoral del dimarts 4 de novembre de 2008. El poble americà, desesperat per trobar una nova direcció, va renunciar, en part, al tradicionalisme del govern petit i els impostos baixos, per abraçar, també parcialment, les promeses socialdemòcrates d'un polític jove, intel·ligent, sense gaire experiència i amb una història d'allò més excèntrica.

Guanyar unes eleccions, sigui on sigui, sempre depèn de la lectura que el candidat fa de la societat que l'ha de votar i, al mateix temps, de la lectura que aquesta societat fa del candidat. Està clar, doncs, que al llarg de quasi dos anys, des de l'hivern de 2007 fins la tardor de 2008, Barack Obama va llegir bé la societat i la societat el va llegir bé a ell. L'encert d'aquesta lectura en dues direccions no ha estat tan fàcil d'assolir com sembla. La campanya, a més de llarga, va estar plena d'incògnites que no van aclarir-se fins la nit electoral. Un d'aquests interrogants, per exemple, feia referència a la raça. Un altre incidia sobre l'experiència del candidat. El més important, sota el meu punt de vista, era el relatiu a la naturalesa del complex grup d'americans disposats a portar a la Casa Blanca el primer president negre. El gran mèrit d'Obama va ser construir aquesta nova majoria partint de pràcticament res.

Una estratègia força comuna a qualsevol campanya electoral passa per enfortir el missatge de la base i, al mateix temps, fer gestos per atreure el vot més moderat dels indecisos. Això és, per exemple, el que va fer Hillary Clinton. Amb el recolzament de l'aparell i amb les línies de finançament ben obertes amb els patrons habituals del partit demòcrata, la senadora de Nova York ho tenia tot a favor per guanyar les primàries. De sortida, comptava amb 90,9 milions de dòlars, deu més que Obama. Només li calia no cometre errors. El seu plantejament estratègic va anar en aquesta direcció: assegurar

el vot de les classes treballadores i de les dones, així com de la progressia intel·lectual. Es tractava de recuperar la massa de votants que va donar dues presidències al seu marit Bill Clinton. Va dividir aquest col·lectiu en grups i va dissenyar un missatge per cadascun. Tot semblava molt ben planificat. Bill Clinton havia estat el president més popular –va deixar la Casa Blanca amb un índex del 70%– gràcies a la prosperitat econòmica que va gestionar amb èxit –va crear 23 milions de llocs de treball– i al radicalisme dels parlamentaris republicans que varen portar-lo al *impeachment*. A Hillary només li calia tornar a mobilitzar-los. Aquesta estratègia, però, va ser la seva perdició. Era massa conservadora. No arriscava, no tractava de trobar un nou espai polític. No va dedicar esforços a llegir la societat. Va creure que era la mateixa que la dels anys 90 del segle XX, quan els Clinton van dominar la política americana en ple progrés econòmic.

Bill Clinton va guanyar la presidència el 1992 davant de George Bush amb l'estratègia de la tercer via, la idea de buscar el centre. Bill Clinton li deia el "centre vital". Fora d'ell no hi havia victòria possible. Hillary Clinton, fidel a aquesta línia –el cap dels seus *pollsters* era Marck Penn, el mateix que va assessorar al seu marit– va guanyar el 2007 la reelecció com a senadora de Nova York amb ell 67% dels vots.

Per conquerir el centre, Hillary havia de triangular constantment entre allò que ella pensava de veritat, allò que pensava que els electors pensaven i allò que creia el millor pel seu futur polític. Dins d'aquesta línia, tractant de captar el vot del republicà moderat, no va voler definir-se com a liberal –terme que als EUA significa progressista–, i va declarar-se disposada a revisar els acords de lliure comerç que tant preocupen als sindicats. El gran risc d'aquesta forma d'actuar és la pèrdua de credibilitat, tal com va reflectir un sondeig del *Washington Post* en plena campanya de les primàries. Només un 50% creia que Hillary deia el que pensava, davant un 75% per Obama.

Barack Obama, com no tenia res a conservar, com no tenia cap referència política que li servís de guia –era la seva primera campanya presidencial després d'haver fet una per

El gran mèrit d'Obama va ser construir una nova majoria partint de pràcticament res, llegint a la perfecció el *zeitgeist*, l'esperit del temps, l'atmosfera intel·lectual del seu poble. No va dividir els electors en grups. Veure el seu electorat com un col·lectiu únic va ser una de les claus del seu triomf

guanyar-se l'escó de senador per Illinois-, no va tenir més remei que estudiar a fons l'electorat i arriscar amb un plantejament radicalment diferent a tot allò que s'identifica amb l'ortodòxia electoral. No va buscar el refugi de la base, no va dividir els electors en grups. Va parlar sempre a un poble que veia unit, encara que s'arriscava a que el seu missatge perdés efectivitat. Veure el seu electorat com un col·lectiu únic va ser una de les claus del seu triomf, ja que li va permetre elevar-se per sobre dels interessos particulars i afrontar amb una visió més àmplia les preocupacions d'una nació enfrontada a una crisi d'identitat enmig de dilemes de gran magnitud, com ara la guerra, la situació econòmica i, per damunt de tot, la preeminència dels Estats Units com la nació més poderosa del món.

Obama va llegir a la perfecció el *zeitgeist*, l'esperit del temps, l'atmosfera intel·lectual del seu poble. Els americans, per damunt de totes les adversitats, saben, perquè ho han après de petits, que estan condemnats al progrés social i cultural, i que aquest progrés no és altra cosa que la felicitat. Amèrica és el lloc de les utopies i dels finals feliços, i la gent s'ho creu, encara que ja no sigui veritat.

George W. Bush, arran de l'11-S, va governar basant-se en la por, i així va guanyar les eleccions del 2004. Obama, per la seva part, va escoltar el prec d'un poble que volia recuperar el seu cor ideològic, es a dir, la felicitat de la que parlaven Abraham Lincoln i Martin Luther King, i que està recollida als sistemes legislatiu i judicial.

La voluntat de canvi, el "*yes we can*" que va sortir del discurs pronunciat a New Hampshire la nit que Hillary Clinton guanyà les primàries a aquell petit estat de Nova Anglaterra, reflecteixen aquest optimisme, un xic innocent vist des d'Europa, però situat perfectament a la línia de flotació del caràcter americà. La seva retòrica quasi perfecte, no vista en moltes generacions, li va anar bé per parlar de la raça i de la pobresa, de l'educació i del dret a una sanitat gratuïta, per defensar la sortida de les tropes de l'Iraq i l'obligació moral de la seva presidència per, davant la crisi de les hipoteques, mantenir el major nombre possible de famílies a les seves llars i al menor cost possible per l'Estat.

Només un polític aliè a l'*establishment* i membre d'una generació posterior a la guerra del Vietnam podia veure tan

clarament com Obama la composició real de la societat nord-americana d'avui dia i allò que espera del seu president.

Obama va entendre, per exemple, que l'Amèrica profunda, blanca, agrària, conservadora, religiosa i molt patriòtica, ja no era tan determinant com abans. L'aliança dels conservadors socials amb la dreta religiosa que tan bé havia funcionat pels republicans els darrers vuit anys, ja no tenia força.

Obama va entendre que l'Amèrica profunda, blanca, agrària, conservadora, religiosa i molt patriòtica, ja no era tan determinant com abans. L'aliança dels conservadors socials amb la dreta religiosa, que tan bé havia funcionat pels republicans els darrers vuit anys, ja no tenia força

Dins l'electorat trobem un nou americà que ha viscut sense les hipoteques del Vietnam i els porros de Woodstock i que s'ha beneficiat de l'obertura cultural que ha portat l'esclat d'Internet. Es tracta de gent més formada dins els valors d'una comunitat globalitzada, més sensibles a les polítiques socialdemòcrates europees i que aspiren a un futur que sigui més just amb aquells que menys han tingut

Una dada que ajuda a entendre aquest afebliment és que els Estats Units ja no tenen tantes granges. N'han perdut el 60%. Les explotacions agrícoles es concentren al que es coneix com "corporate farms", granges corporatives. Es tracta d'explotacions gegantines. Encara que només representen el 7% de les granges del país, produeixen més de la meitat de les collites. És per això que també es porten el gruix dels ajuts públics. Els comtats rurals de molts estats del mig oest perden població i, amb ella, deixen de mantenir-se les infraestructures i els serveis públics.

Obama va guanyar el primer assalt de les primàries a l'estat d'Iowa –tres milions d'habitants i àmplia majoria blanca sense quasi immigració, tret de les poblacions amb escorxador, que tenen molts hispans– gràcies a que va ser molt sensible a l'angoixa d'aquesta situació i va poder adreçar-se personalment a milers d'electors. La micropolítica, imprescindible per guanyar primàries a estats petits, va ser molt natural i fàcil d'assolir per un candidat que tenia més voluntaris al seu equip que cap altre rival.

Les presidencials, però, no es guanyen als prats d'Iowa, sinó als suburbis de les grans àrees metropolitanes, sobretot les més industrials d'estats com Pensilvània i Ohio. El 80% de la població viu a àrees urbanes i suburbanes, molt sacsejada per la crisi econòmica i més aliena que mai a les tradicions agràries que han esculpit al caràcter americà al llarg de més dos segles.

Els suburbis de Toledo, ciutat industrial d'Ohio, per exemple, van ser determinants en el triomf d'Obama. Aquests són els dominis de Samuel Wurzelbacher, més conegut per Joe el Fontaner, elector republicà popularitzat per John McCain, partidari, com no podia ser d'altre mane-

ra, d'un Estat mínim, amb impostos molt baixos per afavorir la iniciativa privada.

Persones com Wurzelbacher, membres de la *White Working Class* (WWC), la classe treballadora blanca, van fer que Ohio votés per George W. Bush els anys 2000 i 2004. La crisi industrial, però, va donar una gran oportunitat a Obama. D'acord amb un estudi del diari *Blade* de Toledo, durant els vuit anys de presidència Bush l'Estat havia perdut 315.000 llocs de treball al sector industrial, la mitjana d'ingressos per família havia baixat un 3% i 330.000 persones més havien ingressat al grup dels pobres. Avui la proporció de ciutadans d'Ohio que viu a la pobresa és la més alta des dels anys 60.

Obama, amb un discurs de tall socialdemòcrata va prometre pujar els impostos a les persones amb ingressos superiors als 250.000 dòlars anuals. Va parlar, així mateix, de redistribuir la riquesa i de posar en marxa plans nacionals d'estimulació econòmica, amb una bateria de propostes de caire keynesià prou arriscada per la gent, sobretot republicana, que mai ha cregut en la capacitat del govern per resoldre els seus problemes. Tot plegat sonava massa socialista i Obama va ser acusat de penalitzar l'èxit econòmic del petit empresari amb impostos més alts per finançar programes d'ajuda a persones que no se la mereixien.

Aquest discurs, impulsat pels mitjans de comunicació més dretans, penetrava amb força dins d'unes llars que no sabien si creure's les promeses "socialistes" d'Obama o mantenir la fe en el partit republicà que, tot i que no tenia una fórmula adequada per ajudar els més desfavorits, prometia lluitar contra el progressisme demòcrata en temes tan cabdals pels conservadors com el matrimoni dels homosexuals, l'avortament i el dret a portar armes. Encara que votar demòcrata beneficiava els interessos de la WWC, McCain va obtenir més vots dins d'aquest grup electoral. La incorporació del senador Joe Biden al tiquet demòcrata va servir per conservar una part d'aquest vot, però no per guanyar-lo. Obama, finalment, el va perdre per un 18% de marge davant McCain. Ara bé, a les eleccions del 2004, el candidat demòcrata, John Kerry, el va perdre per un 22%. Si mirem només el vot dels obrers —els "blue-collar workers", que formen part de la WWC i que no guanyen més de 50.000 dòlars anuals—, Obama només va perdre per un 4%. Que ell repetís a Ohio, una i altra vegada, que estava a favor del proteccionisme, així com del dret a portar armes, explica part d'aquest èxit parcial.

La victòria definitiva d'Obama, en tot cas, hagués perillat, però, si la proporció de la WWC dins del cens electoral no hagués continuat la seva davallada, iniciada al 1988. Des

de llavors ha perdut un 15% del seu pes, mentre que la proporció de les minories, també treballadores, ha pujat un 11%.

Els republicans que formen part de la WWC van quedar-se a casa. Els dubtes sobre quin camí era el millor per assolir la felicitat del progrés eren massa grans. Per una banda, era cert que l'Administració Bush no havia fet gaire per impedir el tancament d'empreses. A tot el *Rust Belt* —denominació que agrupa als estats industrials del nord-est— hi havia, com es va notar al llarg de la campanya, una forta decepció i, fins i tot, un fort empenyament amb l'Estat per la pèrdua de llocs de treball, fàbriques que tancaven per traslladar-se, per exemple, a Mèxic i la Xina, deixant molt malmeses les àrees urbanes properes als centres de producció. A la pèrdua de poder adquisitiu i de nivell de vida s'ha d'afegir l'enfonsament de comunitats senceres. Les administracions locals i també les de molts estats, com és el cas de Florida i Califòrnia, sense poder recaptar tants impostos com abans, no tenen diners per mantenir els serveis bàsics, com les carreteres, les escoles, els cossos policials i els hospitals.

Aquesta situació és evident que impulsà el moviment a favor d'Obama, tant perquè va mobilitzar els joves i desfavorits que el van votar com perquè va deixar a casa als republicans de la WWC, partidaris de l'ideal individualista del home que es fa a sí mateix, que no demana res a l'Estat però que tampoc vol que l'Estat vingui a demanar-li res. El dubte entre la necessitat de canvi i la voluntat de mantenir els vells esquemes de progrés els

va deixar asseguts al sofà. Obama va obtenir a Ohio el 51% dels vots. McCain es quedà en un 47%.

Dins l'electorat americà, a més del treballador blanc empenyat amb la crisi i la guerra, trobem un nou americà, que ha viscut sense les hipoteques del Vietnam i els porros de Woodstock i que s'ha beneficiat de l'obertura cultural, sobretot vers les societats d'altres països, que ha portat l'esclat d'Internet. Es tracta de gent, en definitiva, més formada dins els valors d'una comunitat globalitzada. Aquests ciutadans són molt més sensibles a les polítiques socialdemòcrates europees i aspiren a un futur que sigui més just amb aquells que menys han tingut, tant a l'escala econòmica com a la social.

Aquest nou americà neix arran del fet que la desigualtat entre els pobres i els rics ha crescut molt des del 1970. El 20% de tota la riquesa del país està en mans de l'1% de la població. Els salaris baixos i mitjos no han guanyat poder adquisitiu des de la dècada dels anys 70. El salari mitjà d'un mestre de llar d'infants se situa als 47.000 dòlars anuals. El d'un bomber, 44.000 dòlars. Un vigilant fa uns 25.000.

Obama no va posicionar-se com un candidat negre. En cap moment. Això hagués traït el seu concepte d'unitat. Mai, als seus discursos, es va queixar de les injustícies de la majoria blanca vers els negres. I va trobar un bon equilibri: no renegar de la seva raça però tampoc fer d'ella una bandera política

L'atur, situat entorn al 6%, està previst –i tothom ho sospitava durant la campanya– que pugi al llarg del 2009. Es parla de que pot arribar fins al 10%. El preu del galó de benzina (4,4 litres) va arribar als tres dòlars, tres vegades més que abans de la guerra de l'Iraq.

La pressió econòmica va ser insuportable per milions de famílies, que després d'haver-se hipotecat no van poder fer front als pagaments. La gran majoria va ser víctima de l'especulació immobiliària dirigida pels bancs i els constructors. Van comprar molt car i al llarg del 2008, quan la bombolla especulativa va esclatar. El mes d'octubre, quan la campanya entrà a la recta final, el preu de l'habitatge portava deu mesos baixant. Tot i així, els lloguers encara eren massa elevats per a moltes famílies. Per poder llogar una casa amb dues habitacions en un barri de classe mitjana, una família havia de guanyar, al menys, 34.000 dòlars anuals. Uns 40 milions de famílies no arribaven a aquesta quantitat.

Les polítiques socials, doncs, varen tenir una gran importància al llarg de la campanya demòcrata. El gruix dels votants, sobretot dels nous electors –gent majoritàriament jove i desafavorida– volien enterrar la vella política ultraliberal, contrària a l'Estat i defensora de la iniciativa privada. Reagan havia mort. Obama i, fins i tot, també McCain, prometien un retorn de l'Estat protector.

El sistema d'assistència sanitària, per exemple, deixa sense cobertura a prop de 41 milions d'americans, sobretot nens de famílies monoparentals, majoritàriament fills de mares molt joves, víctimes del cercle que encadena l'educació deficient amb la pobresa i la violència.

La pobresa dificulta al màxim les condicions de vida als barris més pobres habitats, majoritàriament, per minories. Obama coneix bé els de Chicago, on va treballar com advocat d'un despatx dedicat a temes de drets civils. Haver contribuït a l'organització veïnal dins d'aquests barris va ser de gran ajuda per construir la seva campanya d'àmplia arrel popular, i obtenir una presidència amb un ampli mandat popular.

Així mateix, la feina amb els més desafavorits va nodrir el seu discurs en contra de les desigualtats racials, judicials i econòmiques. Una dada explica clarament la força d'aquesta posició: el 62% dels empresonats el 2008 eren negres i llatins, encara que només representaven el 25% de la població.

Obama no va posicionar-se com un candidat negre. En cap moment. Això hagués traït el seu concepte d'unitat. Mai, als seus discursos, es va queixar de les injustícies de la majoria

blanca vers els negres. I va trobar un bon equilibri: no renegar de la seva raça però tampoc fer d'ella una bandera política.

La voluntat d'adreçar-se al poble americà com un cos únic va permetre a Obama trencar la divisió cultural i social, fomentada per Bush. Ja no es tractava d'oposar els partidaris de l'avortament amb els detractors. Per primera vegada aquests temes no varen ser fonamentals, com tampoc no ho va ser la guerra del Vietnam.

Es parla ja d'una generació Obama, de la mateixa manera que abans es va parlar d'una generació Reagan i d'una generació FDR. Són els joves que no recorden Vietnam i que es reconeixen davant el cosmopolitisme del nou president, al mateix temps que comparteixen la il·lusió pel canvi

Es parla ja d'una generació Obama, de la mateixa manera que abans es va parlar d'una generació Reagan i d'una generació FDR. Són els joves que no recorden Vietnam i que es reconeixen davant el cosmopolitisme del nou president, al mateix temps que comparteixen la il·lusió pel canvi.

Obama va guanyar el vot dels menors de 30 anys per 34 punts. Kerry el va guanyar només per nou punts al 2004 i Gore per dos al 2000.

Però, com hem vist, no podem concloure que Obama va guanyar la presidència gràcies a un grup demogràfic concret. De fet van guanyar vots a tots els grups tret del dels blancs majors de 65 anys, que van votar McCain. Això és el resultat d'una campanya molt bé pensada, amb diners i voluntaris, que va obrir al partit demòcrata feus tan republicans com Virginia i Carolina del Nord. Va ser el resultat, al mateix temps, d'un missatge d'unitat. Obama va unir la societat com cap altre president ho ha fet al llarg de la història recent.

Les dades electorals no deixen lloc a dubte. Obama va guanyar amb un 53% dels vots. McCain es va quedar en un 46%. Des del triomf de Lyndon Johnson el 1964, un candidat demòcrata no havia guanyat per un marge tan ampli. Els republicans, amb la seva derrota també a les eleccions legislatives, no obtenien un resultat tan negatiu al Capitoli des de la Gran Depressió. La base del partit republicà és ara molt reduïda: blancs rurals de més de 65 anys.

Davant d'aquesta situació, el partit demòcrata, gràcies a Obama, disposa de la xarxa de voluntaris més àmplia que es coneix, així com d'una base de dades que manté cohesionats a deu milions de persones, gènesi d'aquest nou americà disposat a tenir un paper rellevant en els afers públics. Després d'haver ajudat a guanyar la presidència al candidat amb menys possibilitats, ara volen continuar sent decisius. El "yes we can" els arrossega.

Si l'èxit d'un govern depèn de la seva capacitat per interactuar amb els ciutadans, la presidència d'Obama té molt de guanyat, sobretot ara, que des de la soledat del Despatx Oval haurà de decidir polítiques no sempre populars. ■