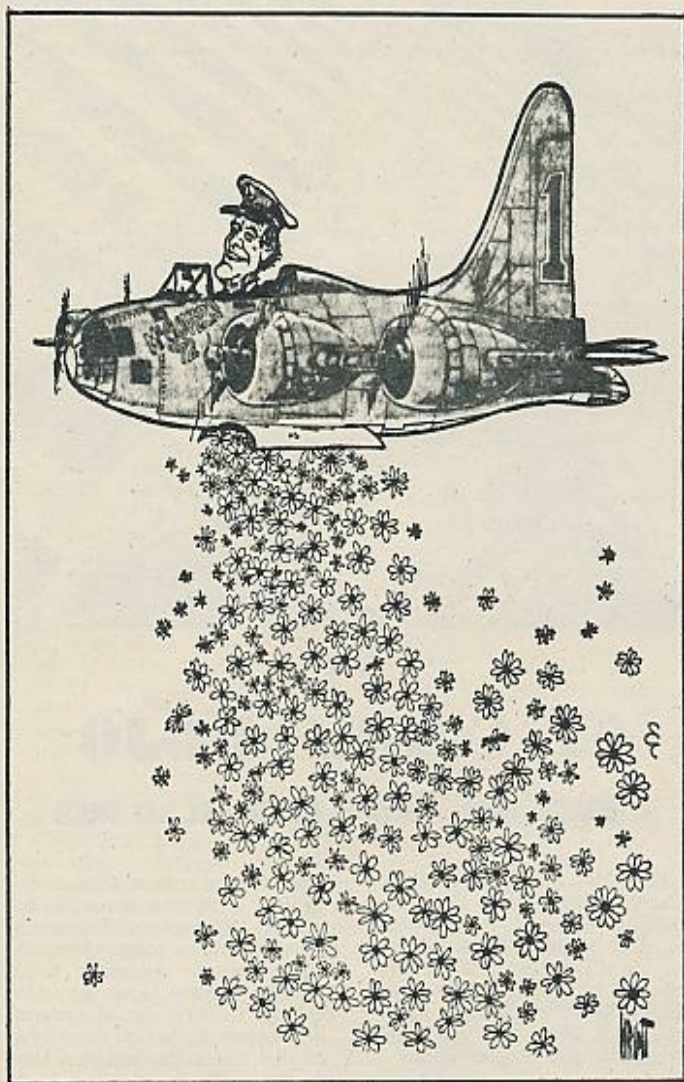


# LA CAMPAÑA



## ULTIMA PRUEBA

De alguna forma, los ciudadanos de los Estados Unidos se encuentran, a dos semanas de las elecciones, en una situación que les es conocida: la de la opción entre dos candidatos que no les complacen totalmente: Nixon y McGovern. Como en las elecciones pasadas: Nixon-Humphrey, Johnson-Goldwater. Cuando hablamos de los ciudadanos, no lo hacemos de aquellos que tienen un voto definido y claro, por cuestión de partido o por cuestión de principios, sino de los indecisos, de los que moldean su opinión final según las campañas, los acontecimientos, las influencias o las últimas reflexiones. Son éstos los que hacen un Presidente. Está claro que estos indecisos lo son porque el sistema es suficientemente impermeable como para no permitir que haya un número de candidatos suficiente para representar una diversidad de opciones. Muchos ciudadanos repudian en

bloque el sistema y se abstienen de votar, para lo cual tienen que hacer un considerable esfuerzo mental, porque votar, en la línea idealista americana, no es sólo un orgulloso derecho, sino una sacrosanta obligación. Otros votan por aproximación, con un considerable desmayo, en la línea del posibilismo.

No parecía que iba a ser así cuando irrumpió McGovern en el panorama electoral, arrojando primarias y «caucus», destrozando la máquina del partido demócrata y ofreciendo una renovación de este mismo partido como preludio a lo que debía ser la gran renovación del país. Y enlazando directamente con el «sueño americano», con los grandes temas de libertad y fraternidad, con la política de la ética. Hubo algunos buenos momentos de exaltación. Luego, todo se volvió a oscurecer de nuevo. ¿En qué punto? El giro hacia la decepción

parece haber comenzado en la convención del partido demócrata y, después, en el asunto Eagleton. El discurso programático de McGovern aparecía limado de los grandes ataques de su campaña en cuanto a organización de la sociedad. La izquierda radical, que había iniciado hacia McGovern un movimiento de posibilismo —el de un pacto posible con el sistema—, se decepcionó ante la visión de un pacto social de McGovern; pactar con un pactante, es resignarse con exceso. El caso Eagleton abundó en estas circunstancias. Eagleton se convirtió inmediatamente en una víctima de la sociedad intransigente, de la sociedad que ficha, archiva, recuerda y estigmatiza para siempre, y McGovern representó en este drama el papel de la sociedad intolerante al separarle de su lado, al retirarle de la candidatura presidencial. La posterior designación de Shriver, político también entroncado con la ética —y, lo que es más importante en unas elecciones de los Estados Unidos, con la familia Kennedy—, con el idealismo, enderezó bastante la situación. Pero muchos ven en Shriver una forma de control de los Kennedy de la campaña electoral, una forma de apoderarse de ella para más adelante: para 1976, cuando Nixon tenga forzosamente que retirarse y la opción para los demócratas sea más fácil. Sería el momento de Kennedy (Ted), que se apoyaría en el pedáneo desgastado de McGovern, como éste se apoya en el de Eugene McCarthy. La sospecha de que Edward Kennedy está detrás de esta campaña, que sabe que es imposible, para hacer indirectamente la suya propia para más adelante, se ha acentuado con el nombramiento de Shriver, y esta muestra de la maquinación posible de la política ha desesperado más a los que ya desconfiaban del sistema, pero se habían acercado a él.

En una encuesta realizada por la Cambridge Survey Research sobre motivaciones de voto (no estadística, no numérica, sino, repitámoslo, explicativa), se encuentran numerosas respuestas que dan como motivación, por uno u otro candidato, el «mal menor». La mayor parte de las objeciones contra McGovern se centran en su falta de credibilidad. Es utópico, es idealista, es irreal. El caso Eagleton le ha perjudicado no solamente en el aspecto moral, sino en el práctico: «No sabe —dicen sus objetores— resolver una crisis, se ha mostrado vacilante, dudoso, ha tardado en reaccionar, ha resuelto en contra de su propio programa». En esta encuesta, Nixon no sale más beneficiado. Es el que recoge el mayor número de votos de «mal menor». La imagen de McGovern no ha sido suficientemente convincente, pero ha servido para hacer resaltar el negativo de Nixon, o de su Administración: la politiquería,

las combinaciones, alguna importante corrupción de Washington, la distancia entre lo prometido y lo realizado, la incapacidad de dar un ideal a la nación. Es curioso que un 70 por 100 de los encuestados han dicho que los Estados Unidos «necesitan un cambio drástico para poder continuar adelante», pero el que les ofrece McGovern no les parece establecido sobre bases de posibilidad, y en cuanto a Nixon, saben ya que no ofrece ningún cambio.

Por esta vía se ha llegado, más o menos, a la situación de las otras elecciones, a los dos candidatos que no acaban de satisfacer. En estos casos, los países suelen votar a favor del poder establecido. Es un reflejo de comodidad. Sobre todo si el poder establecido puede ejecutar los puntos de programa que la oposición presenta: la reconciliación con China, el refuerzo de las relaciones con Moscú y la visión de un próximo fin de la guerra de Vietnam.

McGovern está conduciendo la última fase de su campaña electoral sabiendo perfectamente cuál es su fallo en la opinión pública: el de la confianza. Quienes le siguen en su larga jira por la nación, resaltan unánimemente este hecho: McGovern habla, en público y en privado, con tranquilidad y confianza, manteniendo una absoluta seguridad en sí mismo y en sus posibilidades de llegar a la Presidencia. Aun en los círculos más privados comenta lo que va a hacer cuando esté en la Casa Blanca, no como una posibilidad, sino como una certeza, como si hubiese tenido una revelación. Sabe que es la falta de credibilidad la que tiene que combatir en primer lugar, y así lo hace. El otro tema de su campaña es el de acentuar la parte negativa de la Administración Nixon, con una dureza de la que a veces se teme que pueda romper las reglas del juego —y en los Estados Unidos son muy amplias: apenas hay límites verbales en una campaña electoral—, y McGovern ataca con rudeza. Sobre todo, en cuanto a los temas de corrupción se refiere. Quiere ganarse los votos del descontento, que cuentan mucho en todas las elecciones de todos los países. Muchas personas no votan a un candidato o a un partido, sino contra un candidato o un partido, o un gobernante, por la vía indirecta de favorecer a su oponente.

No todo está perdido en el caso McGovern. Si no tiene hoy la fuerza con que irrumpió en la lucha dentro del partido para conseguir la nominación, si se ha desgastado, aún conserva bastante irradiación personal, y aún la inquietud de muchos ciudadanos de verse gobernados por Nixon durante cuatro años más es bastante importante. Las decisiones de última hora deben favorecerle más a él que a Nixon. ■ E. H. T.

# DE MCGOVERN



## UNA JORNADA EN EL CUARTEL GENERAL

JOSE ANTONIO HERNANDEZ SALINAS

WASHINGTON.—En el enorme rectángulo verde que se extiende delante del Capitolio se desarrolla hoy una exposición que pretende una toma de conciencia en la defensa del medio ambiente. Las más modernas máquinas y técnicas están presentes. Dentro de pocos años se dice que el problema de

la polución habrá desaparecido en los Estados Unidos. La ecología y la lucha contra las drogas son dos temas que preocupan profundamente en este país. No podía faltar en esta exposición-espectáculo un conjunto de música «pop». A su alrededor se sienta en el césped un auditorio en el que predominan los

negros: el 70 por 100 de la población de Washington es negra.

En este enorme rectángulo, entre el Capitolio y el Lincoln Memorial, se encuentran la mayor parte de los edificios del Gobierno federal y casi todo aquello que atrae la atención de los miles de americanos que en este mes de agosto visitan masivamente la capital. Los museos ejemplares de la Smithsonian Institution están abarrotados, y alrededor de la Casa Blanca se forman larguísima colas de devotos americanos —middle class— que esperan ver las tres habitaciones que les enseñan.

Los edificios del Gobierno federal son de un pésimo gusto. La mayoría están llenos de columnatas clásicas, con aires de perennidad. Últimamente, la tendencia ha cambiado, y los nuevos edificios públicos son más acordes con la nueva arquitectura y con la ideología del país. El nuevo edificio del FBI que se construye, costará más de ocho mil quinientos millones de pesetas y no tendrá ni una sola columna. Es el regalo póstumo de la personificación del terror policial, Edgar J. Hoover, fallecido hace unos meses, y a quien George McGovern, el hombre más honesto del Senado americano, se atrevió a definir, quizá porque no tenía nada que temer: «La vigilancia a la que se somete a los ciudadanos, la acumulación de fichas en las manos de hombres que son ellos solos la ley, como Edgar J. Hoover, son motivo de inquietud grave».

George McGovern, el hombre que promete cambiar la cara de la política presidencial americana, se enfrentará el 7 de noviembre a Richard Nixon, el hombre que ha declarado que Vietnam era «America's finest hour» («La mejor hora de la historia de América»), apoyado por los recursos de la Presidencia y los dólares de las grandes corporaciones americanas.

La campaña de un aspirante a un puesto público en los Estados Unidos es algo que no se improvisa. Un amigo me decía que en los Estados Unidos se fabrica un senador como se fabrica una nueva marca de jabón de tocador. La campaña de un candidato a la Presidencia comprende un despliegue futurista de medios que se basan en algo como un «marketing político».

George McGovern ha establecido su cuartel general en una de las calles principales de Washington: 1.910 K. Street, N. W. Es un viejo edificio de ocho pisos, que sirvió para la campaña de Muskie y que será derribado en noviembre.

La posibilidad de entrar donde se fabrica un Presidente, por las buenas, parece algo difícil cuando se llega de España. Mis primeros intentos fueron por el camino tradicional: recurrí a un senador demócrata conocido, que me puso en contacto con el «chairman» de la oficina para los americanos de habla hispana (15 millones) del Comité Nacional Demócrata, que debía introducirme en el cuartel general. Por razón de la campaña

### UNA LLAMADA TELEFONICA

En el mes de enero de 1971, George McGovern anunció oficialmente que aspiraba a la candidatura presidencial del partido demócrata. La decisión la había tomado unos meses antes. En 1969 había conocido a un joven millonario, Morris Dees, que había hecho su fortuna con una empresa de ventas por correspondencia y que acababa de vender su negocio por siete millones de dólares. A Morris Dees le impresionó McGovern, y le ofreció su experiencia: si un día la necesitaba, estaba dispuesto a poner a su servicio el sistema de propaganda postal que tan excelentes frutos le había dado. Un año después, en noviembre de 1970, Morris Dees recibió una llamada telefónica. McGovern le comunicaba en secreto que había decidido optar a la candidatura presidencial, lo que haría público en enero, pero que quería saber antes si podía contar con él. Dees ratificó su oferta: hay quien atribuye a la campaña postal de McGovern —que ha costado dos millones de dólares— el éxito fulgurante de toda la operación.

### DAVID Y GOLIAT

La campaña electoral no sólo se basa en los puntos programáticos aceptados por la Convención —como queda dicho, compuestos por la doctrina esencial de McGovern, pero considerablemente rebajados, más centristas, más moderados—, sino en el enfrentamiento directo con Nixon. Cualquier candidatura contra un Presidente en ejercicio que opta a su segundo mandato es una gran aventura. Es tradicionalmente derrotada. El único precedente fue el de Johnson, que optó por no presentarse a la reelección por no sufrir la derrota electoral que parecía inevitable. El Presidente en ejercicio dispone de infinitos medios de propaganda, pero sobre todo dispone de la acción. Un candidato puede anunciar que irá a Moscú y a Pekín: un Presidente puede ir. El tema principal está en la guerra de Vietnam: aun en ella, el Presidente conserva en sus manos la capacidad de la acción posible, y el candidato no dispone más que de las promesas.



## A SANGRE FRIA

Hubo veces en que la guerra y su influencia sobre todos ellos se manifestaron con la fuerza de una gran bomba. En una ocasión, McGovern estaba en el bar del club de oficiales de la base, cuando una pareja de pilotos de caza comenzó a bromear y a presumir hablando de dos civiles italianos a los que habían ametrallado en un puente. «Parece ser que regresaban de ametrallar una concentración de tropas de Infantería —recuerda McGovern—. Les tiraron una ráfaga del calibre cincuenta. Uno de ellos decía: "¿Te acuerdas cómo cayó al agua aquel hijo de perra?". No podía creer lo que decían. Aún no sé si era cierto o no. Podía ser sólo el whisky. Yo estaba asombrado de que alguien pudiese arrebatarse de un modo tan salvaje una vida humana».

McGovern fue sólo ligeramente menos incrédulo sobre un hecho similar que se produjo en su propio avión. El incidente afectaba a un piloto sustituto, uno de los varios que se incorporaron al *Reina* después de la muerte de Adams. El mal tiempo había forzado al grupo a abandonar su misión, y regresaban a la base. Según era habitual, tenían que desprenderse de su carga de bombas antes de aterrizar, bien en alta mar o en un área remota y deshabitada, ya que aterrizar con toda una carga de bombas podía ser fatal. El *Reina* sobrevolaba un área rural de Yugoslavia, cuando el nuevo piloto bombardero indicó a McGovern que diese una pasada de aproximación. En la parte trasera del aparato, Tex Ashlock contemplaba el paisaje a través de la escotilla de la cámara. Y de pronto no pudo creer lo que sus ojos veían. Las bombas cayeron y llevaron su mensaje de muerte a una pequeña granja que había frente a ellos. En unos segundos, el suelo se estremeció con el estruendo de seis bombas que estallaron a la vez. La granja que Ashlock había estado contemplando, desapareció en una nube de humo oscuro. Para Ashlock no cabía la menor duda: había sido testigo de un asesinato a sangre fría.

Cuando descendieron a tierra, Ashlock, prescindiendo de todas las reglas sobre el respeto debido a los oficiales, cogió por la solapa al bombardero. «Escúchame, hijo de perra —le gritó—. Vi lo que hiciste. No quiero tener ningún trato contigo a partir de ahora. Te considero una desgracia para la Humanidad». Después, Ashlock acudió a McGovern. El joven teniente le escuchó sombrío. Después de que Ashlock terminara su historia, le preguntó: «¿No tienes ninguna duda de que fue deliberado?». «¿Cómo podía haber sido de otra forma?», respondió Ashlock. McGovern meditó el asunto por unos cuantos minutos, y después dijo: «Sabes que si le acusamos, será tu palabra contra la suya, la de un soldado contra la de un oficial. Resultará muy difícil lograr que le condenen sin más pruebas y sin más testigos. De todos modos, te diré una cosa: No volveremos a volar más con ese tipo». McGovern cumplió su palabra: aquel día el oficial fue separado de la tripulación.

McGovern realizó su última misión el 25 de abril de 1945. Dos semanas después terminaba la guerra en Europa, y McGovern volvía a casa, conduciendo un *Libertador* a través del Atlántico. Años más tarde diría que jamás lamentó lo que había hecho en la guerra; que había que detener a Hitler, según sus palabras, si se quería que sobreviviese la civilización occidental. Había aprendido muchas cosas en la guerra, y la guerra le había cambiado. En un sentido perverso, aunque necesario —decía—, le dio una fuerza que de otro modo no hubiese adquirido. Ahora, la muerte era menos aterradora que antes, y, como pronto descubriría, también el pasado. Pero todo esto sería después. En aquel día de abril de 1945, cuando salía del feo bombardero gris por última vez, se sentía a un tiempo entusiasmado y exhausto.

La prueba había terminado. Nunca más tendría que volar ni que luchar de nuevo.

electoral, mister Segarra estaba ausente por algunos días, así que decidí dirigirme, sin más, al 1.910 de la calle K.

Entrar en este lugar es ir de sorpresa en sorpresa. Podría ser algún local de reunión de la juventud americana: «yippies», «zippies», estudiantes, chicas que militan en el Women's Lib... Hay muchos niños, que desempeñan tareas importantes en la campaña. Nada es convencional. La media de edad no debe ser superior a los veinticinco años. La mayoría de ellos trabajarán como «voluntarios», gratuitamente, hasta el 7 de noviembre.

Es suficiente con identificarme en la oficina de recepción. Les indico que querría pasar allí un día observando cómo se desarrolla la campaña. Me preguntan algunos datos sobre TRIUNFO y me dan todo tipo de facilidades. Puedo moverme por donde quiera y preguntar lo que quiera. Me acompaña, para facilitarme cualquier cosa, Mia Singer, una estudiante de arte dramático que trabaja como voluntaria en la oficina que clasifica y distribuye, después de conocer el contenido, todas las cartas que llegan al cuar-

tel general. Ese día habían recibido doce sacas. «Trabajo en la campaña más por McGovern que por los demócratas. Estamos hartos de la guerra y de las mentiras de Nixon. Con Nixon todo seguirá igual. McGovern ofrece la posibilidad de cambio. Ha reconocido nuestros fallos gordos, que los Estados Unidos no tienen que aspirar a dirigir el mundo en su beneficio, que nuestros problemas internos, como la pobreza, son más importantes. Nixon no tiene a los jóvenes», me dice Mia. En este sentido, McGovern no es más que el anunciador del cambio que se está operando en la sociedad americana. No ha hecho más que recoger las tendencias de los grupos más dinámicos, que al mismo tiempo son portavoces del cambio que se inicia en la masa de americanos. «Este es un nombramiento del pueblo, y en enero próximo restauraremos el Gobierno de este país para el pueblo», decía el senador en el discurso de aceptación ante la Convención de Miami.

El cuartel general de McGovern funciona con la organización de una corporación americana. Las diferen-



Franck Mankiewicz.



Gary W. Hart.

## LOS PEQUEÑOS GENIOS ELECTORALES

Franck Mankiewicz, cuarenta y ocho años. Principal estratega de la campaña. Fue secretario de Prensa de Robert Kennedy de 1966 a 1968. Trabajó en varios puestos clave del Cuerpo de Paz, entre ellos, director regional para América Latina. Se graduó en UCLA, y está en posesión de un M. S. en periodismo y un LL. B. por la Univer-

sidad de California. Gary W. Hart, treinta y cuatro años. Es el director de la campaña. Trabajó como organizador y coordinador en las campañas de John y Robert Kennedy. Ha ocupado puestos en los Departamentos de Justicia y del Interior, en este último, como consejero especial. Ha ejercido la abogacía. Se graduó en el Bethany College de Oklahoma y tiene un LL. B. por Yale. Frederick Dutton, cuarenta y nueve años. Fue consejero

# LA CAMPAÑA DE MCGOVERN

tes oficinas que han de intervenir en la campaña se han distribuido en las ocho plantas del edificio. Aunque están unidas por una línea de coordinación vertical, funcionan con independencia a nivel horizontal. Cada oficina está especializada en una materia (problemas urbanos y étnicos, obtención de fondos, «media» prensa, minorías, ciudadanos mayores, etcétera), e inútil preguntar por cualquier aspecto que se salga de ella.

El artífice de la organización, estratega de la campaña y responsable del milagro McGovern es Franck Mankiewicz, el hombre que ha hecho que, contra todos los pronósticos, se alzase con la victoria en las primarias. Mankiewicz es un experimentado creador de Presidentes. Dirigió la campaña de Robert Kennedy, y si no hubiese sido asesinado le habría llevado a la Presidencia. Astuto, inteligente, con una capacidad de reacción impresionante, Mankiewicz ha tenido la habilidad de rodearse de un equipo joven («de menos de treinta años») y a la vez experimentado. Esta colección de tecnócratas se aloja en la cuarta planta, donde están los

directores de la campaña para cada una de las grandes regiones en que se ha dividido el país. Mankiewicz, corpulento, pelo revuelto, me recibe en mangas de camisa, en medio de continuas llamadas telefónicas y de informes que le pasan sobre las reacciones a las últimas declaraciones de McGovern, en viaje por Pennsylvania. A Mankiewicz, que habla un correcto español, le preocupan poco las ideas del candidato: «Sobre las principales ideas del programa de McGovern, crisis nacional, bienestar social, etcétera, yo no tengo la información, pero mister Dutton puede dirigitrle a quien le informará de todo esto». Ha sido uno de los principales artífices de la reconstrucción del partido demócrata y le ha hecho aparecer ante la opinión pública como el campeón de un nuevo «New Deal». «El partido demócrata, tal como lo habíamos conocido —dice Gary Hart, director nacional de la campaña—, ha muerto. El nuevo ha nacido en Miami Beach el catorce de julio» (día de la Convención Demócrata).

Lo que más le preocupa a Mankiewicz es «la unión de las fuerzas

reformistas y regulares, las fuerzas de los rebeldes en el partido y los que siempre han tenido el poder. La designación de McGovern es una revolución dentro del partido demócrata. Antes de la elección de Miami, no tuvimos el respaldo de ninguna figura nacional, de ningún gobernador, ni senador, en ningún Estado, casi en ningún condado, pero, sin embargo, triunfamos en las elecciones por Estados antes de la Convención».

El ir de puerta en puerta de una legión de voluntarios, haciendo elevarse el número de electores inscritos, que dio resultados en las primarias, ahora no basta. «Ahora nos vemos —dice Mankiewicz— en una posición dramática, y es que las fuerzas «guerrilleras» tienen el poder del partido, pero no podemos ganar las elecciones sin el respaldo de las fuerzas regulares. Nuestro principal problema es reunir las dos posiciones, y es bastante difícil».

Es mediodía, hora del almuerzo. Los «hamburger» de los alrededores están llenos. Estos locales anuncian por millones el número de hamburguesas que llevan ven-

didas. En el cuartel general, uno de los voluntarios ha cocinado para todo el edificio: «chicken a la cacciatori», dos dólares; platos de cartón y cubiertos de plástico, el almuerzo resulta simpático. En las paredes, frases del senador y carteles de la campaña alusivos al senador: «McGovern, un poco de calor en un mundo frío».

En la oficina de finanzas se recibe y distribuye todo el dinero. Sara Ermans es una madre muy joven que trabaja como voluntaria gracias a que en la planta baja se ha montado una guardería: «Mothers for McGovern». Sara me dice que la campaña va a costar aproximadamente 30 millones de dólares. «Nuestra principal preocupación es gastar bien el dinero que nos manda la gente modesta, que es el principal apoyo económico de McGovern». En efecto, sobre grandes mesas se clasifican los cheques que en cantidades masivas llegan todos los días. El 70 por ciento no supera los 25 dólares. Son aportaciones pequeñas que revelan el carácter popular del candidato demócrata. El mismo se ha definido como «populista». «Su populista».



Pierre Salinger.



Henry Kimelman.



Richard G. Stearns.



Gordon L. Weil.

especial y secretario del Gobierno con John Kennedy. También trabajó en la campaña de Robert Kennedy. Ha ocupado diversos puestos gubernamentales. Se graduó en las Universidades de California y Stanford. Tiene un bufete en Washington. Está entregado a conseguir el voto de los veinticinco millones de jóvenes que votarán por vez primera en la presente campaña. Pierre Salinger, cuarenta y siete años. Es consejero especial del senador. Fue

secretario de Prensa con los Presidentes Kennedy y Johnson. Tiene una larga experiencia en campañas electorales. Está graduado por la Universidad de San Francisco. Henry Kimelman, cincuenta años. Encargado de las finanzas en la campaña. Ha ocupado importantes cargos gubernamentales privados. Se graduó en las Universidades de Nueva York y Harvard. Richard G. Stearns, veintisiete años. Consejero del director de la campaña. Ha tra-

bajado en la UNESCO y es vicepresidente de la Asociación Nacional de Estudiantes. Se graduó en la Universidad de Stanford. Gordon L. Weil, treinta y cinco años. Asistente ejecutivo del senador. Escribió para el «Washington Post» y trabajó para las Naciones Unidas. Es Ph. D. por la Universidad de Columbia en Ciencias Políticas. Edwin Kuh, cuarenta y siete años. Profesor del MIT. Es uno de los principales propugnadores de la refor-

ma fiscal. Robert Eisner, cincuenta años. Profesor del MIT. Propone incrementar la presión fiscal sobre las grandes empresas y disminuirla sobre las pequeñas. Lester Thurow, treinta y tres años. Ha llegado a la conclusión que el dos y medio por ciento de los americanos poseen el cuarenta y cinco por ciento de las fortunas. A las herencias que excedan de los 500.000 dólares quiere gravarlas con un impuesto que llegue hasta el setenta y siete por ciento.

# LA CAMPAÑA DE McGOVERN



## "OPERACION" ESTETICA

La reconstrucción de McGovern a base de ropas y cosméticos tiene su inicio en 1968, durante su fugaz campaña para la Presidencia. Al llegar a un estudio de televisión de Nueva York para pronunciar un discurso, McGovern iba, como siempre, mal vestido y con la tez pálida. Lo peor de todo es que llevaba unos calcetines que dejaban ver la mitad de los tobillos. Cuando McGovern cruzó las piernas, apareció una gran extensión de piel blanca que las cámaras captaron. Gloria Steinen resolvió este problema y puso a McGovern en el camino de la recuperación, corriendo a una tienda local de ropa para caballeros y regresando con un par de calcetines largos. Fue ella también quien le introdujo en los beneficios de un tostado para todo el año, cortesía de una lámpara solar eléctrica. Cuando McGovern llegó a Chicago para la Convención, se comisionó a un equipo de sastres para hacer, en veinticuatro horas, algo que reemplazase el terno "verde eléctrico" que vestía.

El guardarropa de McGovern se ha ampliado gradualmente desde entonces, hasta el punto de que hoy, cuando lleva la corbata adecuada, es uno de los hombres mejor vestidos del Capitolio, aunque algunos amigos, como Schlesinger, se quejan de que va "casi demasiado a la moda". McGovern se ha dejado también el pelo un poco más largo, y ahora se lo peina hacia adelante en un vano intento de camuflar su calvicie, resultado en parte de sus ataques de hepatitis. Una solución más radical —llevar un tupé— fue rechazada tras unos cuantos días de uso, en 1965. McGovern se convirtió en el motivo de muchos chistes entre sus colegas, y finalmente prescindió de la peluca cuando Bob Kennedy le dijo con franqueza: "George, tienes un aspecto horrible".

mo es diferente al demagógico de Barry Goldwater o de George Wallace. Su populismo ha nacido de abajo, tiene raíces», me dice Douglas Jorgen, estudiante en Georgetown, y sigue: «Nixon tiene todo el dinero que quiera, los cheques que recibe son por miles de dólares. Le apoya la ITT, la Ford, las grandes corporaciones; McGovern tendrá dificultades para reunir el coste de su campaña».

Teniendo esto en cuenta, los técnicos electorales han formado el «Club del millón de miembros», que está dando resultados. Han dirigido una carta personalizada, firmada por McGovern, a un millón de americanos medios, «que no esperen favores especiales para ellos mismos, sino un mejor país para todos», en la que se les piden 25 dólares. El senador promete invitar a 250 de ellos, ya que a todos sería imposible, a un People's Dinner Party en la Casa Blanca, en enero, después de su toma de posesión.

Sargent Shriver, candidato a la Vicepresidencia, tiene las oficinas de su campaña en el mismo edificio. Otro de los éxitos de Mankiewicz ha sido el lograr que la imagen del candidato demócrata no se debilitase después del triste caso Egleton.

McGovern, antes de escoger a Sargent Shriver, intentó convencer a Ralph Nader para que se presentase a la Vicepresidencia. Nader, temiendo que se resintiese la credibilidad de sus campañas, se negó. Ralph Nader, supermán de los derechos del consumidor, se inscribe en una tradición americana típica: la del hombre solo, personaje tradicional del «western», que defiende al público contra los tramposos del juego establecido, aunque sin poner el mismo en tela de juicio.

Uno de los asistentes principales del senador McGovern es Pierre Salinger. Brillante, astuto, profesional de la táctica de las elecciones, tiene una larga experiencia en campañas electorales. Trabaja en la oficina de prensa, aprovechando su experiencia como secretario de prensa de los Presidentes Kennedy y Johnson. «Los dos temas más candentes de esta campaña —me dice— son Vietnam y la economía». Pierre Salinger ha sido encargado por McGovern de una «misión» en Vietnam del Norte, la cual ha producido un escándalo nada favorable, pues McGovern primero lo des-

mintió y luego acabó por admitirlo. «La violencia y la crueldad de la guerra mantenida por Nixon ha llegado a extremos insospechados: el ataque sistemático contra centros civiles, que no puede achacarse a errores; el perfeccionamiento de las bombas perforantes, de las bombas de fragmentos (se ha conseguido que éstos no entren derechos, sino en zig-zag, para hacer más difícil la cura) y el bombardeo de los diques, de cuya resistencia depende la vida de millones de hombres, mujeres y niños». La posición de McGovern ha sido tajante en este sentido. Su plan para acabar con la guerra se resume en tres puntos: detención inmediata de los bombardeos, sin condiciones; retirada en noventa días de todas las fuerzas de tierra, sin condiciones; terminación inmediata de la asistencia militar al régimen de Thieu, sin condiciones.

En cuanto a los problemas económicos, el desempleo, la pobreza y los impuestos, son fundamentalmente los puntos de ataque del programa McGovern. En 1969, cuando Nixon llegó a la Presidencia, el desempleo alcanzaba a 2,7 millones de trabajadores, hoy son 5,1 millones. Entre 1969 y 1970, el número de personas que viven en la pobreza se ha incrementado en el 5,1 por ciento. Hay, en los riquísimos Estados Unidos, siguiendo las estadísticas oficiales, 25,5 millones de personas que se consideran en la pobreza, el 13 por 100 de la población total.

Si seguimos a Abernathy, esta cifra se eleva a 30 millones, y según Michael Harrington, la «otra América» suma 40 millones de personas. Mientras que en 1949, el uno por ciento de la población poseía el 21 por 100 de la riqueza nacional, la cifra pasa a 26 por 100 en 1956 y 32 por 100 en 1971. «El neopopulismo americano —me dice Salinger— y McGovern con su programa de reforma fiscal, redistribución de la riqueza nacional, control por el Estado de las grandes corporaciones y prometiendo un sistema de seguridad social (hoy casi inexistente en los Estados Unidos), intentan recuperar esta franja de americanos marginados e insatisfechos. El americano medio está teniendo conciencia de estos problemas».

Las posiciones de McGovern ante los problemas nacionales son re-

cogidas, molidas y clasificadas por otro grupo de pequeños genios electorales: la oficina de investigación política. Ellos saben lo que el elector espera del candidato, escriben sus discursos y aportan todas las informaciones precisas sobre los puntos de su programa.

Pregunto a uno de estos estrategas por el papel que pueden jugar los jóvenes en las próximas elecciones. Me responde que por primera vez podrán votar veinticinco millones de jóvenes electores comprendidos entre los dieciocho y veinticuatro años. De ellos, el 60-70 por 100 acudirán a la votación. Todas las encuestas indican la preferencia de McGovern sobre Nixon.

Pero a pesar del ambiente optimista que se respira en el cuartel general, muy pocos están convencidos de que McGovern ganará las elecciones. No obstante, sus ideas no sólo tienen eco en el millón de personas del Gay Power, que reclama los derechos de los homosexuales, entre los chicanos y los portorriqueños, entre las minorías revolucionarias o prerrevolucionarias, entre los jóvenes o entre la franja de «humillados y ofendidos» existente en la sociedad americana. Alcanzan a capas más profundas de americanos que se sienten manipulados y representando un papel del que desconocen su finalidad. Las próximas elecciones van a ser un «test» del cambio que se inicia en los Estados Unidos.

Son las cinco y media de la tarde y la mayoría de los ciudadanos utilizan preferentemente los cómodos autobuses con aire acondicionado que les llevarán a sus confortables casas en los alrededores de Washington, en Virginia o Maryland. En la ciudad se ha declarado la guerra al automóvil: un intento por superar la contradicción del colapso de la circulación. ■ J. A. H. S.

Los textos titulados **A sangre fría** y **«Operación» estética** son fragmentos del libro **McGovern**, editado por Dopesa, del que es autor Robert Sam Anson. Los que aparecen bajo los epígrafes **Una llamada telefónica** y **David y Goliat** pertenecen al epílogo de Eduardo Haro Tecglen, que cierra el volumen.

JULES FEIFFER

McGOVERN  
NO CONSEGUI-  
RA SER NOM-  
BRADO CAN-  
DIDATO PORQUE...

SEGÚN LOS  
SONDEOS  
REALIZADOS,  
MUSKIE NO SE-  
RÁ DERROTADO.

NO. ESO FUE  
LO QUE DIJIMOS  
ANTES DE  
LO DE  
NEW HAMPSHIRE.

PORQUE ES  
UN CANDIDATO  
DE UN SOLO TE-  
MA ELECTORAL...



NO. ESO ES  
LO QUE ARGU-  
MENTAMOS  
ANTES DE LO  
DE WISCONSIN.

PORQUE SÓ-  
LO LE APOYAN  
UNAS  
MINORIAS...

NO. ESO  
YÁ NO VALE  
DESPUÉS  
DE LO DE  
OHIO.

PORQUE SU  
RADICALISMO  
REPUGNA AL  
AMERICANO  
MEDIO...



NO. ESO  
ERA LO QUE  
PENSABAMOS  
ANTES DE LO DE  
NEBRASKA.

BUENO. ¿Y  
QUÉ IMPORTA  
QUE LOGRASE  
EL NOMBRAMEN-  
TO DE SU PARTIDO?

McGOVERN NO  
PUEDE GANAR  
LAS  
ELECCIONES  
PORQUE...

LOS SONDEOS  
DEMUESTRAN  
QUE NIXON  
NO SERÁ  
DERROTADO.



Authorized by  
McGOVERN FOR PRESIDENT COMMITTEE  
John W. Branner, Treasurer  
410 First Street, S.E., Washington, D.C. 20003

Jules Feiffer ha contribuido a la campaña electoral de McGovern con esta historieta.