

## Una campaña muy sucia

MICHAEL GRUNWALD/HE WASHINGTON POST

El Universal

Sábado 28 de octubre de 2006

### La propaganda negativa llegó para quedarse... y ser llevada al extremo

WASHINGTON.- ¡El representante Ron Kind paga a cambio de sexo!

Al menos eso es lo que dice su rival republicano para un escaño en el Congreso de Wisconsin, Paul R. Nelson, en su propaganda, en la que aparece el rostro de Kind, con el letrero "XXX". Resulta que Kind, junto con más de otros 200 legisladores en la Cámara de Representantes, se opuso a un esfuerzo por evitar que el Instituto Nacional de Salud emprendiera estudios sobre "hábitos sexuales". En el anuncio se dice que Kind gastó dinero de los contribuyentes en estudiar "las vidas sexuales de prostitutas vietnamitas" y las "costumbres de masturbación de los hombres maduros", entre otras cosas.

De acuerdo con la propaganda, el demócrata también quiere "permitir que los indocumentados quemem la bandera estadounidense" y "que gente señalada por acosar a niños ingrese al país".

Sin embargo, Nelson asegura que no se trata de una campaña negativa. "Las campañas negativas consisten en ataques personales", dijo en entrevista. "Pero esto no es personal".

Quizá de acuerdo con los estándares de este año, no lo sea. A unos días de las elecciones legislativas estadounidenses del 7 de noviembre, candidatos desesperados están recurriendo a todo tipo de tácticas. Aunque las campañas negativas son una tradición en la política estadounidense, la versión de este año toca el extremo, con acusaciones de perversión sexual y bancarrota moral.

Al mismo tiempo, el crecimiento de los "gastos independientes" por parte de partidos nacionales y otros grupos ha permitido que los candidatos se distancien de los anuncios negativos contra sus oponentes, que muchas veces son colocados en sitios en la red como YouTube, sin que se pueda culpar a nadie.

En Nueva York, el Comité Nacional Republicano de Campaña financió un anuncio acusando al candidato demócrata a la Cámara de Representantes, Michael A. Arcuri, de usar el dinero de los contribuyentes para pagar sexo por teléfono. Lo que sucedió es que uno de los colaboradores de Arcuri trató de llamar a la División de Justicia Criminal del estado, cuyo número telefónico era casi idéntico a la de la *hot line*.

Y aunque también algunos demócratas están jugando rudo -el candidato a la Cámara de Representantes Chris Carney sacó un comercial donde fustiga a su rival, Don Sherwood, cuya ex amante lo acusó de querer estrangularla-, la mayoría se ha enfocado en las políticas y el desempeño de los republicanos, a quienes que ha tratado de vincular por todos los medios al presidente George W. Bush, a la impopular guerra en Irak, etcétera.

Pero en el caso de los republicanos, es más difícil culpar a los demócratas del estado actual del país, así que muchos han recurrido a la propaganda negativa. Y la tendencia continuará. "El electorado está polarizado y es mucho lo que está en juego, así que es de esperarse que veamos más de estos anuncios", dijo John G. Geer, profesor de Vanderbilt que escribió un libro en defensa de la propaganda negativa.

© 2006 Copyright El Universal-El Universal Online