

LAS ELECCIONES SE COMPRAN

Roberto Rodríguez Fernández – rrfernandez@unicauca.edu.co

A raíz de la campaña electoral en los Estados Unidos lo que se ve es que las empresas privadas financian a los candidatos y a los partidos, controlan los medios y las redes, de tal manera que a los votantes solo les llega lo que ellas han escogido. Es decir, ganan quienes digan las empresas, y luego ellas son las que diseñan las leyes y las políticas.

A raíz de una jurisprudencia, las empresas tienen más y mejores derechos que las personas y las comunidades. Pueden –por ejemplo– gastarse todo su dinero en lo que quieran, como hacer “donaciones” electorales. Es la influencia de las grandes empresas e inversionistas y no la acción de los votantes, la que decide las elecciones y las políticas, en pocas palabras, compran las elecciones.

Si los grandes empresarios deciden desembarazarse de un desgastado, impertinente y traumatizado Trump –porque ya no conviene al éxito de sus negocios, así en el pasado les haya pagado con muchos contratos estatales–, ganará entonces el opaco Biden, seguramente impulsor de una democracia de élites al estilo de Thomas Jefferson, es decir, desatando el libre juego de los grupos de presión, con el horizonte de algunas reformas progresistas que reduzcan las exclusiones sociales utilizando los dineros y subsidios del Estado, pero todo ello con el fin de alejar “el peligro de las mayorías”. En el mejor de los casos –si las empresas lo autorizan– se volverían a recorrer los caminos del “estado de bienestar”.

Internamente en los EU, el centro de la controversia está en dilucidar qué es lo conveniente ahora para las grandes empresas, no las provocaciones ni los gestos desagradables en un debate por televisión, ni las solidaridades con un enfermo, ni siquiera las propuestas serias o mentirosas de los candidatos. Los intereses de los patrones empresariales estarán girando alrededor de las ganancias que les proporcione la globalidad comercial, y esos mercados se inclinan a aprovechar las ventajas que les ofrece Asia para producir y sobre todo comercializar. Trump puede ser un obstáculo, sobre todo en un mundo post-pandémico, porque divide a los consumidores.

En el plano internacional, las relaciones norteamericanas han tenido por base las visiones de Alexander Hamilton (1793- relaciones amistosas con Inglaterra, pero fuertes en la defensa del comercio y los mercados de la naciente nación), pero también de Woodrow Wilson (1920- los EU deben intervenir diplomática y militarmente en el mundo, en favor de la democracia y los derechos humanos). Este esquema fue reemplazado por Andrew Jackson, 1835, populista, nacionalista,

partidario de velar exclusivamente por la seguridad y el bienestar económico de los EU, incluso con intervenciones militares si es necesario.

Igualmente, en este sentido, la tiranía empresarial podría pensar que hay que abandonar las tendencias jacksonianas de Trump, para volver a las visiones tradicionales de Hamilton y Wilson. Seguramente no van a ser posibles las propuestas de un Thomas Jefferson quien, desde el propio año inicial de 1787, planteó no intervenir directamente en el mundo sino proteger los valores norteamericanos *con el ejemplo*, en una especie de aislamiento teórico que no se desentiende de los intereses norteamericanos.

Claro, todos ellos han sido “anti-comunistas”, entendiendo por esto todo lo que sea contrario a sus intereses hegemónicos, salvo ahora que hablan mal pero aprovechan sus acuerdos con China.