

I APPROVE THIS MESSAGE !

LE 3 NOVEMBRE 2010 OPHELIA NOOR

Alors que les élections de mi-mandat s'achèvent sur une victoire des républicains, nous vous proposons un détour du côté des spots de campagne des candidats. Une bataille de l'image au financement illimité qui frise parfois le ridicule.

Alors que les élections de mi-mandat aux Etats-Unis s'achèvent sur **une large victoire des Républicains à la chambre des représentants** et que les démocrates conservent leur majorité au Sénat il est intéressant de se pencher sur la guerre de l'image à laquelle se livrent les candidats, **soutenus à coups de millions de dollars** par les lobbies, les partis et les supporters des comités d'action politique.

Ces spots de campagnes publicitaires destinés au médium télévisuel et à classer pour certains au panthéon du LOL de la communication politique ne doivent pas nous détourner de la question du financement de ces campagnes de communication destinées aux électeurs.

2010, année du financement illimité

Ces spots de campagne sont pour la plupart financés par les **Comité d'Action Politique** (PAC – Political Action Committees) qui sont eux mêmes financés à travers un **système complexe** de régulations des donations en fonction du statut du PAC lui même (connecté ou non-connecté) et du donateur (individu, lobby, entreprise, syndicat...). Le PAC est surtout un intermédiaire entre la véritable source de l'argent et le candidat à l'élection.

Mais le 21 janvier 2010, l'arrêt de la Cour Suprême américaine **Citizen United v FEC**, achève de lever les dernières barrières rendant possible le financement illimité des campagnes de communication des candidats et donne naissance aux Super PAC, au grand dam des démocrates et du Président Obama qui avait qualifié le jugement de la Cour suprême de,



(...) major victory for big oil, Wall Street banks, health insurance companies and the other powerful interests that marshal their power every day in Washington to drown out the voices of everyday Americans¹



Ces dépenses de communication sont directement financées par les Super PAC. Ces derniers doivent déposer la liste de leurs donateurs auprès de **l'autorité de régulation des élections** (*Federal Electoral Commission*), bien qu'ils ne soient pas obligés de la divulguer avant le jour du vote. Ce qui rend plus difficile le travail de transparence mené par la même FEC ou des organismes indépendants comme la Sunlight Foundation.

Money, money, money !

Toute l'hypocrisie de cet arrêt tient au fait que si les contributions directes aux candidats sont toujours interdites, **les corporations et les syndicats peuvent financer les campagnes publicitaires pour des montants illimités à travers ces supers comités d'action politique si ces derniers s'enregistrent en tant de "I.E-PAC" (Independent Expenditure) auprès de la FEC.**

Rien de plus facile ! Il suffit d'en faire la demande par courrier... Et sans grande surprise, la FEC a été depuis submergée de lettres de demande d'enregistrement. La **Sunlight Foundation Reporting Group** s'est empressée de recenser au jour le jour ces demandes, dans une application consultable sur le site de leur enquête : **Follow the Unlimited Money.**

Citizen United a finalement permis à ces comités d'action politique de financer à la fois des spots de campagne en faveur d'un candidat mais aussi en opposition à son concurrent pour le même scrutin. Et pour ajouter à la confusion, il sera nécessaire à l'électeur de distinguer

les spots des équipes de campagne officielles et ceux de ces groupes extérieurs (*outside groups*) – qui par ailleurs peuvent les diffuser sans l'accord du candidat...

De cet imbroglio financier, politique et électoral, la rédaction d'Owni en a sorti une sélection lol des clips de campagne les plus marquants, de la sorcière au mouton démoniaque. Nous avons également réalisé pour RFI une application interactive permettant de visualiser les dépenses des candidats par état et partis : <http://www.rfi.fr/ameriques/20101029-depenses-campagne-candidats-americains>

-

Tendance artillerie lourde

Pamela Gorman (Arizona) dans un spot 100 % NRA (**National Rifle Association**) se lâche : "Je suis une chrétienne conservatrice et une bonne tireuse". Son but ? "Rendre chèvre la gauche" en quelques rafales à l'arme automatique !

Tendance Data

Tendance mouton démoniaque

Un grand moment cinématographique, effet **Koulechov** et frissons garantis. C'est le favori de la rédaction.

Tendance Série télé

Dans la course au Sénat du Colorado, mention spéciale à la série Maison des horreurs (*House of Horrors*) montée contre le sénateur **Ken Buck** et en faveur du concurrent démocrate **Michael Bennet**. Le Colorado est l'état qui a bénéficié des dépenses les plus importantes des Comités d'Action Politiques (PAC) pour un total de \$32,779,082.89

Tendance patriotes...professionnels !

Joe Miller, Alaska, candidat du Tea Party. "Cette élection c'est l'establishment contre nous ! Les politiciens professionnels pensent qu'ils sont de droit, qualifié pour prendre le pouvoir. Il est temps de leur montrer que c'est faux ! Votez pour un patriote professionnel !

Dale Peterson, Alabama : "J'ai été fermier, entrepreneur, flic et marine pendant la guerre du Vietnam, alors écoute !" Dale continue son speech sur les racailles et les criminels, sa Winchester en bandoulière : "Nous les républicains valent mieux que ça !"

Tendance sorcellerie

Christine O'Donnell nous rassure : elle n'est pas une sorcière...elle est comme nous... ?!

Tendance Do It Yourself

A voir aussi en DIY :

Le gouverneur Hakeem dans le Dakota Nord,

Doug Aden dans le Colorado

Tendance Soap Opera

Blanche Lincoln, dans l'Arkansas, vous demande de garder foi en elle malgré les discours des experts. Petite musique mièvre et vent dans les cheveux dans un décor champêtre...

crédits Flickr CC **programwitch**

1. <http://www.nytimes.com/2010/01/22/us/politics/22scootus.html> [↔]