

# La Primera Esmena de la Constitució dels Estats Units: la clau de volta de la política nord-americana

La democràcia nord-americana polaritza l'opinió pública europea. És capaç de recollir les lloances dels que hi veuen la màxima expressió de la llibertat i alhora, els atacs dels que l'entenen com l'exemple paradigmàtic de la submissió de la política al poder econòmic. Però com tot, si t'allunyes de posicions maniquees, en pots treure exemples de bones i males pràctiques per tal de fer excel·lir la democràcia.

El 1787 es va aprovar la Constitució dels Estats Units, aleshores constituïda per la Carta de Drets —la *Bill of Rights*— i deu esmenes. L'esmena més significativa és la Primera, la qual garanteix la llibertat d'expressió, la llibertat de premsa i la llibertat de reunió així com el dret de petició. Més tard, aquestes llibertats es van anar entrelaçant, tot determinant com els mitjans de comunicació, els lobbies econòmics i altres grups d'interessos, influeixen en el sistema polític nord-americà.

## Els mitjans de comunicació

D'acord amb la llibertat de premsa garantida en la Primera Esmena, la informació dels mitjans de comunicació no pot estar controlada pels governs. Aquesta manca de restricció governamental en el món actual sembla un dret força obvi, però no ho és tant si atenem la intensa cobertura que els mitjans fan, no només de les eleccions presidencials, sinó també dels afers locals i nacionals. I és que els mitjans nord-americans determinen bona part de l'opinió que els votants es creen radiografiant la imatge dels candidats, els seus punts de vista, el seu caràcter i la seva vida privada, a part d'influir en quins assumptes haurien de ser d'interès públic i per tant quines accions s'haurien d'emprendre.

Entre 1933 i 1944, Franklin D. Roosevelt (1882-1945) va utilitzar la ràdio pels seus famosos «*Fire-side Chats*» —converses informals vora la llar de foc— per informar al poble americà de l'estat de la nació. A la dècada de 1960, l'arribada de la televisió



Leslie Charles  
Polítologa  
charlesleslie@hotmail.com



## La Primera Esmena de la Constitució nord-americana garanteix la llibertat d'expressió, la llibertat de premsa i la llibertat de reunió

va dur les eleccions presidencials a un nou nivell, suscitant la curiositat entre el poble nord-americà sobre quin tipus de persona eren realment els candidats. I aquí, el famós debat entre Richard Nixon (1913-1994) i John F. Kennedy (1917-1963) per a les eleccions presidencials de 1960 és la fita clau que marca el canvi en la relació entre mitjans de comunicació i política. I és que el públic que va escoltar el debat presidencial per la ràdio va considerar que els dos candidats havien empatat, mentre que els espectadors televisius van creure de manera aclaparadora que Kennedy havia guanyat el debat, una percepció de victòria produïda principalment per la imatge del candidat demòcrata. Kennedy va aparèixer bronzejat, elegant, definit, posant les primeres llores al camí de la gran importància que ara es dona a la imatge dels polítics. Encara més, va mostrar als espectadors la seva innegable habilitat de presentar-se a ell mateix com un orador versemblant i amb talent, un tret que també caracteritza a Barack Obama (1961). Aquest encant i habilitat per persuadir no podia ser transmès per ràdio. Des de llavors, els debats són un moment clau de les campanyes electorals, ja que com hem vist, en depèn la imatge, versemblança i confiança del candidat.

També cal destacar la forta influència dels anuncis de publicitat a la

televisió. El 1952 Dwight Eisenhower (1890-1969) va fer el primer espot publicitari televisiu on se'l mostrava responnent preguntes. Avui en dia, es gasten milions de dòlars en anuncis publicitaris per a eleccions federals, estatals i locals. Inicialment aquest bombardeig d'anuncis servia per presentar el candidat d'una manera positiva, tanmateix, darrerament es concentra en calumniar el candidat oponent. Això és possible gràcies a la llibertat d'expressió que garanteix la Primera Esmena.

D'altra banda, els candidats també festegen els mitjans. Per exemple, Bill Clinton (1946) va fer servir els mitjans de manera gratuïta anant a tertúlies o tocant el saxo a la MTV, fet, aquest darrer, que el va ajudar a mostrar-se com un nord-americà més. Aquesta tendència també l'ha seguida Obama. Però són els programes d'entrevistes més agressius, els que es fan amb un periodista, de tu a tu, a casa dels candidats per exemple, els que realment ensenyen al públic qui són els candidats. S'avenuren en terrenys personals, preguntats per qüestions polítiques, però també íntimes. I és que els mitjans funcionen presentant notícies sensacionals que atrauen els espectadors i mantenen els índex d'audiència, creixent així l'estabilitat financera de l'empresa de comunicació. Per tant, els mitjans poden deter-



Els mitjans juguen un paper clau a l'hora de determinar quins candidats han de ser tinguts en compte a l'hora de decidir el vot i quins assumptes són d'interès públic



minar el futur d'un polític involucrat en qualsevol tipus d'escàndol.

Aquest tipus de pressió mediàtica va ser el que es va viure en el cas Clinton-Lewinski, pel qual els mitjans van explotar la notícia provocant fins i tot el distanciament del vicepresident Al Gore (1948) respecte Clinton. Els efectes posteriors van deixar una marca sobre Hillary Clinton (1947) que encara la perseguiria si decidís entrar de nou a la cursa per a la presidència dels Estats Units.

Tenint en compte tot això, és fa evident que els mitjans de comunicació nord-americans juguen un paper clau a l'hora de determinar quins candidats han de ser tinguts en compte a l'hora de decidir el vot.

D'altra banda, com apuntàvem, els mitjans de comunicació tenen una forta influència en determinar quins assumptes són d'interès dels votants nord-americans. La intensa cobertura d'un tema crea un alt nivell de coneixement i interès, empenyent d'aquesta manera a que els polítics sentin la necessitat de tractar aquest assumpte. En canvi, sense la intensa cobertura mediàtica i l'efecte dòmino que té com a resultat, el públic nord-americà no tindria un interès sobre un particular assumpte.

La cobertura mediàtica d'un assumpte pot ser tan gran que pot arribar a empenyer a un president cap a una

guerra o fer que el govern emprengui determinades accions. Aquest va ser el cas del seguiment fet per la CNN sobre la fam dels infants de Somàlia, que va provocar l'enviament de tropes militars i ajuda humanitària al país africà. Des d'aleshores, la mobilització governamental generada per la cobertura d'una notícia es coneix com «l'efecte CNN».

### El finançament de les campanyes

Les contribucions financeres a l'espectre polític nord-americà van des de l'ajuda econòmica al candidat presidencial a col·laborar amb un grup d'interès especial. Fins el 2012, era habitual que les sumes de diners generades en una campanya presidencial s'obtinguessin de les campanyes de base —les «grass root», ajudes de persones o d'organitzacions sense ànim de lucre— on la quantia que podia ser donada estava restringida. Aquest sistema afavoria que els candidats busquessin obtenir petites donacions arreu del país, fomentant la interacció amb el votant individual, i demostrant així que tenien un suport ampli. Però la sentència del Tribunal Suprem del cas conegut com «Citizens United» va provocar el gran canvi. Des de llavors, les grans corporacions nord-americanes i els milionaris individuals han passat a





## Les grans corporacions i els multimilionaris juguen un paper central en el finançament electoral gràcies a una sentència del Tribunal Suprem que permet aportacions il·limitades

jugar el paper principal en el finançament de les campanyes, ja que permet gastar quantitats il·limitades de diners en una campanya o assumpte polític. La sentència del Tribunal Suprem es basa en el dret a la llibertat d'expressió que garanteix la Primera Esmena de la Constitució i és que es considera que l'ajuda econòmica a un projecte polític no deixa de ser una forma de llibertat d'expressió. D'aquesta manera, només en les eleccions presidencials de 2012 es van gastar 6.000 milions de dòlars sent, fins el moment, la campanya més cara de la història nord-americana.

De la mateixa manera, la sentència de «Citizens United» afavoreix l'aparició dels «Super Pacs», uns comitès d'acció política que esdevenen organitzacions privades integrades per individus rics des d'on s'organitzen les campanyes de desprestigi contra els adversaris. D'aquesta manera, ara els bilionaris i milionaris es troben involucrats en política i en els esdeveniments socials que els acompanyen. I de retruc, candidats menys coneguts o amb menys capacitat d'articular un grup econòmic de suport potent, tenen moltes menys possibilitats de participar en la cursa electoral. En canvi, Newt Gingrich (1943) va poder prendre part de la cursa republicana per escollir qui s'enfrontaria el 2012 a Obama gràcies als deu milions de dòlars que va rebre. Si

no els hagués rebut, la manca de suport l'hagués mantingut fora de la cursa.

Malgrat això, estudis recents indiquen que no hi ha una correlació real entre qui té més diners i qui guanya les eleccions. Històricament, els Republicans han estat econòmicament més competitius amb les campanyes dels candidats. Però les maneres de finançar-se també són diferents. I és que mentre Mitt Romney (1947) tenia grans inversors darrere seu, Obama va impulsar una campanya de recaptació de fons de base en lloc de cercar l'ajuda de les grans indústries, fet que va contribuir a guanyar-se la simpatia dels mitjans de comunicació.

### Grups d'interès i llobbistes

El suport polític econòmic als partits també ve de grups d'interès, els quals contribueixen amb centenars de milers de dòlars pels candidats a nivell federal, estatal i local. Només el 2008 els grups d'interès van contribuir amb 6,2 milions de dòlars per anuncis de campanyes de televisió. Els grups d'interès són entitats organitzades d'individus que comparteixen els mateixos objectius i intenten influir sobre el públic i els polítics. Hi ha grups d'interès per quasi tots els temes i organitzacions, com per exemple empresaris, sindicats, asso-

ciacions de professionals, juntament amb grups d'interès públic que s'arregleren entre ells per causes com ara la prevenció d'abusos a infants o els drets dels homosexuals, per esmentar-ne algunes. Els grups d'interès també estan recolzats pels drets de la Primera Esmena de la Constitució, ja que la garantia de la llibertat d'expressió, de premsa i de reunió, permet qualsevol punt de vista que un grup d'interès pugui tenir, sense tenir en compte si és més o menys radical.

D'altra banda, el sistema governamental dels Estats Units permet més pressió i influència d'aquests grups que no pas d'altres sistemes, en ser un sistema presidencial on la Presidència i el Congrés —integrat per la Cambra de Representants i el Senat— s'escullen en eleccions diferents. Des de la Segona Guerra Mundial, generalment, el partit que ostenta la Presidència perd les eleccions al Congrés, generant una espècie de contrapoder que permet als grups d'interès portar les seves idees al capdavant del front polític malgrat pugui oposar-se a les creences del partit de govern. En canvi, el sistema parlamentari britànic, per exemple, permet que el Primer Ministre tingui sota control l'acció de govern sempre que tingui el suport de la majoria del Parlament.

Els grups d'interès treballen des de tots els nivells polítics, des del muni-



principal al federal, i sovint busquen influir en els mitjans de comunicació per tal d'afavorir les seves iniciatives. Tots ells compten amb personal remunerat, els llobbistes, els quals es troben amb freqüència amb polítics i càrrecs electes per tal de garantir la influència del grup que representen. Actualment, només a Washington DC, hi ha més de 12.000 llobbistes contractats per actuar en representació d'un grup d'interès. Com els mitjans de comunicació, les contribucions econòmiques als partits polítics i els grups d'interès, els llobbistes tenen una indústria regulada i estan completament protegits per la Primera Esmena de la Constitució.

La feina d'un llobbista va més enllà de la persuasió i la pressió als congressistes amb relació a una qüestió particular. Un llobbista també fa recerca i analitza la legislació en representació del seu grup d'interès, assisteix a audiències congressuals i assessora a funcionaris sobre determinats assumptes. En certa manera, treballen com advocats de les causes que representen.

Els llobbistes han estat actius d'una manera o d'una altra des de fa més de 200 anys. El terme ve del president Ulysses S. Grant (1822-1885) qui el va encunyar durant la dècada de 1870 per referir-se a la gent que se li aproximava constantment al vestíbul —el lobby— d'un hotel a Washington DC

per tal de discutir amb ell assumptes personals. Des d'aquell moment, la idea d'apropar-se al president en el vestíbul d'un hotel va créixer fins a esdevenir una indústria professional que disposa d'una forta posició respecte el Govern nord-americà influint en quines qüestions polítiques i lleis haurien o no de ser tractades i aprovades o no i per què. Com en el cas dels grups d'interès, l'espai entre el Senat, la Cambra de Representants i el president dona joc als llobbistes per tal de fer-se escoltar i intentar persuadir els representants polítics al seu favor. Així mateix, els mitjans de comunicació també esdevenen una eina que acaba condicionant molt la feina dels llobbistes, per la qual cosa, intentaran influir sobre ells.

## Epileg

La Constitució nord-americana ha protegit els ciutadans dels Estats Units durant més de 200 anys però alhora, aquesta benintencionada Constitució també ha matat milers i milers d'inocents amb la Segona Esmena, la qual permet la tinença d'armes. Aquesta esmena va ser incorporada en un temps en què les armes eren necessàries per protegir al país i a un mateix. Però actualment, les circumstàncies han canviat molt, malgrat que el poderós grup

d'interès de la National Rifle Association, continuï defensant la vigència de l'esmena. I és que la National Rifle Association actua amb el seu dret constitucional de reunir-se i de fer sentir la seva veu, de contractar un llobbista i d'utilitzar els mitjans de comunicació al seu favor per assegurar el dret dels nord-americans a dur armes malgrat els milions de vides que es perden a causa dels trets imprudents en un país que està fundat sobre la llibertat. ◀