



Questões *de* Democracia

O U T U B R O D E 2 0 0 4



GUIA DAS ELEIÇÕES

2004

ESCRITÓRIO DE PROGRAMAS DE INFORMAÇÕES INTERNACIONAIS

DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA

QUESTÕES DE DEMOCRACIA



EditorLeslie C. High
Editoras associadas.....Rebecca Ford Mitchell
Rosalie Targonski
Alexandra Abboud
Carrie Lee
Referência/Pesquisa.....Anita Green
Lorna Dodt
Diretora de arte.....Chloe Ellis
Ilustração da capa..... Min Yao
Editor de fotografia.....John Wicart

Editora-chefeJudith S. Siegel
Editor executivoGuy E. Olson
Gerente de produção Christian Larson
Assistente de gerente de produção Sylvia Scott
Revisão de portuguêsMarília Araújo

Conselho editorial
George Clack Kathleen R. Davis Francis B. Ward

O Escritório de Programas de Informações Internacionais do Departamento de Estado dos EUA publica cinco revistas eletrônicas - *Perspectivas Econômicas*, *Questões Globais*, *Questões de Democracia*, *Agenda da Política Externa dos EUA* e *Sociedade e Valores dos EUA* -, que analisam as principais questões enfrentadas pelos Estados Unidos e pela comunidade internacional, bem como a sociedade, os valores, o pensamento e as instituições do país. Cada revista é catalogada por volume (o número de anos em circulação) e por número (o número de edições publicadas durante o ano).

A cada mês sai uma revista nova, que no prazo de duas a quatro semanas é seguida de versões em francês, português e espanhol. Algumas também são traduzidas para o árabe e o russo.

As opiniões expressas nas revistas não refletem, necessariamente, a posição nem as políticas do governo dos EUA. O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo nem pela continuidade do acesso aos sites da internet para os quais há links nas revistas; tal responsabilidade cabe única e exclusivamente às entidades que publicam esses sites. Os artigos, fotografias e ilustrações das revistas podem ser reproduzidos e traduzidos fora dos Estados Unidos, a menos que contenham restrições explícitas de direitos autorais. Nesse caso, é necessário pedir permissão aos detentores desses direitos mencionados na publicação.

O Escritório de Programas de Informações Internacionais mantém os números atuais e atrasados em vários formatos eletrônicos, bem como uma relação das próximas revistas, em <http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>. Comentários são bem-vindos na Embaixada dos EUA no seu país ou nos escritórios editoriais:

Editor, eJournal USA: Issues of Democracy
IIP/T/DHR
U.S. Department of State
301 4th St. S.W.
Washington, D.C. 20547
United States of America
E-mail: ejdemos@state.gov

Sobre esta edição

Os Estados Unidos encontram-se em meio a uma nova temporada eleitoral, e os candidatos estão percorrendo todo o país. Anúncios de campanha se multiplicam nas entradas das casas e enfeitam pára-choques de carros. Voluntários em mercearias e estações ferroviárias se oferecem para ajudar os eleitores a se cadastrar de última hora. Conversas sérias, às vezes acaloradas, sobre qual candidato dará melhor rumo ao país são cada vez mais freqüentes.

A maioria dos norte-americanos segue a campanha da eleição presidencial pelos jornais ou noticiários noturnos da TV, ou pelos talk shows radiofônicos preferidos, ou ainda pelos sites na internet. Relativamente poucos cidadãos passam pela experiência de se encontrar com os candidatos, a não ser que morem em um Estado altamente disputado - um dos chamados campos de batalha eleitoral. É provável que os moradores desses Estados - em especial os das comunidades com muitos eleitores indecisos - tenham várias chances de ver os candidatos ao longo do período de campanha. E provavelmente os habitantes de comunidades que sempre votam nos republicanos ou nos democratas não vejam o candidato de nenhum dos partidos.

A campanha da eleição presidencial de 2004 não constitui exceção a esses padrões. À medida que se aproxima a eleição de 2 de novembro, intensifica-se a cobertura da mídia, e os candidatos aprofundam suas divergências sobre os temas principais. O presidente George Bush e o senador John Kerry estão viajando por todo o país, dirigindo-se a multidões de partidários potenciais, em especial nos Estados em que a disputa é mais acirrada, tais como Pensilvânia, Ohio e Novo México. Os dois candidatos programaram três debates na TV com transmissão nacional para esclarecer melhor os eleitores sobre temas importantes. De acordo com as pesquisas, o que parece preocupar mais os norte-americanos na eleição de 2004 são as questões de segurança e a situação da economia interna, principalmente os empregos.

Esta revista faz uma análise ampla das eleições, apresentando as forças influentes em ação, as posições dos dois partidos principais e os procedimentos eleitorais nos Estados Unidos. A primeira seção examina seis fatores importantes que influenciam a eleição: a necessidade de conquistar o número suficiente de Estados para vencer no Colégio Eleitoral; os vários grupos étnicos e demográficos de eleitores; a importância das eleições ao Senado e à Câmara dos Deputados dos EUA; a evolução dos regulamentos que regem o financiamento de campanha; o papel da mídia e da propaganda política; e o impacto dos candidatos de terceiros partidos. Cada segmento combina informações de referência com comentários de especialista sobre a influência do tema no desenrolar da campanha de 2004.

A segunda seção compara as plataformas dos partidos Republicano e Democrata, que apresentam suas posições oficiais sobre várias questões de políticas. Dois militantes políticos, um de cada partido, comentam as posições partidárias sobre vários temas fundamentais. Também há trechos de ambas as plataformas expostos lado a lado para comparação.

A última seção analisa alguns dos mecanismos das eleições norte-americanas, inclusive o Colégio Eleitoral, os locais e equipamentos de votação e as cédulas.

Os norte-americanos gostam muito de discutir sobre seu sistema eleitoral - se o Colégio Eleitoral deve ser descartado, como controlar o montante de dinheiro gasto em campanhas, que equipamentos de votação são mais fáceis de usar. Cada ciclo eleitoral gera reclamações, reformas e ajustes específicos, e as discussões giram em torno de como deverá ser a eleição seguinte. Mas, assim mesmo, o sistema vem servindo o país, com a transferência pacífica do poder presidencial há mais de 200 anos, e continua sendo um modelo da democracia norte-americana em ação.

—Os editores



Questões de Democracia

Departamento de Estado dos EUA / Outubro de 2004 / Volume 9 / Número 3

<http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>

ÍNDICE

Guia das Eleições 2004

- | | |
|---|--|
| <p>O que está em jogo</p> <p>4 <i>Como Vencer nos Estados</i></p> <p>Como o presidente e o vice são escolhidos pelos votos do Colégio Eleitoral no sistema “o vencedor leva tudo” em cada Estado, e não pelo voto popular nacional, os candidatos se esforçam para vencer a disputa em Estados estratégicos.</p> <p><i>Comentário especializado: Charlie Cook, responsável pela edição e publicação do Cook Political Report</i></p> <p>7 <i>Eleitorado Dividido</i></p> <p>As pesquisas indicam que os números dos eleitores norte-americanos que apóiam os dois principais candidatos à Presidência são quase iguais. O pequeno número de indecisos pode ser fundamental para o resultado da eleição.</p> <p><i>Comentário especializado: John Zogby, presidente e diretor executivo, Zogby International</i></p> <p>10 <i>Eleições para o Congresso</i></p> <p>O controle do Congresso é importante para a agenda legislativa de um partido. Neste ano, há várias disputas acirradas para o Senado e a Câmara dos Deputados.</p> <p><i>Comentário especializado: Thomas E. Mann, chefe da Cátedra W. Averell Harriman e membro sênior do Instituto Brookings</i></p> | <p>14 <i>Financiamento de Campanhas Eleitorais</i></p> <p>A Lei McCain-Feingold proibiu o “soft money”, mas o surgimento dos “comitês 527” representa novo caminho para grandes contribuições.</p> <p><i>Comentário especializado: Jan Baran, sócio, Wiley, Rein & Fielding LLP, Washington, DC</i></p> <p>17 <i>Os Meios de Comunicação de Massa</i></p> <p>Os eleitores norte-americanos obtêm a maior parte das informações sobre os candidatos e suas posições pelos meios de comunicação de massa. A qualidade da cobertura das campanhas e o tom da propaganda política são fatores importantes na eleição.</p> <p><i>Comentário especializado: Montague Kern, professor adjunto, Departamento de Jornalismo e Estudos de Mídia, Universidade Rutgers</i></p> <p>20 <i>Terceiros Partidos</i></p> <p>Apesar da predominância dos partidos Republicano e Democrata, os terceiros partidos normalmente influenciam o resultado das eleições nos EUA. Ralph Nader é o único candidato de terceiro partido que pode exercer algum impacto em 2004.</p> <p><i>Comentário especializado: L. Sandy Maisel, William R. Kenan, Jr., professor de Governo, Faculdade Colby</i></p> |
|---|--|

23 *Posições das Plataformas*

Juntamente com o apelo pessoal de um candidato e sua filiação partidária, as posições de um partido sobre questões relevantes são fatores decisivos para os eleitores. Apresentamos uma comparação de trechos das plataformas dos dois partidos principais sobre pontos fundamentais, além de uma visão geral de dois experientes militantes partidários sobre as plataformas.

Comentário especializado: republicano Tucker Eskew, ex-subassistente do presidente no Escritório de Comunicações da Casa Branca e presidente da Eskew Strategies; democrata Marc Ginsberg, ex-embaixador dos EUA em Marrocos, diretor executivo do Northstar Equity Group e presidente da Aliança para a Liderança Norte-Americana

26 *Trechos de Plataformas*

Um quadro com trechos das plataformas mostra as posições dos republicanos e dos democratas sobre questões relevantes.

28 *Debate de Temas Eleitorais*

Os debates na TV entre os candidatos tornaram-se um dos aspectos mais esperados e influentes da campanha presidencial.

29 *Dia de Votação*

O que os norte-americanos fazem quando vão às urnas.

30 *Tecnologia do Voto*

As formas como os norte-americanos votam estão mudando.

32 *Cédulas Eleitorais*

Não são apenas os nomes dos candidatos que aparecem em uma cédula norte-americana.

33 *O Colégio Eleitoral*

Como o Colégio Eleitoral elege o presidente e o vice.

34 *Bibliografia*

36 *Recursos na internet*

Como Vencer nos Estados

A campanha presidencial concentra-se com maior ênfase em alguns Estados porque a Constituição dos EUA instituiu o sistema de colégio eleitoral no lugar do voto popular direto. O presente artigo explica como funciona essa instituição, e o comentário seguinte de Charlie Cook analisa os números da eleição deste ano. Cook é o responsável pela edição e publicação do boletim informativo Cook Political Report.



No dia da eleição, quando os eleitores norte-americanos preencherem suas cédulas de votação com o nome do seu candidato presidencial favorito, eles estarão na verdade votando em um grupo de eleitores estaduais, ou seja, nos delegados do Estado. Esses delegados estão comprometidos a votar naquele candidato no Colégio Eleitoral, o corpo de representantes que realmente elege o presidente e vice-presidente.

Criado nos primórdios da República, o Colégio Eleitoral é formado atualmente por 538 membros. Cada um dos Estados é representado por um número de delegados igual ao total de senadores e deputados desse Estado no Congresso. Entretanto, o Distrito de Colúmbia, que não tem representação no Congresso, tem direito a três votos eleitorais. O candidato que ganha a Presidência é o que obtém a maioria absoluta (270 no mínimo) dos referidos votos.

Nesse sistema eleitoral, é possível chegar à Presidência sem vencer no voto popular. O exemplo mais recente disso aconteceu em 2000, mas isso também ocorreu na história dos Estados Unidos em três outras ocasiões. Essa anomalia acontece porque praticamente todos os Estados adotam o sistema de o “vencedor leva tudo” de forma que o candidato eleito pelo voto popular no Estado obtém todos os seus delegados no Colégio Eleitoral. As únicas exceções são os Estados de Maine e Nebraska, onde dois delegados são

escolhidos pelo voto popular em todo o Estado e os restantes, pelo voto popular em cada distrito congressional.

Por conseguinte, cada Estado é uma disputa separada, e o que determina quem vai ocupar a Casa Branca não é o número total de votos nacionais, mas o número de votos eleitorais obtido pelo candidato. Assim, os candidatos não apenas devem realizar uma campanha nacional na qual suas mensagens são divulgadas pelos meios de comunicação de massa do país, mas também dedicar-se a campanhas estaduais, mais voltadas para temas e problemas locais e regionais.

Acima, à esquerda: Presidente George Bush cumprimenta simpatizantes numa parada de campanha no dia 6 de agosto em Stratham, New Hampshire (Foto: AP/Charles Dharapak) Acima, à direita: Partidários dão as boas-vindas ao senador John Kerry em um comício no dia 21 de setembro em Orlando, Flórida (Foto: AP/Peter Cosgrove)

Muitos Estados, em virtude do seu perfil demográfico ou econômico, favorecerão um determinado candidato ou partido de forma bastante previsível. Nos últimos anos, tem havido uma ampla discussão sobre os chamados Estados vermelhos e azuis, ou seja, os Estados em que uma ampla maioria tende a votar nos Republicanos (vermelhos) ou nos Democratas (azuis). Os mapas que ilustram essas diferenças mostram a maioria dos Estados azuis nas costas leste e oeste e a maioria dos Estados vermelhos no sul e na região central do país. Os Estados nos quais a disputa é imprevisível – chamados campos de batalha eleitoral ou Estados decisivos – tendem a atrair para si muitos dos recursos de ambas as campanhas.

Esses campos de batalha eleitoral, nos quais poucos pontos percentuais separam os candidatos, podem mudar de uma eleição para outra ou mesmo durante o mesmo período eleitoral. Os especialistas concordam que, em 2004, serão 10 os Estados decisivos: Flórida, Ohio, Pensilvânia, Iowa, Minnesota, New Hampshire, Novo México, Oregon, Virgínia Ocidental e Wisconsin. Juntos, esses 10 Estados representam 116 dos 270 votos eleitorais necessários para vencer.

Os estrategistas da campanha devem calcular o quanto de tempo e dinheiro um candidato precisa gastar em um determinado Estado para ter maiores chances de sucesso. Em 2004, o presidente George Bush e o senador John Kerry fizeram várias visitas a campos de batalha eleitoral como Pensilvânia e Ohio durante a campanha. Além dos próprios candidatos, seus companheiros de chapa para a Vice-Presidência, membros da família e outros representantes qualificados, como políticos populares do próprio lugar, pronunciaram discursos em favor das campanhas nos vários Estados.

Em uma corrida apertada, o comparecimento dos eleitores é decisivo. Assim, as bases dos dois candidatos organizam as chamadas campanhas de comparecimento às urnas para identificar seus partidários, para identificar simpatizantes e fazê-los votar no dia da eleição ou estimulá-los a antecipar o voto e enviar pelo correio as cédulas para eleitores ausentes. Ambos os partidos possuem programas de registro de eleitores destinados especialmente a comunidades propensas a votar em seus candidatos.



Influência do Colégio Eleitoral

Comentário de Charlie Cook

Se os Estados Unidos tivessem uma grande eleição nacional, com o presidente eleito pelo voto popular, os candidatos concentrariam todos os seus esforços eleitorais nas principais cidades e não teriam interesse em realizar uma campanha verdadeiramente nacional, ignorando totalmente Estados menores.

O sistema de colégio eleitoral foi instituído para criar 51 (50 Estados mais o distrito de Colúmbia) disputas separadas, com a atual eleição exibindo campos de batalha eleitoral tão diferentes quanto New Hampshire no nordeste, Novo México e Nevada no sudoeste e Flórida no sudeste (todos os três Estados com populações hispânicas consideráveis) e Estados industriais como Pensilvânia e Ohio, bem como Estados mais diversos com grandes populações agrícolas como Iowa, Minnesota e Wisconsin.

Este sistema também obriga os candidatos a realizar campanha “no varejo”, fazendo aparições públicas até mesmo em pequenas cidades, algo que certamente não ocorreria em uma eleição nacional. O referido sistema faz com que a campanha deixe de ser um evento puramente televisivo e força uma interação com o eleitor em um cenário mais próximo dele.

Acima: Vice-presidente Dick Cheney fala em um comício no dia 20 de setembro em Grove City, Ohio (Foto: AP/Jay Laprete)

Atual estado do jogo

Existem atualmente 24 Estados, totalizando 208 votos eleitorais, que com toda probabilidade e convicção devem pertencer às fileiras do presidente George Bush. São eles: Alabama (9), Alasca (3), Arizona (10), Arkansas (6), Geórgia (15), Idaho (4), Indiana (11), Kansas (6), Kentucky (8), Louisiana (9), Mississippi (6), Missouri (11), Montana (3), Nebraska (5), Carolina do Norte (15), Dakota do Norte (3), Oklahoma (7), Carolina do Sul (8), Dakota do Sul (3), Tennessee (11), Texas (34), Virgínia (13), Utah (5) e Wyoming (3).

Existem 13 Estados que irão com toda probabilidade ou certamente para o lado do senador John Kerry, com um total de 179 votos eleitorais. São eles: Califórnia (55), Connecticut (7), o distrito de Colúmbia (3), Delaware (3), Havaí (4), Illinois (21), Maryland (10), Massachusetts (12), Nova Jersey (15), Nova York (31), Rhode Island (4), Vermont (3) e Washington (11).

Existem atualmente três Estados que tendem a apoiar Kerry e possuem um total de 28 votos eleitorais: Maine (4), Michigan (17) e Oregon (7).

Dos 50 Estados, mais o distrito de Colúmbia, que votam em 2 de novembro, existem atualmente 11 Estados, com 123 votos eleitorais, que estão praticamente empatados. São eles: Colorado (9), Flórida (27), Iowa (7), Minnesota (10), Nevada (5), New Hampshire (4), Novo México (5), Ohio (20), Pensilvânia (21), Virgínia Ocidental (5) e Wisconsin (10). Um candidato deve ter um total de 270 votos para vencer no Colégio Eleitoral e, portanto, ganhar a eleição.

Antes do primeiro debate, as principais pesquisas mostravam Bush na dianteira de Kerry com uma margem de três a oito pontos percentuais (mais provavelmente seis pontos) em todo o país e uma média de quatro pontos de vantagem nos Estados onde a disputa está praticamente empatada. Bush estava à frente por uma estreita margem em sete ou oito dos Estados decisivos.

Novas pesquisas feitas após o primeiro e segundo debates mostraram a “corrida empatada” do ponto de vista estatístico, isto é, nenhum dos dois candidatos tinha uma vantagem clara sobre o outro.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Eleitorado Dividido

Com os eleitores norte-americanos quase igualmente divididos entre os dois candidatos principais à Presidência, as campanhas e a mídia concentram-se nos eleitores indecisos, que poderiam definir a eleição a favor de um ou de outro. Neste artigo, John Zogby descreve a constituição do eleitorado e analisa o comportamento de alguns grupos de eleitores. Zogby é presidente e diretor executivo da Zogby International, uma firma de pesquisa de opinião pública.



Com uma população de mais de 200 milhões de eleitores, os Estados Unidos têm um eleitorado diversificado. Nos últimos anos, a mídia dividiu o país em Estados “vermelhos” e Estados “azuis” para mostrar as preferências dos eleitores nas questões nacionais: vermelho para os republicanos e azul para os democratas. Mas essa é uma simplificação grosseira do cenário político norte-americano. Por exemplo, ela não mostra quão apertadas podem estar as corridas políticas dentro dos Estados. Embora o candidato vencedor geralmente receba todos os votos eleitorais de um Estado vermelho ou azul, quase metade dos eleitores pode ter votado no oponente. Nas eleições do ano 2000, menos de cinco pontos percentuais separavam o candidato vencedor do perdedor em 14 Estados. Uma pequena mudança nos votos de um Estado cujos eleitores estejam quase igualmente divididos poderia então decidir uma eleição.

As campanhas políticas concentram seus esforços em dois grupos de eleitores: aqueles que já as apóiam – a “base” do partido – e aqueles que podem ser persuadidos a apoiá-las, os eleitores “indecisos”.

Ambos os partidos realizam pesquisas para identificar os eleitores que poderiam ser convencidos a ficar do seu lado nas urnas. Durante toda a campanha, os pesquisadores buscam informações sobre o estilo de vida dos eleitores, sua opinião a respeito das principais questões e suas preferências

para presidente. As campanhas utilizam essas informações para planejar estratégias que visam atingir os eleitores indecisos e os independentes; a mídia usa esses dados para apresentar um quadro de como a corrida para a Casa Branca está se desenrolando e para prever qual será o vencedor.

Os especialistas concordam que a maior influência sobre o comportamento do eleitor é a identificação com o partido. Atualmente, o eleitorado norte-americano se divide proporcionalmente entre republicanos, democratas e eleitores independentes, não filiados a nenhum dos partidos principais. Embora os estudos identifiquem, entre os eleitores independentes, uma tendência real de votar nos candidatos de um partido, ainda assim alguns deles mudarão de opinião quando perceberem que há problemas sérios no país ou em sua comunidade que não estão sendo devidamente solucionados. É essa porção imprevisível do eleitorado, cerca de 10% de todos os eleitores, que os candidatos procuram atingir, moldando suas mensagens de campanha segundo as indicações das pesquisas para torná-las mais persuasivas.

Acima, à esquerda: o presidente Bush responde às perguntas dos eleitores na sessão “Pergunte ao Presidente Bush” em Albuquerque, Novo México, em 11 de agosto (Foto: AP/Pablo Martinez Monsivais) Acima, à direita: o senador Kerry cumprimenta simpatizantes em um comício em Santa Fé, Novo México, em 11 de outubro (Foto: AP/Gerald Herbert)

Na verdade, os eleitores exibem algumas características regionais: os que residem na costa do Pacífico e nos Estados do nordeste tendem a ser mais liberais nas questões sociais e econômicas, ao passo que o eleitor do sul tende a ser mais conservador; os Estados decisivos são aqueles que têm a mesma proporção de áreas rurais e grandes áreas urbanas. Mas, por causa da mobilidade dos norte-americanos (a cada ano, quase um quinto da população dos EUA muda de Estado), do afluxo de imigrantes que se tornam eleitores e da influência dos meios de comunicação nacionais, os padrões de votação mudam a cada eleição.

Por exemplo, após a Segunda Guerra Mundial, a Flórida era um Estado nitidamente republicano e conservador; só por três vezes deu os seus votos eleitorais a um candidato democrata à Presidência. Mas, na década passada, o Estado recebeu milhares de aposentados das cidades do norte, e sua população afro-americana e hispânica não cubana dobrou. Esses grupos, por tradição, apóiam os candidatos democratas e, como mostrou a eleição do ano 2000, a Flórida é hoje um Estado decisivo.

Para entender como um cidadão vota, os pesquisadores analisam, além da história regional, a idade do eleitor, seu gênero, grau de instrução, renda, etnia e outras características demográficas que afetam as convicções políticas. As pessoas que se identificam como cristãs evangélicas, por exemplo, muito provavelmente votam nos republicanos; as mulheres de nível universitário costumam ser liberais em questões sociais; os homens ricos tendem a ser conservadores do ponto de vista econômico.



Blocos de eleitores a observar

Comentários de John Zogby

Esta eleição — assim como muitas outras antes dela — será decidida por uns poucos grupos. Hispânicos, afro-americanos, católicos, jovens, eleitores de zonas rurais e suburbanas, todos influenciarão a corrida para a Casa Branca. Junte a isso o fato de que esses grupos terão maior impacto justamente nos Estados decisivos e você terá uma idéia de quais grupos detêm as chaves do poder em 2004.

Três grupos preferem o democrata John Kerry ao republicano George W. Bush por uma grande margem: os afro-americanos, os hispânicos e os eleitores jovens. Nesse caso, a verdadeira corrida não é para persuadi-los, mas para levá-los às urnas — o comparecimento em peso dos eleitores é a chave para a vitória democrata; baixo comparecimento significa ter os republicanos no poder por mais quatro anos.

A corrida eleitoral promete ir para as ruas em 20 Estados decisivos. Lá, os eleitores suburbanos são o verdadeiro campo de batalha: entre as populações dos subúrbios, Bush está à frente de Kerry.

Os hispânicos serão o grupo demográfico observado mais de perto nesta eleição. Bush cortejou-os fortemente durante seu mandato. Tinha uma boa razão: no ano 2000, os hispânicos passaram à frente dos afro-americanos como o maior grupo minoritário dos EUA. Os hispânicos representavam apenas 7% do eleitorado no ano 2000, número que deve crescer nesta eleição.

Acima: Senador John Edwards (o segundo da esquerda para a direita) conversa com família de McAdenville, Carolina do Norte, durante visita à região em 22 de agosto (Foto: AP/Chuck Burton)

O voto dos afro-americanos é essencial para os democratas. Esse grupo apoiou Gore por uma margem de 9-1 e apoiará Kerry por uma margem similar. O alto comparecimento dos afro-americanos pode pender a balança para o lado de Kerry em Estados como Flórida, Michigan, Missouri, Carolina do Norte, Ohio, Pensilvânia, Tennessee e Virgínia.

Os cristãos evangélicos brancos são um eleitorado importante que dá preferência ao Partido Republicano. Diversas iniciativas do governo Bush que refletem valores sociais e culturais conservadores contam com forte apoio desse grupo. Alguns estrategistas republicanos afirmam que os quase quatro milhões de evangélicos brancos que não votaram na eleição do ano 2000 fizeram Bush perder no voto popular. Quer esse número seja exato ou não, os republicanos desejam maximizar o comparecimento dos evangélicos às urnas em 2004.

Os eleitores católicos são um dos grupos mais importantes — em grande parte porque são um indicador de como a nação vota. Nesse grupo, Gore venceu por dois pontos de diferença no ano 2000. Desde então, Bush os vem cortejando — já que são de grande influência em quase todos os Estados decisivos. Apesar de ser católico, Kerry atualmente está atrás de Bush nessa fatia do eleitorado. São poucos os Estados decisivos, como Arkansas, Carolina do Norte, Oregon, Tennessee, Virgínia, Washington e Virgínia Ocidental, nos quais os católicos não constituem pelo menos um quarto do eleitorado.

Os eleitores das zonas rurais — a chave da vitória do ex-presidente Clinton — terão um grande peso nesta eleição. Kerry está tentando atingi-los por meio de mensagens de teor econômico, pois muitos deles vivem em áreas duramente castigadas pela recessão.

Os eleitores jovens também podem ser de fundamental importância. Eles têm sido muito visados por grupos apartidários como o Rock the Vote e partidários como o cineasta Michael Moore. No ano 2000, Gore venceu Bush por uma pequena margem de 48% a 46%, e na época em que este artigo foi escrito, Kerry parecia ter uma sólida liderança sobre Bush.

Isso não significa que um candidato não possa se recuperar no final ou que o surgimento de uma tendência inesperada não possa alterar a corrida para a Casa Branca; contudo, do jeito em que as coisas estão hoje, pode-se esperar, de ambos os lados, uma estratégia para conquistar essas fatias do eleitorado nos poucos dias que restam antes de 2 de novembro.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Eleições para o Congresso

A cada dois anos, os norte-americanos elegem toda a Câmara dos Deputados e um terço do Senado. Cada um dos dois principais partidos políticos procura obter a maioria das cadeiras nas duas casas do Congresso para que possa avançar com mais facilidade sua agenda legislativa. Este artigo examina esse processo e contém uma análise do especialista em política Thomas E. Mann, que avalia as perspectivas para republicanos e democratas nas eleições deste ano para o Congresso. Mann é chefe da Cátedra W. Averell Harriman e membro sênior do Instituto Brookings em Washington, D.C.

Como cada um dos três poderes do governo dos EUA — Executivo, Legislativo e Judiciário — tem a mesma força no sistema de “checks and balances” (freios e contrapesos) do país, o fato de republicanos ou democratas terem o controle das casas do Congresso é de vital importância.

Embora o presidente determine a agenda política para o país, o Congresso tem uma enorme influência na capacidade de um governo conseguir ou não atingir suas metas. As casas do Congresso sozinhas têm o poder de aprovar legislação, aprovar ou negar nomeações de executivos de departamentos do governo, de embaixadores e juízes, supervisionar — e investigar — agências governamentais, ratificar tratados, regulamentar o comércio, controlar a tributação e as políticas de gastos, declarar guerra e aprovar recursos para os militares.

Os termos nos quais se dá o debate sobre qualquer questão são controlados pelo partido majoritário em cada casa do Congresso porque ele detém a liderança e a participação das várias comissões do Congresso.

Desde as eleições de meio de mandato (na metade do mandato de quatro anos de um presidente) de novembro de 1994, o Partido Republicano tem controlado a Câmara dos Deputados. O mesmo se deu no Senado, exceto por um período de cinco meses em 2001, quando o senador republicano James Jeffords (Vermont) deixou o Partido Republicano para se tornar independente, sem filiação partidária, tirando dessa maneira o controle formal dos republicanos. Para o democrata Bill Clinton, presidente de 1993 a 2001, isso significou uma adaptação constante de suas propostas legislativas para obter o apoio do partido de oposição que controlava o Congresso; para o presidente republicano George Bush, tem significado de certa forma uma maior liberdade para implementar sua agenda.

Toda a Câmara dos Deputados, onde o tamanho da delegação de um Estado é determinado por sua população, é eleita a cada dois anos. A representação no Senado, por sua vez, é igual para todos os Estados — cada um tem dois senadores, eleitos para mandatos de seis anos; apenas um terço de seus membros é eleito a cada ciclo eleitoral de dois anos. O vice-presidente detém o voto de desempate nas deliberações do Senado.

A redistribuição de distritos também é um fator nas eleições para o Congresso. Como a Câmara dos Deputados se baseia na população dos Estados, os distritos congressionais em cada Estado são normalmente redesenhados de acordo com as informações populacionais obtidas no censo dos EUA realizado a cada dez anos. O partido que detém a maioria das cadeiras na legislatura de cada Estado naquele momento controla o processo de redistribuição dos distritos e quase sempre utiliza essa força para traçar as novas linhas distritais arbitrariamente, de modo a favorecer seus candidatos. Isso é conhecido como “gerrymandering”.

Com o controle do Congresso sendo tão vital para converter em lei a plataforma partidária, os partidos políticos necessariamente voltam-se para as disputas na Câmara e no Senado tanto quanto para as disputas presidenciais, concentrando-se em potenciais eleitores de Estados ou distritos “decisivos”, onde as eleições são tão apertadas que qualquer um dos partidos pode ganhar. Os dois partidos esperam que seus candidatos tenham “coat tails” (puxadores de votos) — a capacidade de seduzir eleitores que, por estarem entusiasmados com determinado candidato, votarão nos candidatos do mesmo partido em outras disputas.



Atualmente, a composição do Senado é de 51 republicanos, 48 democratas e um independente que tende a votar com os democratas; e os republicanos têm a maioria de 229 contra 205 democratas, com um membro independente, entre os 435 membros da Câmara. Mesmo uma pequena mudança nessas vagas para a eleição geral de 2004 terá um grande impacto na capacidade do próximo presidente de cumprir o plano de ação prometido.

Acima: A senadora republicana Lisa Murkowski (segunda a partir da esquerda) e sua família festejam com correligionários a indicação republicana no Alaska para o Senado em 24 de agosto (Foto: AP/Al Grillo)

A disputa deste ano

Comentários de Thomas E. Mann

As perspectivas do Partido Democrata de obter o controle majoritário do Senado e da Câmara agora dependem em grande parte do desempenho de seu candidato à Presidência, o senador John Kerry. O aumento dos votos na chapa completa do partido nos últimos anos significa que disputas acirradas pelo Congresso podem pender para um lado ou outro dependendo da ordem em que os candidatos aparecem na chapa. Uma vitória confortável de Kerry poderá muito bem dar a margem de vitória em várias das corridas altamente disputadas pelo Senado, suficiente para permitir que os democratas obtenham uma maioria apertada, enquanto a vitória de Bush faz com que seja mais provável que os republicanos mantenham ou aumentem sua maioria de 51 cadeiras. Os democratas têm bem menos probabilidades de recuperar o controle da Câmara. Para superar os republicanos, precisam conseguir apenas 13 cadeiras adicionais em uma casa de 435 lugares. No entanto, o número historicamente pequeno de disputas genuinamente competitivas (cerca de 40 cadeiras, metade das quais são agora de democratas) significa que provavelmente necessitam de uma vitória esmagadora de Kerry para recuperar a maioria.

Além da disputa à Presidência, os republicanos têm uma vantagem no Senado porque estão defendendo menos cadeiras em território mais hospitaleiro. O terreno competitivo no Senado é limitado a 10 dos 34 Estados com eleições neste ciclo, somente dois dos quais apresentam titulares seriamente ameaçados. O líder da minoria Tom Daschle (Dakota do Sul) está encurralado em uma batalha acirrada com o ex-congressista republicano John Thune. E a senadora do Alaska Lisa Murkowski, indicada por seu pai, o

governador Frank Murkowski, para completar seu mandato no Senado, enfrenta um grande desafio do ex-governador democrata Tony Knowles. Os



democratas precisam defender cinco cadeiras no Sul, cujos titulares decidiram se aposentar: Flórida, Geórgia, Carolina do Sul, Carolina do Norte e Louisiana. O candidato republicano conta com grande favoritismo na Geórgia; os democratas têm fortes candidatos nas outras quatro disputas, mas

vão competir em terreno desfavorável ao partido. Os republicanos estão defendendo cadeiras vagas em Illinois, Oklahoma e Colorado. O democrata Barack Obama, que foi o principal orador na convenção democrata, está certo de que ganhará em Illinois, mas os outros estão bem próximos.

Na Câmara, as expectativas republicanas têm sido sustentadas por várias rodadas bem-sucedidas de redistribuição de distritos, que reduziram drasticamente o número de cadeiras competitivas e deram aos republicanos uma vantagem nacional de pelo menos uma dezena de cadeiras. A recente distribuição arbitrária dos distritos em meados da década no Texas, orquestrada pelo líder da maioria da Câmara, Tom DeLay, foi concebida para dar aos republicanos mais meia dúzia de cadeiras. A menos que a tendência nacional seja revertida, a expectativa é que eles mantenham ou aumentem modestamente sua atual maioria.

Se George Bush for reeleito, ele provavelmente trabalhará novamente com reduzidas majorias republicanas no Senado e na Câmara, suficientes para controlar a agenda, mas não para dominar as obstruções [longos discursos destinados a atrasar os trabalhos do legislativo] no Senado ou a inquietação entre os moderados republicanos na Câmara. Sua agenda ambiciosa para construir internamente uma sociedade de posse (*ownership society*) e disseminar a liberdade e a democracia no mundo poderá enfrentar alguns obstáculos no Capitólio.



Se John Kerry for vitorioso, provavelmente enfrentará uma Câmara e possivelmente também um Senado controlado pelos republicanos. Ele será forçado a negociar com os republicanos nas duas casas, o que implicará mudanças substanciais nas propostas que tem defendido na campanha. Mas um governo com partidos divididos é mais a regra do que a exceção na política norte-americana contemporânea, e as evidências sugerem que esses

governos são mais produtivos e promulgam mais políticas sustentáveis do que pode se esperar.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Acima, à esquerda: Candidato republicano ao Senado John Thune responde pergunta durante debate em 18 de agosto em Mitchell, Dakota do Sul (Foto: AP/Doug Dreyer) Acima: Candidato democrata ao Senado Barack Obama acena para a multidão na Feira do Estado de Illinois, em Springfield, em 18 de agosto (Foto: AP/Seth Perlman)

Disputas no Senado a serem observadas

Estados dominados pelos democratas: disputas a serem observadas		
ESTADO Flórida	CANDIDATO Betty Castor (D) Mel Martinez (R)	COMENTÁRIO O papel decisivo da Flórida nas eleições presidenciais de 2000 atraiu recursos substanciais e a atenção dos dois principais partidos nacionais
Louisiana	Chris John (D) John Kennedy (D) Arthur Morrell (D) David Vitter (R)	Disputa de cadeiras vagas, com um segundo turno para os dois principais finalistas caso nenhum candidato receba mais de 50% dos votos
Carolina do Norte	Ersine Bowles (D) Richard Burr (R)	A candidatura à Vice-Presidência do senador John Edwards deixa essa vaga aberta
Dakota do Sul	Tom Daschle (D)* John Thune (R)	O líder da minoria do Senado, Tom Daschle, o único atual senador democrata cuja reeleição é incerta, enfrenta um difícil desafio do ex-congressista Thune
Outros Estados onde uma cadeira democrata está aberta para as eleições: Carolina do Sul, Geórgia, Washington, Califórnia, Wisconsin, Arkansas, Connecticut, Havaí, Indiana, Maryland, Nevada, Nova York, Dakota do Norte, Oregon e Vermont.		
Estados dominados pelos republicanos: disputas a serem observadas		
ESTADO Alaska	CANDIDATO Tony Knowles (D) Lisa Murkowski (R)*	COMENTÁRIO Murkowski, indicada para o Senado por seu pai, busca a eleição contra o ex-governador Knowles
Colorado	Ken Salazar (D) Pete Coors (R)	O procurador-geral do Estado Salazar e o magnata da cerveja Coors passaram por duras primárias para serem os candidatos de seus partidos
Illinois	Barack Obama (D) Alan Keyes (R)	Essa corrida histórica é a primeira disputa para o Senado entre dois candidatos afro-americanos na história dos EUA
Oklahoma	Brad Carson (D) Tom Coburn (R)	O congressista Carson e o ex-congressista Coburn são dois experientes legisladores
Outros Estados onde a cadeira republicana está aberta para as eleições: Kentucky, Missouri, Pensilvânia, Alabama, Arizona, Idaho, Iowa, Kansas, New Hampshire, Ohio e Utah.		

* Candidato à reeleição

Financiamento de Campanhas Eleitorais

Os Estados Unidos sancionaram leis que regulamentam o dinheiro gasto em campanhas eleitorais federais; no entanto, algumas preocupações ainda perduram. Este artigo oferece uma visão geral sobre o financiamento de campanhas. Na sequência, o advogado Jan Baran discute as mudanças feitas pela Lei da Reforma das Campanhas Eleitorais de 2002. Baran é sócio da Wiley, Rein & Feingold LLP em Washington, D.C., e chefia, na empresa, a Prática de Ética Governamental e Direito Eleitoral.



O alto custo das campanhas políticas nos Estados Unidos é um tema amplamente discutido. Os esforços para controlar esses custos, com limites de contribuição para cada doador, e as formas pelas quais os candidatos e partidos podem gastar esse dinheiro obtiveram graus variados de êxito.

Em 1971, o governo criou um fundo que oferece aos candidatos à Presidência financiamento público de suas campanhas — dinheiro público dos cidadãos, vindo de suas contribuições voluntárias feitas no imposto de renda. O candidato que aceitar os recursos públicos deve concordar com um limite de gastos, e fica proibido de captar ou gastar qualquer recurso privado a partir do momento em que aceita a indicação de seu partido. Tanto o presidente Bush quanto o senador Kerry, assim como todos os principais candidatos à Presidência desde a criação desses fundos em 1976, optaram por utilizar o sistema. Nas eleições gerais de 2004, cada candidato poderá gastar cerca de US\$76 milhões.

Os partidos Republicano e Democrata, no entanto, podem gastar, cada um, mais US\$16 milhões em conjunto com seus candidatos e um valor ilimitado no caso de atividades não vinculadas diretamente às campanhas. Grupos sem fins lucrativos interessados também podem se envolver no processo fazendo peças de propaganda sobre temas específicos que se refiram diretamente às posições dos candidatos. Portanto, mesmo com os limites de gastos,

espera-se que a disputa presidencial de 2004 seja a mais cara da história. Este ano, analistas estimam que candidatos, partidos e grupos de interesse gastarão cerca de US\$1 bilhão somente em propaganda.

Duas importantes questões estão no centro do debate sobre financiamento de campanhas: em primeiro lugar, a preocupação de que altas contribuições comprem para ricos e grandes organizações um tipo de acesso aos candidatos que o cidadão comum não tem e, por meio desse acesso, influência nas políticas públicas. Em segundo lugar, a opinião de que as contribuições feitas a uma determinada ideologia política são uma forma de liberdade de expressão protegida pela Constituição norte-americana.

Acima: Imagens de propagandas veiculadas na TV em favor do presidente Bush (esquerda) e do senador Kerry (Fotos: AP/Bush-Cheney 2004; Kerry-Edwards 2004)

Em 1974, na tentativa de promover mudanças na forma pela qual o dinheiro influenciava a política norte-americana, criou-se a Comissão Eleitoral Federal [Federal Election Commission - FEC], uma agência governamental independente e apartidária. Sua missão é supervisionar as regras e regulamentações do processo eleitoral norte-americano, inclusive o uso de recursos eleitorais e a divulgação dos nomes dos maiores colaboradores financeiros. A mesma lei que criou a FEC também limitou as doações de pessoas físicas e proibiu qualquer contribuição a candidato feita por sindicatos ou corporações.

Como resultado, muitos sindicatos, corporações e pessoas físicas abastadas redirecionaram suas contribuições aos partidos políticos. Essas doações que por lei não devem ser usadas nas campanhas dos candidatos, mas sim para outros fins, como registro de eleitores e apoio a temas de campanha, são conhecidas como "soft money". Não havia limites para as doações feitas por pessoas físicas ou grupos dentro da categoria soft money.

Em 2002, o presidente George W. Bush aprovou a Lei da Reforma das Campanhas Eleitorais [Bipartisan Campaign Reform Act – BCRA], também conhecida pelos nomes de seus patrocinadores no Senado, McCain-Feingold. Ela proíbe a captação e o uso de soft money em campanhas federais e a veiculação de propaganda de apoio a um tema, patrocinada por grupos externos, poucas semanas antes de uma eleição federal.

Os grupos de interesse reagiram, gastando seus dólares de soft money em comitês partidários 527 e grupos 501c — tais denominações vêm da seção do código tributário que define esses grupos — e assumindo o controle de muitas atividades antes realizadas por partidos políticos, especialmente a veiculação de propaganda de apoio a um tema.

Recentemente, os tribunais ordenaram que a FEC defendesse com mais vigor os dispositivos da lei McCain-Feingold, e reformadores congressistas comprometeram-se a apresentar nova legislação para que grupos políticos externos prestassem contas de forma mais objetiva; nenhuma dessas mudanças estará em vigor a tempo para as eleições deste ano.

A Lei BCRA na prática

Comentários de Jan Baran

A eleição presidencial de 2004 é a primeira a ser realizada segundo a Lei da Reforma das Campanhas Eleitorais (BCRA), mais conhecida como "McCain-Feingold". A BCRA fez importantes mudanças nas regras de financiamento das campanhas eleitorais. Para começar, proibiu doações vultosas e contribuições de corporações e sindicatos a partidos políticos nacionais. Esses recursos eram normalmente chamados de "soft money". Na campanha de 2000, os comitês dos partidos Republicano e Democrata angariaram e gastaram, juntos, quase US\$500 milhões em soft money.

O segundo dispositivo mais importante da BCRA elevou os limites das contribuições feitas por pessoas físicas a candidatos e partidos políticos. Esse tipo de recurso é chamado de "hard money". Alguns dos limites foram duplicados em relação àqueles definidos em 1974. Por exemplo, a BCRA elevou de US\$1.000,00 para US\$2.000,00 o valor das doações feitas por qualquer pessoa física a candidato à Presidência, senador ou deputado. Aplica-se esse limite "por eleição", ou seja, eleições primárias e gerais são consideradas separadamente e, portanto, um contribuinte pode doar até US\$4.000,00 a um candidato durante um ano eleitoral.

A proibição aplicada ao soft money e os limites ampliados do hard money afetaram de forma profunda a maneira como o dinheiro trafega nas campanhas de 2004. Os candidatos descobriram que poderiam captar uma quantia bem mais alta do que no passado. Por exemplo, tanto o presidente Bush quanto o senador Kerry quebraram os recordes de arrecadação. Em 2000, o então governador Bush captou cerca de US\$100 milhões durante a campanha das primárias, valor nunca antes atingido. Com a BCRA em vigor e os limites mais altos, o comitê Bush-Cheney levantou a quantia surpreendente de US\$260 milhões em agosto de 2004. O desempenho do senador Kerry também foi impressionante, com mais de US\$230 milhões. Porém, durante a campanha para as eleições gerais, os dois candidatos receberão e gastarão apenas os recursos fornecidos pelo Tesouro norte-americano, segundo o sistema de financiamento público de campanhas, e não arrecadarão nenhum recurso adicional privado. Este ano os dois candidatos receberam US\$74,62 milhões.

Os comitês dos partidos políticos, que também operam com os limites mais altos do hard money, têm arrecadado mais dinheiro neste ciclo. Na verdade, alguns comitês arrecadaram mais hard money do que os valores somados de soft money e hard money levantados em 2000. Contudo, eles são proibidos de aceitar recursos do soft money. Para onde tem ido aquele dinheiro do soft money? Muitos analistas argumentam que o dinheiro de pessoas físicas abastadas, corporações e sindicatos agora são doados para as chamadas

organizações 527. Esses grupos foram assim denominados por causa de um dispositivo do código tributário que define como isentas as organizações políticas. Uma organização 527 pode evitar os limites do hard money, portanto não precisa observar as restrições legais ao financiamento de campanhas federais desde que não faça contribuições aos candidatos e limite suas atividades a "propaganda de temas de campanha" ou a disputas fora da esfera federal. Neste ciclo eleitoral de 2004, até agora, as organizações 527 arrecadaram aproximadamente US\$300 milhões. Os maiores doadores desses grupos tendem a ser pessoas físicas. Duas pessoas, sozinhas, doaram cerca de US\$27 milhões a organizações 527 para financiar propaganda contra o presidente Bush. Mais informações sobre as organizações 527 estão disponíveis na internet e em vários sites, inclusive no www.opensecrets.org.

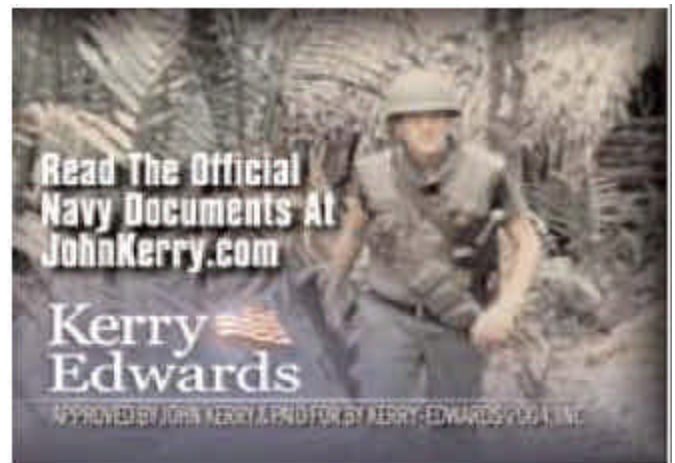
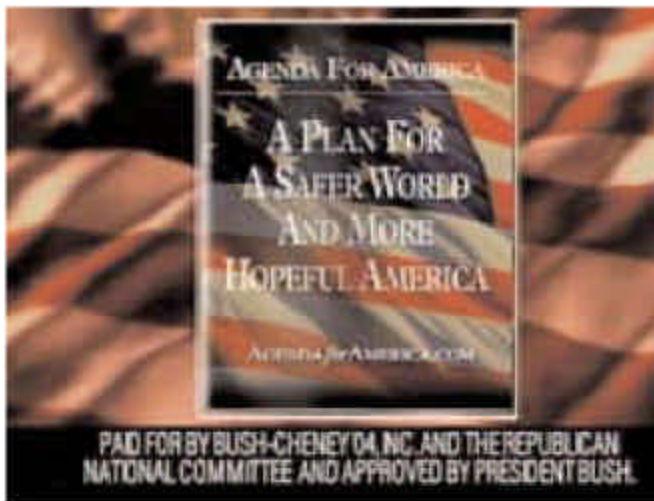
Alguns comitês 527 têm influenciado drasticamente a disputa presidencial. Por exemplo, um grupo chamado Swiftboat Veterans for Truth patrocinou propaganda na televisão atacando o senador Kerry por suas atividades contra a guerra do Vietnã e questionou algumas honras militares que lhe foram prestadas enquanto estava no serviço militar. As peças de propaganda causaram polêmica e foram desmentidas pela campanha de Kerry. Contudo, foram suficientes para fomentar um debate, que durou semanas, acerca do histórico do senador no Vietnã, desviando a atenção de outros temas de campanha.

O surgimento das organizações 527 levou os senadores John McCain e Russ Feingold a exigir mais reformas. Eles apresentaram uma legislação que, com efeito, proíbe o soft money nessas organizações. Eles apresentaram também uma proposta para mudar a composição da FEC e dar-lhe maior poder de fiscalização. Apesar de a eleição 2004 não ter ainda chegado ao seu final, é possível dizer que haverá futuras reformas e que a eleição de 2008 provavelmente será regida por um conjunto diferente de regras acerca do financiamento de campanhas eleitorais.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Os Meios de Comunicação de Massa

Como no passado, os norte-americanos estão recebendo informações sobre as campanhas políticas por meio da cobertura da mídia e da propaganda em rádio e TV. Ao mesmo tempo, a internet começa a ter um papel de peso nas campanhas. Este artigo examina o impacto da mídia nos eleitores, seguido de análise feita por Montague Kern, professor adjunto do Departamento de Jornalismo e Estudos de Mídia da Universidade Rutgers em New Brunswick, Nova Jersey.



Seria difícil dar aos meios de comunicação de massa mais importância do que já têm. De fato, as redes de TV nacionais atingem 99% dos lares norte-americanos, alcançando todo o espectro socioeconômico. Canais de notícias a cabo, programas de entrevistas no rádio e na TV, jornais, revistas de atualidades e sites na internet proporcionam aos eleitores informações sobre os candidatos. O conteúdo e a ênfase da cobertura desses veículos estão entre os fatores mais poderosos que determinam a forma como os eleitores percebem os candidatos e os temas das campanhas.

Estudos revelaram que o rádio e a TV dedicam a maior parte de sua cobertura à competição entre os candidatos, em vez de falar sobre as opiniões dos concorrentes sobre os temas de campanha. Ansiosos por atrair público, os canais se concentram em mostrar momentos dramáticos que destacam os erros dos candidatos, ataques aos oponentes e insinuações de escândalos ou problemas.

Mesmo quando a mídia faz a cobertura das campanhas, os candidatos não têm muito espaço no ar. Um estudo acadêmico da cobertura das eleições de 2000 pelas principais redes revelou que os repórteres falaram 74% do tempo, os candidatos, apenas 12%, com falas médias de 7,8 segundos.

Como forma de comunicação mais direta com os eleitores, os candidatos compram espaço publicitário no rádio e na televisão. Na eleição presidencial de 2000, os candidatos dos dois partidos principais gastaram US\$ 285 milhões, 60% deles com propaganda política. Os altos custos para atingir o eleitorado exigem que as campanhas concentrem sua propaganda em áreas onde acreditam haver chance de influenciar os indecisos. O resultado disso é que os residentes de algumas regiões são bombardeados com propaganda, enquanto outros têm pouca exposição a ela.

A eleição de 2004 é a primeira em que a internet teve um papel de proa como veículo para fazer campanha e captar fundos. O aspirante a candidato presidencial, Howard Dean, governador do pequeno Estado de Vermont, usou seu site para criar uma rede de milhares de entusiasmados voluntários. Antes de sair da disputa, Dean levantou mais dinheiro que seus opositores nas primárias do Partido Democrata e teve cobertura favorável da mídia por demonstrar o poder político da internet.

Os outros candidatos seguiram Dean e fizeram bom uso da internet. O presidente Bush (www.georgewbush.com) e o senador Kerry (www.johnkerry.com) têm sites bem elaborados, nos quais publicam suas agendas e tentam rebater as mensagens de campanha do opositor.

Os candidatos tentam também criar notícias na esperança de que a mídia as divulgue. Essas notícias podem ser o anúncio de um novo plano para uma questão de interesse dos eleitores ou a visita a um local de valor simbólico. Um presidente em campanha para reeleição tem vantagens, pelo fato de que tudo o que faz é notícia—seja a assinatura de uma lei, reunião com chefe de Estado estrangeiro ou visita a uma área onde ocorreu um desastre natural.

Estudos acadêmicos indicam que a maior parte dos eleitores tendem a buscar informações e a acreditar naquelas que reforcem suas próprias crenças. Sintonizam emissoras que têm um ponto de vista político semelhante ao seu. Dois terços do eleitorado — cifra que coincide com o número de eleitores que se identificam com um determinado partido — dizem que se decidiram antes mesmo de a campanha começar.

A propaganda e a cobertura de campanha têm mais efeito no percentual relativamente baixo de eleitores considerados indecisos. Entretanto, as estratégias de campanha na mídia não são planejadas apenas para os eleitores indecisos. É importante que os partidos mantenham o forte apoio de seus militantes tradicionais, ou seja, de sua base, e busquem fazer na mídia uma campanha de caráter nacional, assim como outras projetadas especialmente para públicos regionais.

Nos últimos anos, criou-se uma polêmica em torno do uso das pesquisas de boca-de-urna pela mídia, ou seja, a prática de perguntar o voto dos eleitores assim que saem dos locais de votação e depois usar esses dados para prever um vencedor. Embora os resultados das pesquisas de boca-de-urna geralmente sejam precisos, os Estados da costa oeste, onde a votação se encerra horas depois dos Estados da costa leste, reclamam que as previsões antecipadas influenciam as pessoas que ainda não votaram.

Por fim, em 2004, outro veículo geralmente não associado a campanhas políticas entrou em campo: o cinema. Um longa lançado em junho, no estilo de um documentário, critica as ações do governo Bush após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001. Em setembro, foi lançado outro filme justamente para rebater as críticas feitas no primeiro. Pelo menos neste ano, está claro que eles fazem parte do mix de mídia eleitoral, mas precisamos esperar para ver se filmes desse tipo irão surgir em eleições futuras.



Página anterior, à esquerda: Anúncio de TV divulgado em 20 de setembro mostra a posição do presidente Bush com relação ao terrorismo (Foto: AP/Bush-Cheney 2004) Página anterior, à direita: Propaganda na TV usa imagens do senador Kerry durante a guerra do Vietnã para rebater acusações de que ele mentira sobre sua folha de serviços prestados (Foto: AP/Kerry-Edwards 2004) Primeira, acima: O presidente Bush entrega água às vítimas de furacão em Fort Pierce, Flórida, em 8 de setembro (Foto: AP/Charles Dharapak) Segunda, acima: Senador Kerry dá depoimento à imprensa em Erlanger, Kentucky, em 7 de setembro (Foto: AP/Gerald Herbert)

Propaganda e pesquisas como notícias

Análise de Montague Kern

A propaganda política tem um papel muito importante nas eleições norte-americanas. As pesquisas confirmam que a propaganda ganha da notícia em quatro para um como fonte de informação ao eleitor. A chamada propaganda agressiva tem um papel particularmente importante nas eleições; ela se torna notícia com mais facilidade do que a propaganda positiva e também estimula o conflito, que tem valor no mundo da notícia.

Entretanto, durante a primária presidencial Democrata de 2004, houve muita relutância por parte dos candidatos em lançar ataques pessoais a seus adversários. Howard Dean foi único candidato a fazer propaganda "correta". Ele olhava o eleitor no olho e criticava a guerra do Iraque, o presidente George W. Bush e os candidatos Democratas do Congresso. A propaganda "negativa" nunca foi popular, mas os eleitores prestam atenção. A propaganda pode definir agendas de campanha e persuadir eleitores, particularmente aqueles que não têm militância partidária, experiência ou conhecimento político.

Howard Dean desafiou a mídia tradicional. Sua campanha foi importante por ser a primeira veiculada na internet. Naquele momento, a imprensa e muitos pesquisadores achavam que a emergência da internet beneficiaria principalmente os liberais. Isso não se comprovou no decorrer das eleições de 2004. Conservadores e Republicanos estão igualmente presentes no novo veículo. Recentemente, formadores de opinião na internet ["influentials" em inglês, denominação que surgiu após um levantamento sobre esse grupo] forçaram a imprensa a prestar atenção a uma matéria veiculada em meados de setembro. Uma importante rede de televisão fez reportagem sobre documentos relativos ao tempo de serviço do presidente Bush na Guarda Nacional, documentos que expunham o presidente de maneira negativa. Algumas pessoas que publicam diários pessoais na internet — conhecidos como blogs, contração das palavras Web e logs — imediatamente contestaram a autenticidade dos documentos. Investigações posteriores revelaram, e praticamente garantiram, que tais documentos tinham sido forjados. A rede de TV reconheceu que havia errado ao não examinar cuidadosamente os documentos e pediu desculpas ao público por não ter observado os padrões do bom jornalismo.

Durante as primárias, a propaganda de Kerry, mais tradicional, porém positiva, era articulada com o tradicional corpo-a-corpo eleitoral de uma militância forte, e se concentrou exclusivamente no Estado de Iowa. A propaganda de Kerry, que era de boa qualidade, não conseguia atrair a atenção da imprensa em nível nacional. Assim, Kerry saiu das primárias como um personagem desconhecido, cuja imagem foi retratada nos noticiários

como um candidato que não conseguia atacar o presidente e com fraco desempenho nas pesquisas de opinião. A mídia noticiosa também aproveitou uma acusação feita pela campanha de Bush de que Kerry era um "flip flopper," ou seja, alguém que muda muito de opinião. Os comentaristas ressaltavam que Kerry não conseguia responder à propaganda que contestava sua folha de serviços militares. Embora o impacto desses anúncios ainda esteja em estudo, está claro que a peça de propaganda teve um efeito enorme, graças à sua disseminação na internet e nas redes de notícias a cabo, apesar das dúvidas com relação à sua veracidade. A propaganda acusava John Kerry de não merecer as medalhas que recebeu por bravura durante a guerra do Vietnã.

Aquela peça de propaganda e muitas outras que surgiram na campanha deste ano foram criadas e pagas por grupos de apoio independentes, não pelas campanhas de Bush e Kerry. Outros exemplos incluem uma peça produzida pelo Fundo Eleitoral da organização Progresso para a América, que utiliza imagens que ligam John Kerry a Osama Bin Laden, e o vídeo "Polígrafo" da organização Moveon, que ataca a veracidade das afirmações de George Bush durante os preparativos para a guerra do Iraque.

Outro ponto importante com relação à mídia e à política é que neste ano as campanhas políticas estão contestando os resultados das pesquisas de opinião feitas por empresas de mídia, que dão combustível para a cobertura jornalística diária. As críticas vêm da direita e da esquerda. Segundo o *Wall Street Journal*, nos artigos publicados em setembro as campanhas estão contestando a forma como as empresas de pesquisa de opinião montam suas amostras de eleitores. As pesquisas visam apenas aos eleitores registrados, não incluindo as opiniões dos eleitores não registrados, ignorando assim quase a metade da população dos EUA, que não se registrou e portanto não votou nas últimas eleições presidenciais.

Entretanto, neste ano é possível haver um aumento significativo de comparecimento às urnas. E, em última instância, são os eleitores que aparecem para votar que decidem quem será o presidente dos Estados Unidos, não a propaganda política ou a cobertura da mídia.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Terceiros Partidos

Embora nenhum candidato de terceiro partido tenha ainda vencido uma eleição presidencial nos Estados Unidos, alguns exerceram impacto significativo sobre os resultados eleitorais. Este artigo analisa os obstáculos enfrentados pelos terceiros partidos, e os comentários de L. Sandy Maisel analisam o caso de um candidato de terceiro partido, Ralph Nader. Maisel é professor de Governo da Cátedra William R. Kenan Jr. da Faculdade Colby em Waterville, Maine.

Embara republicanos e democratas dominem o cenário político dos Estados Unidos, os terceiros partidos têm um histórico longo e ativo de influência sobre as eleições presidenciais no país. Na eleição de 2000, candidatos de outros 12 partidos constaram das cédulas eleitorais de alguns ou de todos os Estados. Nas próximas eleições são novamente 12 os terceiros partidos que apresentam candidatos. Alguns, como os partidos favoráveis às proibições (fundamentalmente à Lei Seca) e vários grupos socialistas, conquistaram assinaturas de apoio de eleitores suficientes apenas para constar das cédulas de alguns Estados. Outros, contudo, participam das eleições em mais da metade dos 50 Estados: o Partido Verde, um grupo preocupado com o meio ambiente (28 Estados); o Partido da Constituição, um grupo fundamentalista cristão (38 Estados); e a candidatura de Ralph Nader do Partido Independente/da Reforma, um grupo reformista liberal (37, com qualificação para vários outros Estados sob revisão judicial).

Contudo, é extremamente difícil para os terceiros partidos se apresentarem como alternativa viável aos candidatos republicanos e democratas. O processo do Colégio Eleitoral e os procedimentos para concorrer às eleições, participar de debates e receber recursos do governo para a campanha favorecem os partidos já estabelecidos.

Além disso, os terceiros partidos raramente têm as grandes organizações estaduais dos partidos principais; têm menos experiência em administrar campanhas e menos cobertura da mídia. Como não estão no poder e são menos conhecidos, encontram mais dificuldade para arrecadar fundos e, por serem necessárias enormes somas de dinheiro para concorrer a eleições em âmbito federal, precisam dedicar mais tempo buscando recursos do que expondo seus temas de campanha. Ainda assim, alguns candidatos de terceiros partidos conseguem se eleger para cargos locais e estaduais, e há deputados do Partido Independente no Congresso dos EUA.

Contudo, os terceiros partidos podem influir decisivamente. Seus candidatos podem “prejudicar” os candidatos principais em disputas acirradas, podem tirar votos de um candidato de partido majoritário em número suficiente para que ele perca o pleito popular no Estado e, portanto, os votos do Colégio Eleitoral e, em consequência, a Presidência. Isso aconteceu várias vezes na história dos EUA. Em 1912, a candidatura do ex-presidente Teddy Roosevelt por um terceiro partido dividiu o eleitorado republicano ao conquistar mais de 27% dos seus votos, o que permitiu a eleição de Woodrow Wilson, um democrata, para presidente. Recentemente, George Wallace, em 1958, e Ross Perot, em 1992, desviaram porcentagens significativas de votos dos dois partidos principais na eleição geral. Muitas pessoas acreditam que a campanha de Nader em 2000 tirou votos (2,8 milhões) do candidato democrata, Al Gore, fazendo com que ele perdesse a eleição para George W. Bush no Colégio Eleitoral. Por isso, sua nova candidatura nas eleições de 2004 está sendo observada de perto pelos dois maiores partidos.

A candidatura Nader

Comentários de L. Sandy Maisel

O contexto é tudo na política norte-americana. Os candidatos de terceiros partidos sabem disso melhor do que ninguém e percebem que nesta eleição o contexto tem inúmeras facetas. Vou me concentrar na candidatura de “terceiro partido” de Ralph Nader. As aspas são usadas para destacar que Nader não representa um determinado terceiro partido, mas, ao contrário, seu nome consta sob diferentes legendas nas cédulas dos Estados.

Atualmente, quando os norte-americanos falam em terceiros partidos, na verdade querem dizer “candidatos que não sejam do partido Democrata ou Republicano”.

Ao escolher a candidatura Nader para meus comentários, deixo de lado de forma proposital o candidato Peter Cobb, do Partido Verde, sob cuja legenda Nader concorreu há quatro anos. Também ignoro os outros candidatos, cujos nomes aparecem nas cédulas de um ou mais Estados, sob várias legendas. Faço isso porque penso que o impacto que causarão é mínimo. Embora possam levantar temas importantes, ninguém os ouve e quase ninguém votará neles. Porém, é preciso lembrar: embora certamente sejam irrelevantes no âmbito da eleição nacional, em qualquer Estado em que a disputa seja acirrada, como ocorreu no Novo México e na Flórida em 2000, se um desses candidatos conquistar 0,5% dos votos, que de outra forma teria ido para o candidato perdedor, seria relevante.

Esse fato exemplifica a primeira faceta do contexto de 2004. Muitos atribuem a derrota de Al Gore nas eleições de 2000 à candidatura de Ralph Nader, porque as pessoas que votaram em Nader, caso contrário, teriam votado em Gore em certos Estados decisivos, onde a disputa foi acirrada. A exatidão dessa alegação é menos relevante do que a percepção de que é verdadeira. Devido a essa percepção, os democratas se esforçaram para manter Nader (e outros candidatos de terceiros partidos) fora das eleições onde foi possível. Nos Estados Unidos, cada Estado tem sua legislação específica sobre que candidatos e partidos podem ter seu nome nas cédulas. Até agora, o nome de Nader deve constar das cédulas de 32 Estados; em outros quatro seu nome aparece, porém sob contestação judicial; em outros oito não faz parte delas, mas tenta ganhar esse direito em juízo; e definitivamente estará fora em sete Estados. Em 2000, o nome de Nader constou das cédulas de 43 Estados.

A segunda faceta está diretamente relacionada à primeira. Mesmo nos Estados em que o nome de Nader aparece nas cédulas, seus antigos correligionários estão vacilantes em lhe dar o voto, pois temem o mesmo resultado de 2000, isto é, ao votar em seu favorito, contribuíram para a vitória do

candidato que mais rejeitam. E insisto, a percepção é tudo o que importa aqui.

Não somente os resultados apertados das eleições de 2000 estão vívidos na memória de muitos, como também inúmeros analistas prevêem uma eleição extremamente acirrada em 2004. A faceta relevante desse contexto para os terceiros partidos é até que ponto seu desempenho eleitoral nos nove ou dez Estados em que os resultados permanecem indefinidos será determinante para a vitória do presidente Bush ou do senador Kerry à Presidência.

Os eleitores nos Estados em que a disputa está praticamente decidida podem votar em Ralph Nader sem temor de afetar o resultado final. Isso não acontece em outros Estados. Nader consta das cédulas de pelo menos seis Estados decisivos, com possibilidade de entrar em outros dois. Pesquisas de opinião nesses Estados indicam que ele arrebatará aproximadamente 2% dos votos.

Geralmente a projeção de votos de um candidato de terceiro partido cai à medida que se aproximam as eleições, especialmente em eleições acirradas. Contudo, parece que em alguns Estados—New Hampshire, por exemplo—a votação de Nader poderá ser maior do que a margem de diferença entre os votos de Bush e Kerry.

Então, como devemos avaliar o papel desses partidos? Os terceiros partidos estão em nítida desvantagem devido ao sistema eleitoral dos Estados Unidos. Muitos eleitores reconhecem isso—e, gostem ou não, o aceitam. Como resultado dessa situação, especialmente em uma eleição tão disputada como esta, os candidatos de terceiros partidos, mesmo os proeminentes como Nader, atraem relativamente poucos votos. Contudo, em uma eleição extremamente acirrada, como ficou demonstrado em 2000, mesmo essas pequenas somas de votos podem ser determinantes. Se a margem de diferença entre os dois principais candidatos aumentar, os candidatos de terceiro partido, como Nader, serão irrelevantes sob o ponto de vista eleitoral, mas se essa margem se estreitar, podem realmente definir quem será empossado como presidente em janeiro de 2005.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.



O candidato independente à Presidência, Ralph Nader, faz declarações na coletiva de imprensa de 23 de fevereiro em Washington, D.C. (Foto: AP/Ron Edmonds)

Candidatos à Presidência por terceiros partidos, 1832-1996

Candidatos de terceiros partidos que receberam um porcentual do voto popular acima da média histórica de 5,6%.

Ano	Partido	Candidato	Voto popular %	Voto no Colégio Eleitoral (em números)	Resultado na eleição seguinte
1996	da Reforma	H. Ross Perot	8,4	0	Não concorreu; apoiou o candidato republicano George W. Bush
1992	Independente	H. Ross Perot	18,9	0	Concorreu como candidato do Partido da Reforma
1980	Independente	John B. Anderson	6,6	0	Não concorreu
1968	Independente Americano	George C. Wallace	13,5	46	Recebeu 1,4% do voto popular
1924	Progressista	Robert M. La Follette	16,6	13	Retornou ao Partido Republicano
1912	Progressista ("Bull Moose")	Theodore Roosevelt	27,4	88	Retornou ao Partido Republicano
1912	Socialista	Eugene V. Debs	6	0	Recebeu 3,2% do voto popular
1892	Populista	James B. Weaver	8,5	22	Apoiou o candidato democrata
1860	da União Constitucional	John Bell	12,6	39	Partido dissolvido
1860	Democrata Sulista	John C. Breckinridge	18,1	72	Partido dissolvido
1856	Whig Americano ("Know-Nothing")	Millard Fillmore	21,5	8	Partido dissolvido
1848	Solo Livre	Martin Van Buren	10,1	0	Recebeu 4,9% do voto popular
1832	Antimaçônico	William Wirt	7,8	7	Apoiou o candidato do partido Whig Americano

Posições das Plataformas

A plataforma de um partido político mostra aos eleitores a sua posição com relação às questões atuais. Apresentamos excertos das plataformas de 2004 dos dois maiores partidos dos Estados Unidos, o Republicano e o Democrata, com introduções escritas por militantes partidários experientes. Tucker Eskew, ex-subassistente do presidente no Escritório de Comunicações da Casa Branca, escreveu sobre a plataforma do Partido Republicano; a do Partido Democrata foi comentada por Marc Ginsberg, ex-embaixador dos EUA em Marrocos, diretor-gerente e diretor executivo do Northstar Equity Group e presidente da Aliança para a Liderança Norte-Americana (AAL).

A Plataforma do Partido Republicano

Tucker Eskew

A guerra global contra o terrorismo: Para manter os Estados Unidos e o mundo mais seguros, o presidente Bush continuará trabalhando com os nossos aliados para lutar e vencer a Guerra contra o Terror. Desde 11 de setembro de 2001, nossos corajosos militares, com a ajuda de dezenas de outros países, derrubaram o Taleban no Afeganistão, eliminaram um dos principais aliados da Al Qaeda e libertaram o povo afegão. No Iraque, Saddam Hussein desafiou a comunidade internacional e 17 resoluções das Nações Unidas ao longo de 12 anos, sem indicação alguma de que o Iraque um dia seria desarmado e cederia às justas demandas mundiais. Em 2002, o Conselho de Segurança das Nações Unidas decidiu por unanimidade que Saddam Hussein teria uma chance final de cumprir com as suas obrigações com a comunidade internacional, ou então haveria sérias consequências. Atualmente, 25 milhões de cidadãos iraquianos que viviam sob a tirania brutal de Saddam Hussein agora estão livres e dando os primeiros passos em direção à democracia. Estamos trabalhando com os povos do Afeganistão e do Iraque para cultivar a liberdade e semear as sementes da prosperidade no Oriente Médio. Nossa nação está mais segura, porque os regimes perigosos, com vínculos terroristas, não estão mais no poder. O mundo está mais seguro — embora ainda não plenamente — porque estamos trabalhando com aliados para acabar com o financiamento ao terrorismo, capturar terroristas e promover a democracia e a liberdade.

Segurança interna: A tarefa mais importante do presidente é proteger a pátria norte-americana. Tivemos um tremendo avanço desde 11 de setembro de 2001. O presidente Bush e o Congresso criaram um Departamento de Segurança Interna. Pela unificação de mais de 22 agências e escritórios, o presidente aperfeiçoou a capacidade do governo de defender nossas fronteiras, proteger nossa infra-estrutura e patrulhar nossos céus. Trabalhou para a segurança das nossas fronteiras, ao mesmo tempo em que manteve nossas portas abertas aos visitantes estrangeiros.

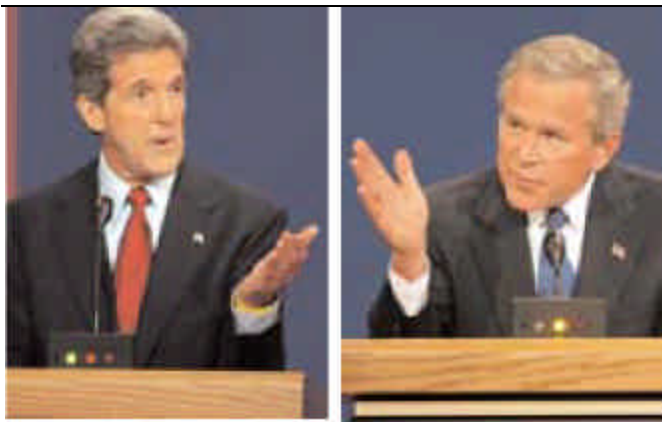
A Plataforma do Partido Democrata

Marc Ginsberg

A guerra global contra o terrorismo: Os Estados Unidos e outros países democráticos estão empenhados em uma batalha mundial contra os terroristas islâmicos radicais que devem ser combatidos ofensivamente em muitas frentes e com todos os nossos recursos — diplomáticos, econômicos, de informação, bem como militares. Tivemos o apoio mundial após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 (11/9), mas esse apoio já quase não existe mais e as nossas alianças precisam ser renovadas para que os nossos esforços mais efetivos triunfem. Não devemos jamais ficar na defensiva ou esperar sermos atacados novamente... a batalha deve ser sempre levada ao inimigo, mas não poderá ser centralizada em princípio somente no combate militar. Os Estados Unidos também devem estar empenhados em uma batalha de idéias para reparar e construir novas alianças com o mundo islâmico, para auxiliar a derrotar o radicalismo islâmico. Devemos também renovar nosso compromisso com a promoção da paz duradoura no Oriente Médio, que acabe definitivamente com o conflito árabe-israelense, torne Israel forte e seguro e produza uma nova liderança palestina que rejeite categoricamente e se oponha com energia ao terror, e também aceite o direito de Israel de existir como uma nação israelita e democrática no Oriente Médio.

Desviamos erroneamente a nossa atenção e os nossos recursos do inimigo real — a Al Qaeda — ao atacar o Iraque. A maior ameaça que enfrentamos é a possibilidade de terroristas obterem armas nucleares, e temos que redirecionar nossos esforços para evitar que isso ocorra. Embora Saddam Hussein tenha sido um ditador brutal, isso não era razão para partirmos para a guerra. Trocamos um ditador pelo caos, o que nos custou o apoio vital entre os iraquianos e os nossos aliados. Nossas alianças e o apoio mundial aos Estados Unidos foram seriamente prejudicados pela nossa urgência infundada de ir à guerra. Com base em todo o serviço de inteligência disponível, Saddam não possuía armas de

Comércio e economia: No seu segundo mandato, o presidente Bush irá se concentrar na construção de uma economia mais próspera e competitiva. Os elementos dos seus planos incluem a adoção das próximas medidas corajosas para a reforma da educação; a construção de uma força de trabalho especializada e eficaz; o estímulo de um sistema tributário pró-crescimento, justo e mais simples; a promoção da pesquisa e do desenvolvimento nos setores público e privado; o atendimento das nossas necessidades energéticas e a diminuição da nossa dependência nesse setor; a redução dos encargos regulatórios; a reforma do governo; e a abertura dos mercados globais para os produtos norte-americanos. O livre comércio amplia a possibilidade de escolha dos consumidores dos EUA e eleva o padrão de vida das nossas famílias.



Senador John Kerry, à esquerda, e presidente George Bush, durante o debate transmitido pela TV para todo o país em 30 de setembro, em Coral Gables, na Flórida, o primeiro dos três encontros (veja p. 28) programados para antes das eleições de 2 de novembro. Seus candidatos à Vice-Presidência, o senador John Edwards e o vice-presidente Dick Cheney também participaram de um debate televisionado para toda a nação em 5 de outubro, em Cleveland, Ohio. Durante esses eventos, além de defender seus desempenhos no passado, os candidatos procuraram demonstrar o acerto e os objetivos de muitos pontos das plataformas dos respectivos partidos e o modo como pretendem implementá-los.

Imigração: O presidente propõe um novo programa para os trabalhadores temporários, que proporcionará o encontro que unirá os trabalhadores estrangeiros e os empregadores nos EUA quando não houver cidadãos norte-americanos para preencher as vagas de trabalho. Esse programa oferecerá status legal de trabalhadores temporários aos milhões de homens e mulheres empregados nos Estados Unidos em situação ilegal e àqueles em países estrangeiros que buscam participar do programa e aos quais foram oferecidos empregos nos EUA.

Saúde mundial: O presidente Bush está comprometido com a saúde e o bem-estar da população mundial. Por exemplo, ele anunciou uma iniciativa de cinco anos e US\$ 15 bilhões para virar o jogo no combate à pandemia mundial de HIV/Aids. Esse compromisso de recursos ajudará os países mais atingidos da África e do Caribe a enfrentar e vencer a guerra contra o HIV/Aids. Os US\$ 15 bilhões de recursos

destruição em massa nem estava ajudando a Al Qaeda. Os Estados Unidos não estão necessariamente mais seguros por terem derrubado Saddam e não têm o apoio internacional vital e uma estratégia coerente para restaurar a estabilidade no Iraque. As conseqüências do fracasso na estabilização do Iraque nos obrigam a mudar de direção e assegurar que o Iraque tenha um futuro estável, próspero e democrático.

Os Estados Unidos precisam retomar sua parceria transatlântica histórica para efetivamente lutar contra o terrorismo, reconstruir o Iraque, estabilizar o Afeganistão, refrear a Coréia do Norte, enfrentar as ambições nucleares do Irã e encontrar soluções construtivas para superar a instabilidade no Oriente Médio. Isto significa também buscar consenso com a Europa em questões como o Protocolo de Kyoto sobre o meio ambiente, o Tribunal Penal Internacional, o comércio internacional e a ajuda externa.

Segurança interna: Os democratas estão empenhados em considerar seriamente a tomada de ação imediata no que se refere às recomendações da Comissão de 11/9, incluindo a criação do cargo de diretor de Inteligência Nacional, um amplo aprimoramento das nossas capacidades humanas de inteligência e a integração da inteligência que coletamos. Nosso foco deverá ser evitar que os terroristas obtenham armas de destruição em massa, tornando seguro todo o material nuclear não protegido, fortalecendo os esforços antiproliferação, destruindo os estoques de armas químicas e destinando assistência econômica e educacional aos Estados que dela necessitam. Internamente, devemos financiar adequadamente as necessidades das nossas equipes para situações de emergência e tomar medidas de proteção contra o bioterrorismo.

Comércio e economia: O desafio da política econômica e de comércio internacional dos EUA é conservar o crescimento da nossa economia e o aumento de empregos bem remunerados e ao mesmo tempo reduzir os déficits comercial e orçamentário. Os democratas promoverão a criação de empregos nos Estados Unidos pela aprovação de um crédito fiscal para fabricantes, incluindo as pequenas empresas, para manter os empregos no país e promover o comércio leal insistindo em normas trabalhistas e ambientais efetivas nos acordos e aplicando regras práticas para o comércio desleal. A ampliação do comércio por meio da redução de tarifas e o alívio da dívida beneficiarão todos os países desfavorecidos, inclusive nossos vizinhos mais próximos, no Sul.

Imigração: Devemos lembrar que do Círculo Ártico à Terra do Fogo os povos das Américas estão ligados por comércio, imigração e laços de família como nunca estiveram. O aumento de empregos em um país não significa perdas correspondentes para outro. O livre fluxo de idéias e uma reforma cooperativa e sustentada são as melhores formas de garantir uma vida melhor para nossos filhos.

dessa iniciativa triplicam o compromisso dos EUA com a assistência internacional à Aids.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Saúde mundial: A África é o centro da crise mundial do HIV/Aids. Programas efetivos de tratamento e prevenção precisam ser impulsionados pela ciência, e não por ideologias conservadoras. A imposição de uma agenda que proíba organizações financiadas pelo governo de discutir opções de planejamento familiar, oponha-se ao uso de preservativos ou enfatize a abstinência como a melhor forma de prevenir a doença rouba dos legisladores a flexibilidade para elaborar soluções que funcionem. Os recursos para o Fundo Global precisam ser aumentados. Os Estados Unidos precisam também fornecer assistência humanitária diretamente ou oferecer segurança que permita o livre acesso dos trabalhadores humanitários a todas as áreas em crise.

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Trechos de plataformas

As plataformas completas estão disponíveis nos endereços: <http://www.gop.com/About/PartyPlatform/Default.aspx> e <http://a9.g.akamai.net/7/9/8082/v001/www.democrats.org/pdfs/2004platform.pdf>

Tema	Plataforma do Partido Republicano “Mais segurança para o mundo e mais esperança para os Estados Unidos”	Plataforma do Partido Democrata “Fortes em casa, respeitados no mundo”
Terrorismo	Estamos defendendo a paz com a luta contra o inimigo. Estamos enfrentando os terroristas no estrangeiro para que não precisemos enfrentá-los em nosso país. Estamos destruindo os líderes de redes terroristas com ataques inesperados, desbaratando seus planos e financiamentos e mantendo-os afastados. Estamos preservando a paz, ao trabalhar com mais de 80 nações aliadas e com instituições internacionais para isolar e enfrentar terroristas e regimes ilegais. Não há negociação com terroristas. Formas de terapia e coerção não os tirarão de seus caminhos assassinos. Somente a total e completa destruição do terrorismo permitirá que a liberdade floresça.	A vitória na guerra contra o terrorismo exige que a determinação dos Estados Unidos e a cooperação internacional se harmonizem em todas as frentes. Exige capacidade e disposição para comandar ação militar imediata e eficaz quando a captura ou desbaratamento de grupos terroristas e de seus líderes é possível; sólido aperfeiçoamento do serviço de coleta e análise de informações junto com vigorosa aplicação da lei; esforço contínuo para acabar com o fluxo de dinheiro de terroristas; esforço global para evitar Estados falidos ou em falência que podem se tornar refúgios para terroristas; esforço sustentado a fim de manter uma diplomacia pública eficiente para impedir que os terroristas façam mais recrutamentos; e esforços político e econômico sustentáveis para fomentar a educação, o trabalho pela paz, o apoio à democracia e o aumento da esperança.
Iraque	No Iraque, os Estados Unidos estão servindo à causa da liberdade, da paz e da nossa própria segurança. Temos total confiança no plano de autogoverno do Iraque que atualmente está sendo implementado pelo governo interino do país.	Não podemos fracassar no plano de paz. Não podemos admitir um Estado falido no Iraque, que inevitavelmente se tornaria um refúgio para terroristas e uma força desestabilizadora no Oriente Médio.
Oriente Médio	Os republicanos apóiam a política do presidente Bush de trabalhar com todos os governos do Oriente Médio interessados em destruir redes terroristas e, ao mesmo tempo, esperar que nossos amigos da região, no longo prazo, atinjam um padrão mais alto de reforma e democracia. Levaremos a paz ao Grande Oriente Médio, ajudando a criar a democracia, bem como a esperança e o progresso que a acompanham, como alternativas ao ódio e terror. Apoiamos a visão do presidente Bush de dois Estados, Israel e Palestina, vivendo lado a lado em paz e segurança. Se os palestinos abraçarem a democracia e o Estado de Direito, combaterem a corrupção e repudiarem o terror com firmeza, podem contar com os Estados Unidos para apoiá-los na criação de um Estado palestino.	Os Estados Unidos precisam de mais iniciativa na diplomacia pública para dar respaldo às inúmeras vozes que clamam por liberdade no mundo árabe e muçulmano. E precisamos apoiar os grupos de direitos humanos, a mídia independente e os sindicatos de trabalhadores voltados para a construção de uma cultura democrática vinda do povo. Trabalharemos para transformar a Autoridade Palestina por meio da promoção de uma liderança nova e responsável, comprometida com o combate ao terrorismo e com a construção da democracia. Apoiamos a criação de um Estado palestino democrático, interessado em viver lado a lado, em paz e segurança com o Estado de Israel.

Tema	Plataforma do Partido Republicano “Mais segurança para o mundo e mais esperança para os Estados Unidos”	Plataforma do Partido Democrata “Fortes em casa, respeitados no mundo”
ADM	Não permitiremos que os regimes mais perigosos do planeta possuam as armas mais perigosas do mundo.	Impedir que terroristas tenham acesso a essas armas será nossa principal meta de segurança.
Papel dos EUA no Mundo	Reafirmamos o papel dos Estados Unidos de liderar o mundo em busca de mais liberdade, oportunidades e prosperidade. Nossos esforços para aumentar o alcance das liberdades econômica e política são completados por nosso trabalho para fomentar a liberdade religiosa.	Acreditamos em uma nação norte-americana admirada por todos os povos do mundo, porque eles sabem que prezamos não apenas nossa liberdade, mas também a deles. Não apenas nossa democracia, mas a esperança deles de conquistar a democracia. Não apenas nossa paz e segurança, mas a paz e a segurança mundial.
Comércio	Livre comércio deve ser um comércio justo que avance as metas econômicas dos Estados Unidos e proteja seus postos de trabalho. Para atingir esse objetivo precisamos atuar em âmbito global, regional e bilateral com vistas a negociar novos acordos de comércio e fazer cumprir os já existentes.	Será nossa prioridade derrubar as barreiras ao comércio livre, justo e equilibrado para que os mercados de outras nações sejam tão abertos quanto o nosso. Usaremos todas as ferramentas ao nosso alcance para criar novas oportunidades para trabalhadores, agricultores e empresários dos Estados Unidos e para eliminar as barreiras dos principais mercados exportadores.
Saúde Mundial	Damos total apoio à liderança do presidente para aumentar de modo decisivo os recursos destinados à busca da vacina contra o HIV/Aids e destinar no mínimo US\$ 15 bilhões por cinco anos a programas de prevenção, assistência e tratamento em âmbito global adotando uma abordagem abrangente à pandemia que envolve educação, abstinência, prevenção, testes, tratamento e cuidados assistenciais.	Tratar dos desafios mundiais da saúde – inclusive a pandemia da Aids – é um imperativo da segurança nacional. E vamos restabelecer a liderança dos Estados Unidos na saúde mundial com a rejeição de políticas comandadas pela ideologia e não pela ciência.
Segurança Interna	As principais instituições de segurança nacional dos Estados Unidos estão sendo reformuladas para atender os desafios de defesa do país em uma nova era.	Precisamos melhorar nossa capacidade de obter, analisar e compartilhar informações, assim podemos localizar os terroristas e detê-los antes que causem danos.
Imigração	O Partido Republicano apóia a reforma do sistema de imigração para assegurar que seja legal, seguro, organizado e humano. Uma economia em crescimento exige um número crescente de trabalhadores, e o presidente Bush propôs um novo programa para o trabalhador temporário, aplicável quando não houver cidadãos norte-americanos para preencher as vagas.	Vamos estender a promessa de cidadania para aqueles que ainda lutam por liberdade. Os imigrantes clandestinos em nossas fronteiras que têm bons antecedentes, trabalham com afinco e pagam impostos devem ter um meio para obter plena participação no país.
Economia	Queremos que mais pessoas tenham e criem pequenas empresas. Queremos que mais pessoas tenham e controlem sua assistência médica. Queremos que mais pessoas tenham contas individuais de aposentadoria.	Vamos reanimar o setor manufatureiro dos Estados Unidos, criar novos empregos e proteger os existentes com a eliminação de isenções fiscais para as empresas que levam trabalho para o exterior e redução de impostos para as empresas que geram empregos no país.

Debate de Temas Eleitorais

Os debates transmitidos em rede nacional de televisão são um ponto alto da disputa presidencial nas últimas semanas da campanha.



Os debates presidenciais têm dado um importante suporte ao processo eleitoral nos Estados Unidos desde 1976. Naquele ano foram retomados esses confrontos, suspensos desde 1960, quando o primeiro deles foi veiculado na televisão entre Richard Nixon e John Kennedy. Os eleitores constantemente se referem aos debates como um fator decisivo para o voto, e em disputas acirradas—como a de 2004— ganham ainda mais importância. O presidente Bush e o senador Kerry enfrentaram-se em encontros de 90 minutos na Flórida, dia 30 de setembro, e no Missouri, dia 8 de outubro, e se confrontarão no Arizona dia 13 de outubro. Enquanto isso, em 5 de outubro, os candidatos à Vice-Presidência, o vice-presidente Dick Cheney e o senador John Edwards, participaram de um debate em Ohio, um dos Estados decisivos nesta eleição.

Desde sua criação em 1987 como um órgão sem vinculação partidária, a Comissão de Debates Presidenciais [Commission on Presidential Debates - CPD] organiza os debates e fixa as regras de participação e conduta dos candidatos. A CPD definiu diretrizes visando garantir a imparcialidade e a transparência. Este ano, o primeiro e o terceiro debates tiveram um único moderador, com regras claras sobre limites de tempo e também sobre o que os concorrentes podiam ou não fazer. Por exemplo, o candidato não podia fazer perguntas diretas ao oponente, nem caminhar pelo palco ou explorar o ambiente para melhorar a exposição de sua imagem. O segundo debate foi realizado no formato *town hall meeting*, ou reunião com eleitores, em que

os membros presentes na platéia fazem perguntas diretas aos candidatos. O terceiro debate terá o mesmo formato adotado no primeiro.

Embora não seja fácil quantificar o impacto dos debates presidenciais, certamente eles desempenham um papel fundamental no processo eleitoral dos Estados Unidos. Os debates deste ano conseguiram mais público do que a audiência estimada em 2000, que foi de 37,5 milhões a 46,6 milhões de pessoas. "Não há dúvida de que o número altíssimo de espectadores e o fato de que os eleitores aprendem muito com esses encontros... fazem dos debates uma peça fundamental no processo das eleições gerais", disse a diretora executiva da CPD, Janet Brown.

Acima: O senador Kerry (à esquerda) ouve o presidente Bush em Coral Gables, na Flórida, dia 30 de setembro de 2004, no primeiro dos três debates agendados (Foto AP/Ron Edwards)

Dia de Votação

Neste ano, enquanto milhões de norte-americanos estiverem indo às urnas no dia da eleição, um número sem precedentes de cidadãos votará, por necessidade ou preferência, com cédulas para eleitores ausentes.



Em 2 de novembro, eleitores registrados de todas as partes dos Estados Unidos comparecerão às escolas, igrejas ou prefeituras locais para votar, não apenas para presidente e vice-presidente, mas também para cargos locais e estaduais. Embora não seja usado um sistema único de votação em todo o país (veja Tecnologia do Voto), uma prática é sempre a mesma: o voto é confidencial em todos os locais de votação e ocorre na privacidade de uma cabine eleitoral.

Ao entrar em um local para votar, os eleitores encontram funcionários e trabalhadores voluntários que examinam seus registros e os auxiliam no processo de votação. O candidato ou candidata e seus simpatizantes podem permanecer do lado de fora, cumprimentando os eleitores ou distribuindo material eleitoral. Entretanto, a lei exige que essas atividades partidárias sejam realizadas a certa distância do local para garantir a privacidade de que os eleitores necessitam para votar.

Os locais de votação abrem suas portas no começo da manhã e permanecem abertos ao longo do dia. Muitas pessoas votam na ida ao trabalho, ou na volta para casa, ou em outra hora mais conveniente durante o dia. Alguns eleitores, no entanto, não verão o local de votação no dia da eleição. Em 2004, muitos cidadãos norte-americanos votarão com cédulas para eleitores ausentes, procedimento anteriormente restrito apenas às pessoas impedidas de viajar para os seus locais de votação. Os eleitores ausentes requisitam uma cédula aos funcionários eleitorais locais e a devolvem com o seu voto pelo correio. Em muitos Estados, o voto com essas cédulas especiais tornou-se uma alternativa comum, que permite aos eleitores votar a qualquer hora, sem ter de sair de casa. O Estado de Oregon eliminou os locais de votação: todos os eleitores terão de votar pelo correio em 2004.



Muitos defensores do voto com cédulas para eleitores ausentes argumentam que o processo levará a um aumento do comparecimento às urnas. Especialistas calculam que mais de 100 milhões de norte-americanos votarão em 2 de novembro, porém esse número representa apenas cerca de metade das pessoas aptas a votar. O baixo comparecimento às urnas tem sido uma questão séria em muitas eleições, e as campanhas para registro de eleitores são um dos componentes principais das atividades de um ano eleitoral. Representantes de partidos políticos e vários grupos cívicos podem ser encontrados nos shopping centers, cinemas e em outros lugares e eventos públicos locais, distribuindo formulários de registro de eleitores para as pessoas que se tornaram aptas a votar recentemente - por terem completado 18 anos ou pela obtenção da cidadania norte-americana - e para as pessoas que já são qualificadas para votar há algum tempo, mas que ainda não se registraram.

Acima: Uma placa, à esquerda, orienta os eleitores em local de votação em Little Rock, no Arkansas, e outra indica uma caixa para votos pelo correio em Portland, Oregon (Fotos: AP/ à esquerda, Danny Johnston; à direita, Don Ryan)

Tecnologia do Voto

Com a ajuda de computadores e outras máquinas, os Estados Unidos estão avançando para métodos de votação mais eficientes e confiáveis.



A tecnologia de votação — a forma como os eleitores registram fisicamente seus votos — variou muito ao longo da história eleitoral dos EUA. No período colonial, quando um grande número de pessoas não sabia ler, os eleitores freqüentemente votavam levantando a mão ou declarando seu voto oralmente. No final dos anos 1700 as cédulas de papel predominaram. Seu uso, contudo, declinou cada vez mais a partir da invenção do sistema mecânico de votação em 1869. Em 2004, menos de 1% dos eleitores norte-americanos usaram as tradicionais cédulas de papel.

As tecnologias de votação variam entre os condados de cada Estado. Na eleição de 2004, serão utilizados seis sistemas diferentes de votação. Informamos a seguir o percentual de eleitores registrados que utilizará cada sistema, segundo estimativa da Election Data Services:

- cartão perfurado: os eleitores fazem perfurações em uma cédula de papel ao lado de suas opções — 13,7%
- alavanca mecânica: os eleitores puxam uma alavanca mecânica para marcar suas escolhas — 14%
- leitura óptica: os eleitores passam a cédula por uma máquina de leitura óptica — 34,9%

- Sistemas Eletrônicos de Registro Direto (Direct-Recording Electronic Systems - DREs): os eleitores utilizam tela de toque ou máquinas com teclas — 29,3%
- cédulas de papel: os votos são marcados no papel e contados à mão — 0,7%
- misto: os tipos de equipamento variam entre as cidades de cada condado — 7,4%

O avanço das urnas eletrônicas recebeu enorme impulso com a Lei para Auxiliar os Norte-Americanos a Votar. O Congresso promulgou a lei, que destina US\$ 3,9 bilhões para aperfeiçoar a administração das eleições, após a controvérsia sobre o resultado da eleição presidencial de 2000 que demonstrou a necessidade de modernizar e melhorar os sistemas de votação. Como o resultado do pleito popular na Flórida foi muito apertado, a campanha de Gore exigiu a recontagem dos votos.



A lei destinou US\$ 325 milhões para um programa que financiará a compra de sistemas DRE para substituir as antigas máquinas de alavanca e perfuração de cartão. Estima-se que o percentual de eleitores que usarão DREs vai aumentar dos 12,6% em 2000 para 29,3% em 2004.

A Lei para Auxiliar os Norte-Americanos a Votar também dispõe sobre formas de combater a fraude eleitoral e facilitar o acesso à votação. As reformas implantadas este ano incluem regras para identificar os eleitores que vão votar pela primeira vez e para que os Estados definam o que constitui um voto válido. Cada zona eleitoral deve ter ao menos uma máquina acessível a cegos e deficientes físicos. Reformas complementares deverão ser totalmente implantadas em 2006.

Página anterior: Iris Stanley usa uma urna eletrônica para votar nas eleições primárias para presidente em sua seção eleitoral em Roswell, Geórgia, em 2 de março (Foto: AP/Rio Feld) Acima: Deborah Clark, supervisora das eleições no Condado de Pinellas, Flórida, demonstra como votar usando uma tela de toque, em conferência à imprensa em 27 de julho (Foto: AP/Phil Coale)

Cédulas Eleitorais

As cédulas eleitorais nos Estados Unidos contêm os nomes dos candidatos a cargos federais, estaduais e municipais, bem como perguntas sobre questões legislativas relevantes.

REFERENDO B

Emendas aos artigos IV, VII e IX da Constituição do Estado do Colorado, relativas à eliminação de disposições obsoletas da Constituição Estadual.

☐ **SIM**

☐ **NÃO**

Presidente e vice-presidente
(Presidente y Vice Presidente)

☐ George W. Bush /
Dick Cheney (REP)

☐ John F. Kerry /
John Edwards (DEM)

☐ Michael Badnarik /
Richard V. Campagna (LIB)

☐ _____
Voto por escrito (Voto Escrito)

Primeiro box acima: Esse trecho de uma cédula eleitoral do Estado do Colorado é um exemplo de referendo - neste caso, aprovação de emendas à Constituição Estadual - que os cidadãos norte-americanos costumam votar nas eleições. Segundo box acima: Apresentamos parte de uma cédula bilíngüe (inglês-espanhol) do Estado do Texas.

Seja por meio de telas sensíveis ao toque, seja por meio das tradicionais cédulas de papel, os eleitores norte-americanos decidem sobre uma ampla variedade de cargos e projetos legislativos no dia da eleição. Segundo o consultor político Earl Bender, os Estados Unidos têm mais de 176 mil cargos eletivos nos vários níveis e poderes do governo. Este ano, haverá eleições para as 435 cadeiras da Câmara dos Deputados, para 34 cadeiras do Senado Federal e para governador em 11 Estados, além da eleição para presidente. As cédulas também são usadas para escolher ocupantes de diversos cargos nos governos estaduais e locais, que vão desde juizes dos Supremos Tribunais de Justiça dos Estados e tesoureiros a comissários municipais e membros de conselhos escolares.

Os eleitores também podem participar do processo legislativo nos âmbitos estaduais e locais aprovando e até fazendo leis. Dependendo da legislação de cada Estado e localidade, os eleitores podem solicitar um referendo, ou seja, eleição para decidir se uma medida aprovada pelo poder legislativo do Estado deve ser transformada em lei. Podem ainda, por meio de abaixo-assinado, incluir eleições para votar medidas e projetos legislativos de iniciativa do eleitor. Em muitas áreas, os eleitores também votam para aprovar medidas fiscais de âmbito local e para destituir ocupantes de cargos eletivos.

A legislação eleitoral de cada Estado determina a organização e o modelo da cédula. As cédulas podem agrupar os candidatos por partido ou por cargo. Algumas permitem que o eleitor marque um partido para votar em todos os candidatos desse partido. Todos os Estados oferecem uma opção de voto por escrito para que os eleitores possam votar em candidatos que não constem da cédula.

As opções de idiomas na cédula também variam de acordo com a localidade a fim de atender as necessidades do eleitor. A legislação eleitoral federal protege o direito dos eleitores que não falam inglês e exige cédulas bilíngües nas jurisdições com 10 mil ou mais eleitores que não falam inglês.

O Colégio Eleitoral

Como previsto na Constituição dos EUA, os presidentes norte-americanos não são eleitos diretamente pelo povo, mas pelos eleitores do povo.

O Colégio Eleitoral foi criado pelos autores da Constituição dos EUA como uma alternativa à eleição do presidente por voto popular ou pelo Congresso. Cada Estado

elege um número de representantes ao Colégio Eleitoral igual ao número de senadores — dois para cada Estado — mais o número de delegados na Câmara dos Deputados. O Distrito de Colúmbia, que não tem representação no Congresso, tem três votos do Colégio Eleitoral. Atualmente há 538 eleitores no Colégio Eleitoral; são necessários 270 votos para ganhar a eleição presidencial.

Várias semanas depois da eleição geral, os eleitores do Colégio Eleitoral de cada Estado se reúnem nas respectivas capitais de Estado e oficializam seu voto para presidente e vice-presidente. Os votos são então enviados para o presidente do Senado dos EUA, que em 6 de janeiro, com todo o Congresso presente, conta os votos e anuncia o vencedor.

O vencedor da votação do Colégio Eleitoral normalmente é o candidato que ganhou no voto popular. No entanto, é possível ganhar a Presidência sem ganhar no voto popular. O caso mais recente ocorreu na eleição presidencial de 2000 quando o presidente Bush ganhou na votação do Colégio Eleitoral — 271 votos contra 266 — depois de perder no voto popular para o então vice-presidente Al Gore. Dois outros presidentes — Rutherford B. Hayes em 1876 e Benjamin Harrison em 1888 — chegaram à Presidência sem ganhar no voto popular. Na eleição de 1824 entre John



Quincy Adams e Andrew Jackson, Jackson ganhou no voto popular, mas nenhum deles obteve a maioria dos votos do Colégio Eleitoral. Adams assegurou a Presidência somente depois que a eleição foi decidida pela

votação da Câmara dos Deputados, um procedimento previsto na Constituição quando nenhum candidato obtém maioria no Colégio Eleitoral.

Eleitores do Colégio Eleitoral no Estado da Virgínia Ocidental votam por unanimidade em George W. Bush para presidente no Capitólio do Estado, em 18 de dezembro de 2000 (Foto: AP/Bob Bird)

Bibliografia

Leitura adicional sobre o processo eleitoral nos EUA

Informações sobre eleições gerais

DiClerico, Robert E. *Voting in America: A Reference Handbook* [O Voto nos Estados Unidos: Manual de Referência]. Santa Bárbara, CA: ABC-CLIO, 2004.

Liga das Mulheres Eleitoras. *Choosing the President, 2004: A Citizen's Guide to the Electoral Process* [Para Escolher o Presidente, 2004: Guia do Cidadão para o Processo Eleitoral]. Guilford, CT: Lyons Press, 2003.

Moore, John L. *Elections A to Z* [Eleições de A a Z]. Washington, DC: CQ Press, 2003.

Coordenação de campanha

Faucheux, Ronald A., org. *Winning Elections: Political Campaign Management, Strategy & Tactics* [Como Vencer as Eleições: Coordenação, Estratégia e Táticas de Campanha Política]. Nova York: M. Evans and Co., 2003.

Green, Donald P. e Alan S. Gerber. *Getting Out the Vote: A Guide for Candidates and Campaigns* [Como Motivar o Voto: Guia de Candidatos e Campanhas]. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2004.

Strachan, J. Cherie. *High-Tech Grass Roots: The Professionalization of Local Elections* [Alta Tecnologia nas Bases: Profissionalização nas Eleições Locais]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003.

Colégio Eleitoral

Fortier, John C. et al., orgs. *After the People Vote: A Guide to the Electoral College* [Depois do Voto Popular: Guia sobre o Colégio Eleitoral]. 3ª ed., Washington, DC.: AEI Press, 2004.

Schumaker, Paul D. e Burdett A. Loomis, orgs. *Choosing a President: The Electoral College and Beyond* [Como Escolher um Presidente: Colégio Eleitoral e Outras Alternativas]. Nova York: Chatham House Publishers, 2002.

Reforma eleitoral

Avalikto, Neal, org. *The Election Process Revisited* [O Processo Eleitoral Revisitado]. Nova York: Nova Science Publishers, Inc., 2004.

Buchanan, Bruce. *Presidential Campaign Quality: Incentives and Reform* [Qualidade na Campanha Presidencial: Incentivos e Reforma]. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.

Gross, Donald A. e Robert K. Goidel. *The States of Campaign Finance Reform* [Os Estados e a Reforma na Legislação sobre Financiamento de Campanha]. Columbus: Ohio State University Press, 2003.

Henderson, Harry. *Campaign and Election Reform* [Campanha e Reforma Eleitoral]. Nova York: Facts On File, 2004.

McCaffrey, Paul, org. *U.S. Election System* [O Sistema Eleitoral nos EUA]. Nova York: H.W. Wilson, 2004.

Streb, Matthew J. *Law and Election Politics: The Rules of the Game* [Legislação e Política Eleitoral: As Regras do Jogo]. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers, 2004.

Mídia

Goldstein, Kenneth M. e Patricia Strach, orgs. *The Medium and the Message: Television Advertising and American Elections* [O Meio e a Mensagem: Propaganda na Televisão e Eleições Norte-Americanas]. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.

Hacker, Kenneth L., org. *Presidential Candidate Images* [Imagens dos Candidatos Presidenciais]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004.

Lange, Bernd-Peter e David Ward, orgs. *The Media and Elections: A Handbook and Comparative Study* [A Mídia e as Eleições: Guia e Estudo Comparativo]. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

Schultz, David A., org. *Lights, Camera, Campaign!: Media, Politics, and Political Advertising* [Luzes, Câmera, Campanha!: Mídia, Política e Propaganda Eleitoral]. Nova York: P. Lang, 2004.

Partidos políticos

Hershey, Marjorie Randon e Paul Allen Beck. *Party Politics in America* [Política Partidária nos Estados Unidos], 10ª ed. Nova York: Longman, 2003.

Korzi, Michael J. *A Seat of Popular Leadership: The Presidency, Political Parties, and Democratic Government* [Uma Cadeira de Liderança Popular: Presidência, Partidos Políticos e Governo Democrático]. Amherst, Boston: University of Massachusetts Press, 2004.

Pesquisa e opinião pública

Stonecash, Jeffrey M. *Political Polling: Strategic Information in Campaigns* [Pesquisa Política: Informação Estratégica nas Campanhas]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2003.

Traugott, Michael W. e Paul J. Lavrakas. *The Voter's Guide to Election Polls* [Guia do Eleitor para Pesquisas Eleitorais]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004.

Campanhas de eleições presidenciais

Ackerman, Bruce A. *Deliberation Day* [Dia da Deliberação]. New Haven, CT: Yale University Press, 2004.

Buchanan, Bruce. *The Policy Partnership: Presidential Elections and American Democracy* [Parceria em Políticas: Eleições Presidenciais e Democracia Norte-Americana]. Nova York: Routledge, 2004.

Nicosia, Albert, org. *The Election Process in the United States* [O Processo Eleitoral nos Estados Unidos]. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers, 2003.

Roberts, Robert North e Scott J. Hammond. *Encyclopedia of Presidential Campaigns, Slogans, Issues, and Platforms* [Enciclopédia de Campanhas Presidenciais, Slogans, Temas e Plataformas]. Westport, CT: Greenwood Press, 2004.

Thurber, James A. e Candice J. Nelson, orgs. *Campaigns and Elections American Style* [Campanhas e Eleições ao Estilo Norte-Americano]. Boulder, CO: Westview Press, 2004.

Eleitores

Abramowitz, Alan. *Voice of the People: Elections and Voting in the United States* [A Voz do Povo: Eleições e Voto nos Estados Unidos]. Nova York: McGraw-Hill, 2004.

Eisner, Jane. *Taking Back the Vote: Getting American Youth Involved in Our Democracy* [Recuperando o Voto: Como motivar os Jovens Norte-Americanos a Participar de Nossa Democracia]. Boston, MA: Beacon Press, 2004.

O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo e disponibilidade dos recursos relacionados acima.

Recursos na internet

Fontes de informações on-line sobre o processo eleitoral dos EUA

Colégio Eleitoral

Administração Nacional de Arquivos e Registros: Colégio Eleitoral dos EUA

http://www.archives.gov/federal_register/electoral_college/

Centro de Votação e Democracia — Colégio Eleitoral

http://www.fairvote.org/e_college/index.html

Comissão Eleitoral Federal: Colégio Eleitoral

<http://www.fec.gov/pages/ecmenu2.htm>

Reforma eleitoral

Centro de Política Responsiva

<http://www.opensecrets.org/home>

Financiamento de Campanha: Questões Constitucionais e Legais do Soft Money

(Relatório do Serviço de Pesquisa do Congresso)

<http://fpc.state.gov/documents/organization/29688.pdf>

Projeto de Informações sobre Reforma Eleitoral: Relatórios sobre Reforma Eleitoral

<http://www.electionline.org/index.jsp?page=Publications>

Reforma Eleitoral: Visão Geral e Temas Relevantes

(Relatório do Serviço de Pesquisa do Congresso)

<http://fpc.state.gov/documents/organization/28920.pdf>

Mídia

Canal Fox News

<http://www.foxnews.com/>

CBS News: Campanha 2004

<http://www.cbsnews.com/sections/politics/main250.shtml>

CNN

<http://www.cnn.com/ELECTION/2004/>

Cook Political Report

<http://www.cookpolitical.com/>

MSNBC — Decisão 2004

<http://www.msnbc.msn.com/id/3032553/>

New York Times — Guia das Eleições 2004

http://www.nytimes.com/packages/html/politics/2004_ELECTIONGUIDE_GRAPHIC/index.html

Propaganda de Campanha (Bush e Kerry)

<http://pcl.stanford.edu/campaigns/campaign2004/index.html>

Unidade Política da ABC News

<http://abcnews.go.com/sections/politics/TheNote/TheNote.html>

Voz da América: Caminho para a Casa Branca

<http://www.voanews.com/specialreport.cfm?objectid=6B65B21A-4280-4D94-87D90E84B6298834>

Washington Times

<http://www.washtimes.com/national/>

Partidos políticos

Bush/Cheney 04

<http://www.georgewbush.com/>

Comitê Nacional Democrata

<http://www.democrats.org/>

Comitê Nacional Republicano

<http://www.rnc.org/>

Kerry-Edwards 2004

<http://www.johnkerry.com/index.html>

Nader-Camejo 2004

<http://www.votenader.org/>

Plataforma do Partido Democrata para 2004

<http://a9.g.akamai.net/7/9/8082/v001/www.democrats.org/pdfs/2004platform.pdf>

Plataforma do Partido Republicano para 2004

<http://msnbcmedia.msn.com/i/msnbc/Sections/News/Politics/Conventions/RNC-2004platform.pdf>

Pesquisa e opinião pública

As Pesquisas, os Analistas e a Eleição de 2004, John Zogby

<http://usinfo.state.gov/products/pubs/election04/polls.htm>

Centro de Pesquisa Pew para a População e a Imprensa

<http://people-press.org/>

Pesquisas da Universidade Quinnipiac

<http://www.quinnipiac.edu/x701.xml>

RealClearPolitics

http://www.realclearpolitics.com/bush_vs_kerry.html

Relatório de Pesquisas

<http://www.pollingreport.com/wh2004.htm>

Campanhas eleitorais para presidente

Centro de Imprensa Estrangeira: Campanha 2004

<http://fpc.state.gov/c9752.htm>

Comissão de Debates Presidenciais

www.debates.org

Comissão Eleitoral Federal: sobre Eleições e Votação

<http://www.fec.gov/pages/electpg.htm>

Coordenação de Campanha Política

<http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/pcm/links.shtml>

Conselho de Relações Exteriores: Campanha 2004

Política Externa na Eleição Presidencial

<http://www.cfr.org/campaign2004/>

Democracia em Ação: Corrida para a Casa Branca - P2004

<http://www.gwu.edu/~action/P2004.html>

Eleições 2004 (Universidade de Michigan)

<http://www.lib.umich.edu/govdocs/elec2004.html>

Informações sobre Eleições Federais e Estaduais

<http://www.llrx.com/columns/roundup25.htm>

Liga das Mulheres Eleitoras: O Processo Eleitoral

<http://www.lwv.org/voter/read.cfm?pid=elections101>

Política — Presidência 2004

<http://www.politics1.com/p2004.htm>

Projeto Vote com Inteligência

<http://www.vote-smart.org/>

Scholastic News: Eleição 2004

<http://teacher.scholastic.com/activities/election2004/>

Eleitores

Centro de Política e das Mulheres Norte-Americanas

<http://www.rci.rutgers.edu/~cawp>

Centro de Votação e Democracia

<http://www.fairvote.org>

Motivando os mais Jovens a Votar

http://www.pewtrusts.com/pdf/new_voters_brief_0504.pdf

O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo e disponibilidade dos recursos de outros órgãos e organizações relacionados acima. Todos os links estavam ativos em setembro de 2004.

Quarta capa: Foto de Steve Bogart/NowThis.com



<http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>

DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA/ESCRITÓRIO DE PROGRAMAS DE INFORMAÇÕES INTERNACIONAIS