



Dizionario essenziale di gergo elettorale americano

Ecco un breve dizionario per orientarsi tra i termini che caratterizzano la campagna elettorale negli Usa.

Caucus. È il sistema meno frequente per eleggere i candidati dei partiti alle Convenzioni nazionali. Il Caucus è una specie di assemblea o di congresso di partito, e quindi votano solo quelli che partecipano alla

discussione.

Primarie. Sono il sistema più comune per scegliere i candidati dei due partiti sia alla Presidenza degli Stati Uniti sia a tutte le altre cariche elettive: deputati, senatori, governatori, sindaci, eccetera. Votano alle primarie tutti gli elettori regolarmente registrati a uno dei due partiti. I delegati eletti alle primarie presiden-

ziali - e legati ciascuno a uno dei candidati alla Presidenza - partecipano poi, in estate, alle Convenzioni del partito e scelgono formalmente il candidato alla presidenza.

Convenzioni. Sono i congressi dei partiti. Si svolgono ogni quattro anni. Scelgono i candidati alla Presidenza e alla vicepresidenza, eleggono gli organismi dirigenti, decidono la linea politica.

Congresso. Si chiama così il Parlamento. Cioè Camera più Senato. La Camera è composta da 435 deputati e viene eletta ogni due anni. Il Senato è composto da 100 senatori. Il mandato di un senatore dura 6 anni,

ma ogni due anni si rinnova un terzo del Senato.

Gli elettori registrati. Per partecipare alle elezioni bisogna registrarsi come elettori. Cioè l'iscrizione alle liste elettorali non è automatica ma è volontaria. Ciascuno, quando si registra deve dichiararsi repubblicano, democratico o indipendente. Dichiarandosi repubblicano o democratico acquisisce il diritto di partecipare alle primarie repubblicane e o democratiche.

L'anatra zoppa. Si chiama così, in gergo, il Presidente quando non dispone di maggioranza parlamentare. È una situazione diffusissima nella politica americana. Raramente gli

elettori concedono la maggioranza al Presidente. Cioè è abbastanza diffusa la pratica di votare per un Presidente che appartiene ad un partito diverso da quello del proprio deputato.

I Grandi Elettori. L'elezione del presidente avviene con un metodo complicato. Ci sono i grandi elettori in ciascuno Stato, e per essere eletti bisogna ottenere la maggioranza dei grandi elettori. In ogni Stato tutti i grandi elettori sono assegnati al candidato Presidente che ha la maggioranza assoluta. Quindi per essere eletti bisogna vincere nei singoli Stati, soprattutto nei più importanti, non basta prendere molti voti popolari.



DALLA REDAZIONE
MASSIMO CAVALLINI

WASHINGTON L'ipotesi è estremamente remota. Ma dovesse George W. Bush perdere davvero le primarie repubblicane - come i suoi sparuti nemici auspicano e come alcuni tra i suoi moltissimi amici cominciano a paventare - proprio questa sarebbe la paradossale causa della sua «inimmaginabile» disfatta: un eccesso di potenza. O meglio: una debordante quantità del tipo di bagaglio - danaro ed organizzazione - che, di norma, ogni candidato presidenziale ritiene indispensabile per la vittoria. «Non sarebbe la prima volta» ha scritto di lui tempo fa David Broder, rispettato columnist del Washington Post «che una barca affonda per eccesso di zavorra». Specie quando il peso del danaro e dell'organizzazione non è opportunamente controbilanciato da adeguate quantità di personale carisma e di intelligenza politica.

Lo avevano chiamato «il Predestinato». E, se si guarda ai risultati dei sondaggi d'opinione a livello nazionale, la biblica enfasi d'una tale definizione sembra in effetti aver superato quasi indenne le intemperie delle prime scaramucce elettorali. George W. Bush - «il Predestinato», per l'appunto - ha infatti, ancor oggi, un vantaggio di oltre 40 punti sul suo più immediato (ed a questo punto in pratica unico) inseguitore, il senatore dell'Arizona John McCain. Ed un tale «vantaggio globale» - rivela un'indagine del settimanale Time - si mantrebbe sostanzialmente inalterato anche qualora, come i sondaggi ritengono più che possibile, lo stesso McCain riuscisse a prevalere nelle primarie del New Hampshire.

Si aggiungono a queste cifre quelle, ancor più solide ed essenziali, che riguardano i fondi di campagna, ed il quadro della predestinazione di George W. Bush, figlio d'arte e governatore del Texas, diverrà davvero ineludibile e completo. Negli ultimi due anni - ovvero, da quando, rieletto governatore del Texas, ha cominciato ad avanzare in forma ufficiosa l'ipotesi di una candidatura - l'ancor giovane rampollo del presidente che resse le sorti del paese tra l'88 ed il '92 ha letteralmente polverizzato - accumulando nei propri forzieri quasi 70 milioni di dollari - ogni precedente record in materia di «fund raising». E, se letti in filigrana, i chilometrici tabulati dei suoi contribuenti offrono una «visione d'insieme» davvero impressionante: quella d'una dettagliata mappa del potere econo-



La grande sfida di McCain

Bush jr predestinato a vincere ma gli manca il carisma

mico Usa. O, per usare le parole di Charles Lewis del Center for Public Integrity, uno spettacolare panorama di quel sistema di «lobbies» che - dalle ruggini della vecchia industria, al ribollente parterre di Wall Street, fino alle cucine della «nuova economia» a Silicon Valley - è oggi la «vera padrona del processo elettorale americano».

George W. Bush è insomma - in numeri ed in soldi - molto più del super-favorito alla nomination repubblicana. E, in effetti, più di ogni altro, il candidato della «America che conta». Il «predestinato», appunto, il messia che, alla America dei «poteri forti» ha offerto qualcosa di cui quest'ultima avvertiva (ed avverte) il bisogno vitale: un candidato capace di fare per i repubblicani - inventori della «rivoluzione di mercato», ma vittime del proprio stesso giacobinismo - quel che Clinton, per due volte, ha fatto per i democra-

tici. Vale a dire: conquistare il centro dello schieramento politico in virtù - come recita il più abusato dei «clintonomismi» - d'una continua «triangolazione» tra posizioni opposte. Nel 1992 e, ancora, nel 1996, Bill Clinton aveva vinto «rubando» ai repubblicani elementi essenziali della loro politica: la cosiddetta disciplina fiscale tesa al riequilibrio del disavanzo pubblico e la riforma dello stato sociale. Ora Bush si preparava a restituire il favore, a sua volta appropriandosi - in modo vago ma suggestivo - di quella «compassione» verso i più deboli che, da sempre, è un marchio di fabbrica dei democratici. «Compassionera» era il suo slogan, conservazione solidale. E con questo slogan già aveva per due volte conquistato il Texas, accaparrandosi - fatto straordinario - Bush ha spesso dato l'impressione di balbettare ogni qualvolta le circostanze gli imponevano di abbandonare il copione. E troppe volte il suo impegno a non abbandona-

re il centro si è tradotto in esibizioni politicamente esangui. «Sotto l'abito blu, nulla», ha scritto di lui, rievocando il titolo di un famoso film, un commentatore dopo il suo primo confronto in Tv con gli altri candidati. E dopo una clamorosa gaffe radiofonica - interrogato a bruciapelo, non aveva saputo dire il nome di quattro importanti capi di Stato di nazioni al centro delle più roventi crisi internazionali - anche in casa repubblicana qualcuno ha cominciato ad avanzare l'ipotesi che il governatore del Texas fosse predestinato sì, ma soltanto ad una nuova sconfitta.

E tuttavia, non è dalla relativa modestia delle sue pubbliche performance che l'immagine di Bush ha, in questi mesi, subito i danni maggiori, bensì dalla comparazione tra queste performance e l'«eccesso di predestinazione», l'aura di inevitabilità che ha, fin dall'inizio, accompagnato la sua corsa. Ed è

proprio qui che, in attesa, è parallelamente cominciata l'avventura della sua forse-meno-effigera-di-quel-chesembra nemesi: John McCain, senatore dell'Arizona.

Se infatti la campagna di Bush ha messo in mostra una esorbitanza di perfezione - al punto da trasmettere, nella sua totale assenza di spontaneità, una spesso imbarazzante sensazione di vuoto - quella di McCain è fin qui stata, al contrario, un singolare campionario di quelle sbavature che, a detta d'ogni consulente politico, un candidato repubblicano con ambizioni presidenziali mai e poi mai dovrebbe concedersi. E la cosa divertente è che una tale ed «imperfettissima» tattica ha, a suo modo, fino a questo punto funzionato.

È davvero una strana storia quella della «sfida» di John McCain. La logica corrente voleva infatti che, se da qualcosa doveva guardarsi il «centrista» George W., questo era il classico ri-

catto della destra repubblicana più estrema. Ed invece è accaduto che dal mucchio dei contendenti emergesse, forte abbastanza per bruciare Bush nella partenza del New Hampshire, la solitaria ed anomala figura di John McCain. Ovvero: quella di un repubblicano moderato (come Bush) contraddistinto da tre essenziali caratteristiche: una «eroica» biografia (soffrì quasi sei anni di prigionia ad Hanoi durante la guerra del Vietnam), una strenua, nobile (e perdente) campagna per la riforma del finanziamento delle campagne elettorali e, quel che più conta, una fama da «maverick», da bastian contrario capace di muoversi, all'occorrenza, contro le indicazioni del suo stesso partito.

E da «maverick» John McCain ha in effetti - con quasi irridente improvvisazione - condotto tutta la sua campagna. Fino a spezzare, la scorsa settimana, anche il più consolidato dei tabù repubblicani: quello che, soprattutto in New Hampshire, vieta ad ogni candidato di definire «troppo grande» un taglio delle imposte. Poiché proprio questo ha fatto McCain: ha presentato - contrapposto a quello assai più prodigo di Bush - un piano economico che dirotta gran parte del surplus di bilancio verso i fondi pensionistici della Social Security. E, nel farlo - sacrilegio! - ha persino accusato il rivale di eccessiva generosità verso «gli americani più ricchi».

Chiamatela, se vi piace, la battaglia del Ribelle e del Predestinato. E preparatevi - come vuole la logica della politica - a celebrare le coraggiose imprese del primo e l'immane vittoria del secondo. Ma non commettete l'errore di credere che questa sfida non sia, in fondo, che una bizzarra ed effimera anomalia del destino. Dietro la fiammata di McCain - come, per molti versi, dietro quella di Bradley - si cela infatti un fenomeno che promette di durare a lungo. E che si riassume in una nitida statistica comparativa. Nel 1966 solo l'uno per cento degli elettori era registrato come indipendente. Oggi è il 15 per cento.

Ed una indagine della New America Foundation rivela come «indipendente» si consideri, di questi tempi, il 44 per cento degli elettori tra i 18 ed i 29 anni.

Bush e Gore, insomma, quasi sicuramente vinceranno le primarie. Ma la gabbia del bipartitismo, anzi, la gabbia dei partiti, comincia ad andar stretta anche al più potente paese del mondo.

//
L'arma segreta di McCain è la sua fama da «Maverick», bastian contrario molto autonomo
//

//
Nel 1966 solo l'1% degli elettori era registrato come indipendente. Oggi è il 15%
//

DALLA REDAZIONE

WASHINGTON L'America è scandalizzata allo spettacolo dei «fiumi di denaro» che scorrono per conquistare la Casa Bianca. Sono esterrefatti all'idea che tutti, a cominciare dal presidente uscente, si prostituiscono per raccogliere soldi, vendendo l'anima al migliore offerente. Lui risponde che la politica costa, non può permettersi di lasciare che a raccogliere soldi siano solo quelli del «partito aristocratico» rivale, sostenuto dai «milionari», capace di accumulare «quattro-cinque volte» più di quello che mette così faticosa-

mente insieme il suo. Washington, anno di grazia 1864. Il «venduto» che così si difende si chiama Abraham Lincoln.

Cambio di scena. Washington 2000. Ma il canovaccio è lo stesso. Sono solo cambiati i protagonisti e la dimensione del fenomeno. Ci si accinge a battere ogni precedente record, questa si profila come la campagna presidenziale più costosa di tut-

ta la storia della democrazia Usa. I candidati battono cassa e le loro prospettive di successo si misurano in base al «tesoro di guerra» che stanno accumulando. Vale la legge del mercato: chi meglio vende va in testa e chi va in testa più riceve. Ma come, non ci avevano spiegato che quel che conta è la tv? Appunto: la tv costa, sempre di più, per giunta, anche se - parti-

colare interessante - con sempre minore effetto rispetto al costo, a causa dell'assuefazione. E chi ha più soldi ha più spazio pubblicitario.

Democrazia monca? Gioco truccato? Di che invocare osservatori internazionali e garanti delle elezioni Usa, per verificare se sono davvero regolari, come si fa con quelle nei Balcani? Un momento: con tutti i difetti e il

disgusto che può suscitare, questo sistema ha funzionato, e bene, per un secolo e mezzo. Non è vero che vince sempre chi ha più soldi (Carter ne aveva molti più di Reagan). È dubbio che sia davvero eccessivo quanto viene speso nelle campagne elettorali americane (4 miliardi di dollari l'ultima volta, nel 1966, per tutti i livelli, dalla presidenza ai consigli locali, per una cam-

paña durata un anno intero, lo 0,05% appena del reddito nazionale Usa). Il «lobbying» sugli eletti fa affluire in politica molti più soldi di quelli cacciati a sostegno delle loro campagne elettorali. Il problema vero è il martellamento con specifiche campagne - fece storia quella di «Harry e Louise» (dal nome dei personaggi, marito e moglie, che dialogavano negli spot),

promossa dalle imprese farmaceutiche, che seppellì la riforma dell'assistenza sanitaria di Clinton, per cui non ci sono limiti di sorta al finanziamento. E, soprattutto, quello dei finanziamenti elettorali non è l'argomento che più interessa, tanto meno sconvolge gli elettori. Solo il 2% lo mette al primo posto.

Ma resta una causa di forte disagio. Un rapporto dettagliato del Centro per l'integrità pubblica, 370 pagine, 18 mesi di studi, ci racconta per filo e per segno come ciascuno dei candidati di punta abbia coltivato una «relazione di reciproca convenienza» con

