

# *Tribuna* n°27, julio 2018 Norteamericana

La historia de... Ebro en EE.UU.

por Antonio Hernández Callejas

El lobby americano del separatismo catalán

por Francisco Javier Rupérez Rubio

Lobbies: un acercamiento a la realidad de su influencia en la política norteamericana

por Francisco Carrillo

Los lobbies demócratas en la Era de Donald Trump

por Elena Herrero-Beaumont



Las opiniones, referencias y estudios difundidos en cualquier publicación de las distintas líneas editoriales del Instituto Universitario de Investigación en Estudios Norteamericanos “Benjamin Franklin” (Instituto Franklin-UAH) son responsabilidad exclusiva del autor colaborador que la firma. El Instituto Franklin-UAH no interfiere en el contenido ni las ideas expuestas por los referidos autores colaboradores de sus publicaciones.

El Instituto Franklin-UAH (fundado originalmente como “Centro de Estudios Norteamericanos” en 1987) es un organismo propio de la Universidad de Alcalá que obtuvo el estatus de “Instituto Universitario de Investigación” en el 2001 (Decreto 15/2001 de 1 de febrero; BOCM 8 de febrero del 2001, nº 33, p. 10). Su naturaleza, composición y competencias se ajustan a lo dispuesto en los Estatutos de la Universidad de Alcalá de acuerdo al Capítulo IX: “De los Institutos Universitarios” (artículos del 89 al 103). El Instituto Franklin-UAH tiene como misión fundamental servir de plataforma comunicativa, cooperativa y de unión entre España y Norteamérica, con el objetivo de promover el conocimiento mutuo. El Instituto Franklin-UAH desarrolla su misión favoreciendo y potenciando la creación de grupos de investigadores en colaboración con distintas universidades norteamericanas; impartiendo docencia oficial de postgrado (másteres y doctorado en estudios norteamericanos); difundiendo el conocimiento sobre Norteamérica mediante distintas líneas editoriales; y organizando encuentros académicos, de temática inherente a la propia naturaleza del Instituto, tanto de carácter nacional como internacional.

## Consejo Asesor

José Ignacio Goirigolzarri, Presidente  
Joaquín Ayuso, Vicepresidente  
José Antonio Gurpegui, Secretario  
Claudio Boada, Vocal  
Amalia Blanco, Vocal  
Daniel Carreño Álvarez, Vocal  
Antonio Vázquez, Vocal  
Helena Herrero, Vocal  
Bernardo Hernández, Vocal  
Miguel Zugaza, Vocal

© Instituto Franklin-UAH. 2018  
ISSN: 1889-6871  
Depósito Legal: DL M-26597-2017  
Impreso en España - Printed in Spain  
Impresión: Cimapress

*Tribuna Norteamericana* es una publicación del  
Instituto Franklin-UAH

Universidad de Alcalá  
c/ Trinidad, 1  
28801 Alcalá de Henares  
Madrid. España

Tel: 91 885 52 52 - Fax: 91 885 52 48

[www.institutofranklin.net](http://www.institutofranklin.net)

Editor: José Antonio Gurpegui  
Editora adjunta: Cristina Crespo  
Edición de textos: Laura Álvarez Trigo  
Diseño: David Navarro  
Edita: Instituto Franklin-UAH  
Imprime: Cimapress



*Tribuna Norteamericana se distribuye gratuitamente entre sus suscriptores. Si desea recibir esta publicación, contacte con: [instituto.franklin@institutofranklin.net](mailto:instituto.franklin@institutofranklin.net)*

José Antonio  
Gurpegui

Estimado lector,

Dedicamos este número de *Tribuna Norteamericana* a uno de los temas que más interés y, en ciertos casos, perplejidad e incluso abierto rechazo causan en la opinión pública española: los lobbies. El vocablo tiene su origen en el parlamento británico, en cuyos pasillos se agolpaban, a comienzos del siglo XIX, los distintos grupos de poder londinense que presionaban a los parlamentarios en beneficio de sus intereses.

Para ilustrar este tema contamos con la colaboración de tres expertos de primer orden.

Javier Rupérez, embajador de España en Estados Unidos entre 2000-2004, presenta en “El lobby americano del separatismo catalán” un pormenorizado estudio de las acciones que el movimiento secesionista catalán ha estado llevando a cabo desde hace años y como poco a poco han ido influyendo en la opinión de algunos políticos relevantes. En “Lobbies: un acercamiento a la realidad de su influencia en la política norteamericana” el consultor y asesor de comunicación política Francisco Carrillo explica el funcionamiento de este complejo entramado exponiendo la influencia real que tienen actualmente los lobbies en el escenario político de los Estados Unidos. Elena Herrero-Beaumont, socia y directora de Reputación & Stakeholders de Vinces, presenta en “Los lobbies demócratas en la era de Donald Trump” una actualizada historia de la influencia de dos de los lobistas más importantes del partido demócrata de los Estados Unidos, Tony Podesta y su exmujer Heather Podesta. El Grupo Podesta ocupa el sexto lugar por volumen de ingresos de las empresas de lobby en Estados Unidos.

En nuestra sección “La historia de...” compartimos en este número la experiencia de Ebro Foods, empresa líder en el sector del arroz con una destacada presencia en los Estados Unidos tras la adquisición de Riviana. Su presidente, Antonio Hernández Callejas, elabora un detallado recorrido de la trayectoria de esta compañía desde su origen hasta su expansión internacional.

Espero que este número le resulte interesante,  
J.A.G.

Catedrático de  
Estudios  
Norteamericanos

Editor



## Antonio Hernández Callejas

Licenciado en Ciencias Económicas  
por la Universidad de Sevilla.

Comienza su carrera profesional en el año 1979 en Arrocerías Herba, empresa creada por su abuelo, propietaria, entre otras, de marcas como La Fallera, Brillante o Cigala. En el año 2002 es nombrado consejero, vicepresidente y miembro de la Comisión Ejecutiva de Ebro y se convierte en una figura clave en el proceso de transformación y expansión internacional de la Sociedad. En 2004 el Consejo de Administración le nombra consejero delegado de la Sociedad con funciones de impulso y dirección de la gestión ordinaria de la misma, así como de coordinación de la gestión ordinaria de las participadas del Grupo Ebro y el 27 de abril de 2005, la Junta General de Accionistas ratificó su nombramiento como presidente ejecutivo de Ebro Puleva.

Presidente de Ebro Foods



---

Twitter: @GrupoEbro



## La historia de... EBRO EN EE.UU.

Antonio Hernández Callejas

**T**odo comienza cuando Ebro, primera empresa azucarera en España, compra en 1989 el 60% de la sociedad Arrocerías Herba con el objetivo de diversificar su negocio, ante el temor de las consecuencias que para el sector podría tener la desaparición del sistema de cuotas y la reforma de la PAC. Es en ese momento cuando la familia Hernández Barrera se convierte en accionista relevante de Ebro.

Arrocerías Herba, líder indiscutible del arroz en España, había iniciado ya en Europa un ambicioso programa de expansión internacional. Presidida por Elías Hernández, y con Antonio Hernández Callejas como director general, fueron incorporando poco a poco al Grupo importantes marcas y empresas arroceras europeas con el propósito de comercializar, a través de ellas, el arroz índica español que habían logrado producir en España. Hasta entonces, los arroces largos índica era necesario importarlos de

países terceros: Estados Unidos y países asiáticos. Entre estas adquisiciones, Herba realizó la de la sociedad belga Boost en el año 1991, y más adelante la de la británica Stevens & Brotherton; ambas eran propiedad de la americana Riviana Foods, que mantuvo en cada una de ellas un 49% de la participación. Esto supuso el establecimiento de dos *joint venture*, tanto en Bélgica como en Reino Unido, entre Ebro y Riviana.

Posteriormente, en el año 2004, el Consejo de Administración de Ebro, con Antonio Hernández Callejas como consejero delegado, toma decisiones estratégicas muy relevantes para el futuro del Grupo: la primera de ellas, abandonar el negocio del azúcar y avanzar hacia un liderazgo global en el negocio del arroz; y la segunda, invertir en la creación de una División de Pasta, con vocación, asimismo, de liderazgo mundial.



Planta de Riviana en Freeport (Texas).

Es en ese contexto, ese mismo año, cuando empiezan las negociaciones con la familia Godchaux para la compra de la sociedad Riviana Foods, la mayor empresa arrocera de Estados Unidos. La familia Hernández mantenía una relación cercana y cordial desde hacía tiempo con la familia Godchaux, principales accionistas de la compañía americana, lo que permitió alcanzar con relativa rapidez un acuerdo. Pero Riviana cotizaba en el Nasdaq, por lo que a pesar de tener un acuerdo con los principales accionistas, fue necesario lanzar una OPA de exclusión que resultó un éxito, y el proceso de adquisición quedó culminado en aproximadamente dos meses.

La adquisición de Riviana permitió la entrada del Grupo Ebro en uno de los mayores mercados del sector de la alimentación, Estados Unidos, y al mismo tiempo, disponer de una potente red de distribución, ya que Riviana atesoraba una importante posición de liderazgo

## *La adquisición de Riviana permitió la entrada del Grupo Ebro en uno de los mayores mercados del sector de la alimentación, Estados Unidos*

en 19 de los 20 principales estados más importantes de EE.UU.

Asimismo, la incorporación de la compañía norteamericana consolidó a Ebro como el primer grupo arrocero del mundo, con un posicionamiento líder tanto en Europa como en Estados Unidos.

En los meses posteriores a esta adquisición, se encargó al entonces director



Minute Rice, una marca emblemática en el mercado arrocero.

***Ebro había materializado su incursión en el mundo de la pasta con la compra, en el año 2005, de la sociedad Panzani, líder del sector en Francia***

general de Ebro, Jaime Carbó, la venta de los negocios que Riviana tenía en Costa Rica y Guatemala, ya que sus actividades principales, las galletas y los zumos, no encajaban con el perfil eminentemente arrocero que Ebro quería para su filial norteamericana. La operación de desinversión fue un éxito económico y permitió a Riviana disponer de caja suficiente para afrontar

de modo inmediato, en 2006, la compra de la marca norteamericana Minute.

Minute, especializada en arroces de cocción rápida, era una marca icónica de Kraft Foods, líder en todo el territorio USA en esa relevante categoría.

La incorporación de Minute a Riviana permitió incrementar la participación de mercado de Riviana hasta cuotas que a día de hoy llegan al 22,5%.

De modo prácticamente paralelo a la entrada en Estados Unidos, Ebro había materializado su incursión en el mundo de la pasta con la compra, en el año 2005, de la sociedad Panzani, líder del sector en Francia. Panzani era además el segundo mayor productor de Europa y tenía cuotas de mercado muy altas tanto en pasta seca, como pasta fresca, salsas y arroz.

Una vez incorporada esta sociedad al Grupo, Antonio Hernández Callejas, que ya

había sido nombrado presidente de Ebro, asiste a la convención mundial de pasta, y allí llega a la firme convicción de que para alcanzar el liderazgo global pretendido en pasta es de enorme relevancia entrar también en el mercado estadounidense; y para ello había un candidato perfecto: New World Pasta (NWP). Esta sociedad era líder del mercado de pasta seca en Estados Unidos y estaba en manos de un *private equity* que había aglutinado cinco de las marcas más relevantes de EE.UU. y Canadá.

Ebro inicia su aproximación a la compañía en 2006 y culmina la compra en el mes de junio de ese mismo año. NWP se convierte de manera inmediata en la empresa líder en Norteamérica, a través de las marcas Ronzoni, Creamette, American Beauty, Skinner, San Giorgio y Prince.

Cinco años después, a finales del año 2011, Ebro refuerza su presencia en este mercado con la adquisición de la marca No Yolks, líder en Estados Unidos y Canadá en el segmento de *noodles* sin yema de huevo y pasta seca enriquecida con fibra, con una cuota de mercado del 15,6% y del 29,4% respectivamente.

Pero su expansión en Estados Unidos aun no había terminado, Ebro tenía como objetivo seguir completando y consolidando el liderazgo de su negocio arrocerero. Así, también en 2011, el Grupo incorporó al perímetro arrocerero la empresa American Rice (ARI), ubicada en Freeport (Texas). ARI aportó al Grupo un importante negocio marquista en Arabia Saudí.

Cuatro años después, en 2015, Ebro adquiere RiceSelect, negocio líder en el mercado estadounidense de arroces aromáticos y orgánicos y de productos basados en *ancient grains*, quínoa y otros súper cereales. Un complemento perfecto para el portfolio de Riviana e idóneo para reforzar su desarrollo en los segmentos de mayor crecimiento del mercado norteamericano de arroz. Con esta operación, Ebro finalizó (por el momento) su plan de expansión internacional en EE.UU., que pasó a convertirse en el principal mercado geográfico del Grupo.

---

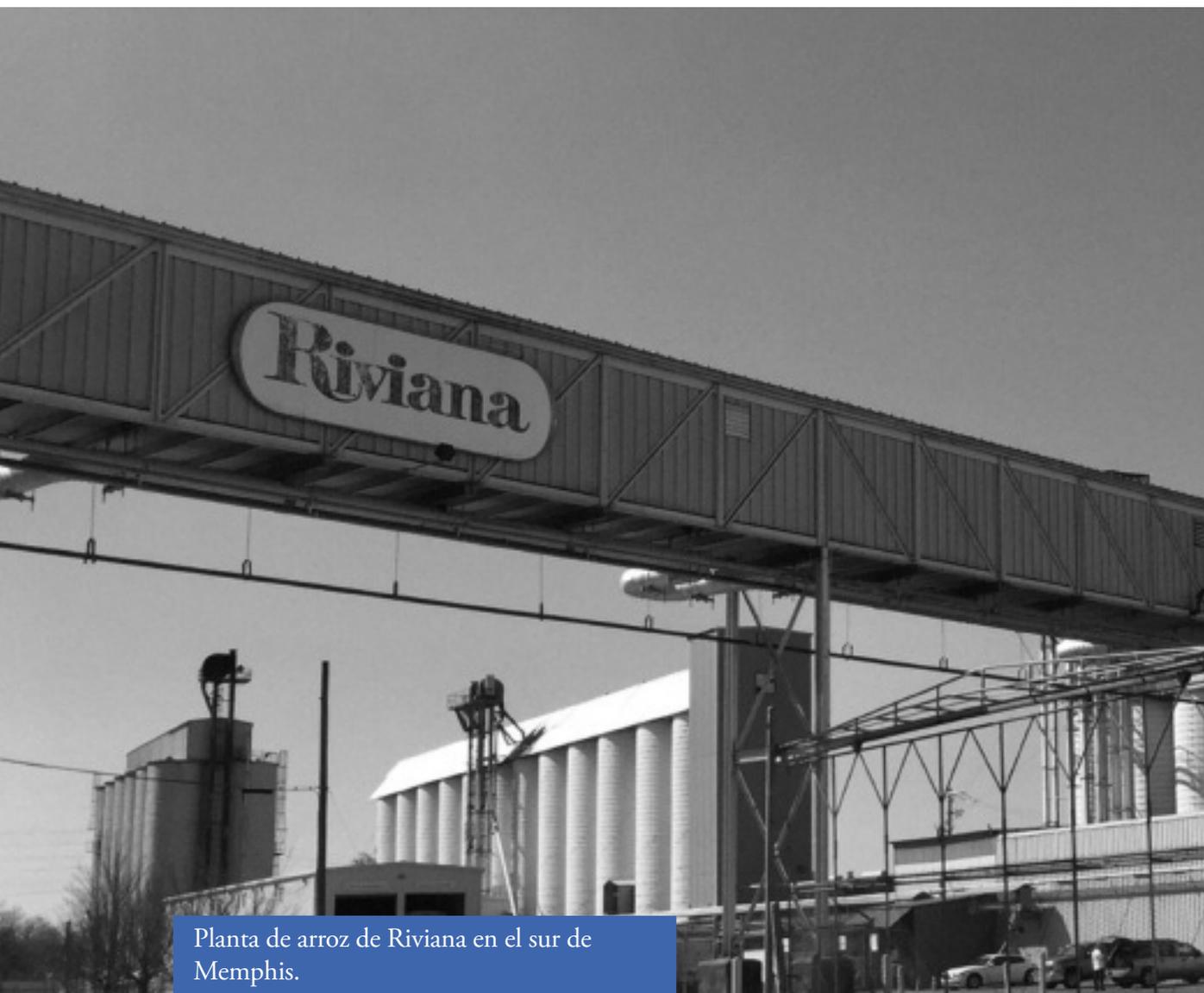
***Sus oficinas centrales se ubican en Houston, Texas, y dispone de un amplio parque industrial, con 14 plantas productivas modelo situadas en Memphis, Freeport, Carlisle, Brinkley, Hazen, Crowley, Alvin y Clearbrook para el Área de Arroz; y St Louis, Winchester, Fresno, Memphis, Delta, Hamilton y Montreal para la División de Pasta***

---

Ebro North America (ENA), denominación interna con la que designamos el conjunto de negocios que el Grupo Ebro tiene en Norteamérica, representa la mitad de la cifra global de ventas del Grupo Ebro; cuenta con una plantilla superior a 1800 profesionales, factura más de 1000 millones de euros y genera más de 170 millones de euros de EBITDA.

Sus oficinas centrales se ubican en Houston, Texas, y dispone de un amplio parque industrial, con 14 plantas productivas modelo situadas en Memphis, Freeport, Carlisle, Brinkley, Hazen, Crowley, Alvin y Clearbrook para el Área de Arroz; y St Louis, Winchester, Fresno, Memphis, Delta, Hamilton y Montreal para la División de Pasta. Para la modernización de dicho parque industrial, Ebro ha invertido cerca de 294 millones de euros en los últimos 10 años.

ENA desarrolla sus principales áreas de actividad, el arroz y la pasta, en todos sus segmentos y categorías: desde las más tradicionales, al fresco, el *convenience*, el orgánico, el *healthy food* o las especialidades; en ambas áreas de negocio, el Grupo ostenta una importante posición de liderazgo y ha sido pionera en el desarrollo de productos muy



Planta de arroz de Riviana en el sur de Memphis.

innovadores, como los vasitos de arroz para microondas de Minute Rice o la pasta sin gluten de Ronzoni.

Desde nuestro desembarco, el Grupo ha procurado trasladar e impregnar a ENA del ADN de Ebro, con el objetivo de convertirla en una empresa ágil en la toma de decisiones, prudente en la gestión, sólida, eficiente, sostenible e innovadora.

Otro rasgo que quisimos definir para su perfil fue el de la diversidad. En este sentido, al frente del equipo de profesionales se situó a Mr. Bastiaan de Zeeuw, hasta entonces director general de la filial belga del Grupo, y se instauró el equipo global de IT del Grupo Ebro en la sede de Houston; desde allí, este equipo de profesionales, formado por una plantilla

fundamentalmente española, da servicio a toda la compañía en sus distintas ubicaciones en el mundo.

La perfecta simbiosis que ha habido entre el Grupo Ebro y ENA, el amplio *know-how* que tenemos del mercado estadounidense, gracias a todos estos años de experiencia, y las inmensas oportunidades que ofrece este gran mercado, han sido, sin duda, los factores que han contribuido decisivamente a que hoy seamos un actor destacado del mismo, en el ámbito alimentario, y a que nuestra aventura norteamericana esté resultando un éxito. Es un mercado en el que nos sentimos muy cómodos y en el que si surgen oportunidades, seguiremos creciendo.

## Francisco Javier Rupérez Rubio

Licenciado en Derecho y Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid.

Dentro de su actividad política destacan el haber formado parte de la Unión de Centro Democrático (UCD), dirigida por Adolfo Suárez, de la que fue miembro de su comité ejecutivo y secretario de Relaciones Internacionales. En 1989, Javier Rupérez facilitó la integración de la Democracia Cristiana en el recién creado Partido Popular, partido del que fue vicepresidente y miembro del comité ejecutivo hasta el año 2000. Asimismo, ha sido diputado o senador desde 1979 hasta el año 2000. Como diplomático ejerció como Embajador de España ante la OTAN, inmediatamente después de la entrada de España en la Alianza (1982). Fue Embajador de España en EE.UU. entre 2000 y 2004, año en el que a su vez fue elegido director ejecutivo del Comité contra el Terrorismo del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas en Nueva York.

Embajador de España en  
Estados Unidos



Twitter: @JavieruperezEmb



# El lobby AMERICANO del separatismo CATALÁN

Francisco Javier Rupérez Rubio

**E**l lobista en el sistema legal americano es el representante de intereses públicos extranjeros encargado por estos, y a sueldo de los mismos, para influenciar decisiones de las instituciones de los Estados Unidos a favor del ente representado. Es una actividad legítima, cuidadosamente regulada a través del conocido FARA, “Foreign Agents Registration Act”, que desde 1938 establece las normas al respecto. Uno de los principales aspectos de esa regulación consiste precisamente en la publicidad que la misma recibe: cualquier ciudadano puede acceder a la página electrónica del Departamento de Justicia y, bajo las siglas en cuestión, examinar los detalles del lobby por el que haya mostrado interés.

La llamada “Catalonia Delegation USA, Inc.” se inscribió en el sistema FARA en 2014, figurando su domicilio en Nueva York, aunque el que aparecía como jefe de la

delegación tuviera su oficina en Washington D.C., precisamente en un edificio de la calle K en la esquina con la calle 11, el lugar preferido en la ciudad para albergar los despachos de lobbyists. Estaba dirigida por Andrew Davis, en un principio acompañado por una secretaria, Mireia Rozas-Simón, que también solía figurar como adjunta al jefe de la delegación. Aquel, Davis, percibió en 2014 un salario anual de 131.214 \$. Rozas-Simón fue retribuida con 55.000 \$. En 2015 aparece también como adjunto al jefe de la delegación Xavier Vila, al que se le asigna un salario de 70.000 \$ anuales. Rozas-Simón deja la delegación separatista catalana en 2017, en el momento en que brevemente la delegación contrata los servicios del C. G. Emanuel Group, de Carolina del Norte, y a Chris Emanuel, en una relación mantenida solo durante un mes y por el que reciben 5.504 \$<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Para consultar la información disponible en el Foreign Agents Registration Act del Departamento de Justicia de los Estados Unidos, se debe entrar en <https://www.fara.gov> y una vez en la página correspondiente acceder en Fara Home a Document Search. En la casilla Document Type, seleccionar ALL y en Registrant Name seleccionar Catalonia. Las entradas allí reseñadas cubren desde el 7 de abril de 2014 hasta el 11 de octubre de 2017, momento en el que el lobby registra su máxima actividad. En registros anteriores Davis ya aparecía en 2008 como lobista catalán, pero obviamente todavía no había desarrollado la capacidad de acción que más tarde tuvo.

## *Los enviados del gobierno regional de Cataluña reconocen haber realizado actividades y prestado servicio a la institución extranjera denominada “the Government of Catalonia”*

Según las informaciones contenidas en los archivos del FARA, que recogen los datos que han sido sometidos por los responsables del grupo separatista catalán, los gastos totales incurridos por sus actividades entre 2014 y 2017, y que incluyen salarios y *office expenses*, son los siguientes: 58.600,05 \$ en 2014; 551.530,00 \$ en 2015; 790.239,06 \$ en 2016; y 104.646,70 \$ hasta el 3 de marzo de 2017. Lo que arroja una suma total de 2.032.015,81 \$ hasta esa última fecha. Hay que recordar que la susodicha delegación nunca ha contado con más de tres personas, siendo solo dos las que en los últimos registros figuraban como trabajando para la misma. En los formularios del FARA la delegación separatista catalana reconoce que tales cantidades provenían del “Government of Catalonia”.

En los apartados correspondientes del formulario, los enviados del gobierno regional de Cataluña admiten haber realizado actividades y prestado servicio a la institución extranjera denominada “the Government of Catalonia”, y en los anejos correspondientes detallan esos movimientos. Así, en el segundo semestre de 2016, Davis o sus acólitos mantuvieron al menos veinte entrevistas con diversos sectores y personas de la vida pública americana. Entre los contactados, en un contexto que se describe como el de “US-Catalonia Relations”, o “Massachusetts-Catalonia Relations”, o “California-Catalonia Relations”, según el lugar de empleo de la persona visitada, figuran tres

congresistas federales –Marino, Rohrabacher y Weber– varios ayudantes de congresistas, senadores federales y estatales, y altos funcionarios en las oficinas del gobernador de California y del alcalde de Nueva York. Cabe incluso reseñar la visita que realizó Davis a Spencer. P. Boyer, que aparece descrito como “National Intelligence Officer for Europe” en el “National Intelligence Council”. En el primer semestre de ese mismo año, Davis se había entrevistado varias veces con Charles Bouldin, analista de política exterior para España en el Departamento de Estado, con ayudantes legislativos de los senadores y representantes Ron Johnson, Robert Menéndez, Tom Marino, Dave Trott, Curt Clawson y Stephen F. Lynch, con otros letrados del Congreso americano en los comités de asuntos exteriores y, de nuevo, con funcionarios próximos al gobernador de California y al alcalde de Nueva York.

Para la segunda mitad de 2015, Davis había dado noticia al FARA de una actividad que incluía más de cincuenta contactos y entrevistas entre los que llaman la atención las mantenidas con Mary Elizabeth Madden y, en más de una ocasión, con Miriam L. Awad, ambas sucesivamente responsables de la oficina de España en el Departamento de Estado. Ya habían aparecido las entrevistas con el congresista republicano Dana Rohrabacher junto a las mantenidas con el también congresista Reid Ribble y un número importante de las realizadas con los colaboradores de congresistas y senadores federales: Coons, Sires, Lowenthal, Issa, Castro, Weber, Salmon, Zeldin, Cook, Markey, Frankel, Curbelo, Marino, Trott, Weber, Brooks y Johnson. Durante el primer semestre de ese mismo año de 2015, Davis y sus ayudantes habían mantenido contactos, y son más de treinta los que relatan, con la ya citada Mary Elizabeth Madden, del Departamento de Estado, a la que visitan en más de una ocasión, con los directores del *staff* de los congresistas Mario Díaz Balart e Ileana Ros Lehtinen, ambos republicanos, de nuevo con varios altos funcionarios de la oficina del gobernador Brown de California e incluso con él mismo, con ayudantes del senador Corker, con Marcos



El senador Tim Kaine del partido demócrata.

Mandojana, cónsul general de los EE.UU. en Barcelona, con el jefe de gabinete del senador Tim Kaine<sup>2</sup>, con los congresistas Grayson y Meadows y con varios responsables de las comisiones de asuntos exteriores en la Cámara de Representantes y en el Senado y con varios encargados de temas económicos en los estados de Massachusetts y California. Los archivos muestran también variadas entrevistas que representantes del lobby separatista mantuvieron en Madrid con funcionarios de la Embajada de los Estados Unidos.

Entre los políticos, senadores y congresistas, con los que el lobby separatista mantuvo contactos, son mayoría los pertenecientes al Partido Republicano, aunque no faltaran miembros del Partido Demócrata –entre ellos, el senador Tim Kaine, el congresista Joaquín Castro, el senador Ed Markey, la congresista Lois Frankel y el senador Bob Menéndez<sup>3</sup>. Analizando los orígenes de los entrevistados se puede observar una cierta preferencia por aquellos con orígenes hispanos, militancia republicana y/o residencia en Florida. Quedan ya anotados Díaz Balart y Ros

Lehtinen a los que hay que añadir Carlos Curbelo y Lois Frankel. Recientemente el Hispanic Caucus del Congreso, mayoritariamente dominado por miembros del Partido Demócrata, rechazó la pretensión de Carlos Curbelo de formar parte del mismo, aparentemente por su rechazo a la reforma sanitaria del presidente Obama.

Lo que FARA revela sobre las actividades del lobby separatista catalán muestra la incesante actividad que su pequeño cuerpo funcional de la Generalidad separatista ha venido desarrollando en los últimos cuatro años. Davis supo acceder a niveles significativos de la vida política americana, en un esfuerzo por hacer llegar su mercancía secesionista. Evidentemente, los datos del FARA no permiten conocer el alcance e influencia que tuvieron sus intentos pero sí han quedado registrados algunos de sus más dañinos aspectos. Las repetidas entrevistas del separatista Davis con el jefe de gabinete del senador Corker, presidente de la Comisión de Asuntos Exteriores del Senado y figura tan controvertida como influyente en el seno del

<sup>2</sup> Kaine fue el candidato a la Vicepresidencia del país en la candidatura demócrata que encabezaba Hillary Clinton para las elecciones de 2016 y habla fluidamente el español, adquirido en sus tiempos de joven cooperante en Centroamérica.

<sup>3</sup> Caygle, Heather. “Hispanic Caucus denies membership to Republica Curbelo”. *Politico*, 16 de noviembre de 2017. <<https://www.politico.com/story/2017/11/16/congressional-hispanic-caucus-deny-carlos-curbelo-244977>>



Mary Ann Peters, directora de la Fundación Carter.

Partido Republicano, se tradujeron en manifestaciones del propio senador que las autoridades diplomáticas españolas consideraron necesario cortar de raíz.

Y las torcidas opiniones que el 13 y el 14 de septiembre vertieron sobre el tema catalán las portavoces respectivamente del Departamento de Estado y de la Casa Blanca, cierto es que en gran parte debidas a la ignorancia de ambas funcionarias, no pueden ser completamente aisladas de los esfuerzos del lobby separatista. Claro que fue el mismo presidente Trump, con ocasión de la visita a Washington del presidente del Gobierno Mariano Rajoy pocos días después, y las mismas portavoces en ocasiones posteriores y ya debidamente aleccionadas, los que corrigieron ampliamente el tiro y proclamaron sin reservas su apoyo a la unidad de España<sup>4</sup>.

Pocos meses antes el lobby separatista catalán había organizado cuidadosa y cautelosamente una visita a los Estados Unidos

del entonces presidente de la Generalidad de Cataluña Carlos Puigdemont al expresidente Jimmy Carter en Atlanta, lugar donde está situada la fundación benéfica del antiguo mandatario americano. Debidamente alertados de la visita y de sus propósitos, y aun sabiendo que la entrevista ya estaba concertada, la acción institucional española se concentró en impedir que la ocasión no tuviera ninguna repercusión pública, en lo gráfico o en lo escrito. Varias fueron las gestiones oficiales y oficiosas realizadas al respecto. La mía se concretó en un mensaje – texto incluido al final de este artículo– dirigido a la que fuera embajadora americana Mary Ann Peters, directora de la Fundación Carter, en la que le hacía ver el carácter perverso de la visita del catalán y sus consecuencias eventualmente muy negativas para las relaciones entre España y los Estados Unidos.

Seguramente fue uno más entre los esfuerzos desarrollados en aquel momento y, en este caso, obteniendo el resultado buscado: la

<sup>4</sup> Gizzi, John. "Spain's Former Ambassador to U.S. Rips White House, State Dept. Comments on Catalonia Secession As 'Ignorance'". *Newsmax*, 26 de julio de 2017.



entrevista tuvo lugar pero de ella no quedó ninguna constancia. Pero era una de las adicionales muestras de las capacidades de movimiento y agitación que había demostrado el lobby separatista financiado por la Generalidad de Cataluña y dirigido por Andrew Davis.

Las actividades del lobby separatista en los Estados Unidos llegaron a su final en octubre de 2017, inmediatamente después de la decisión del Gobierno español de poner en práctica el artículo 155 de la Constitución. Las últimas actuaciones del lobby, tal como quedan reflejadas en los registros del FARA, se limitan al envío de material escrito proveniente de la Generalidad de Cataluña y relativo todo él a los acontecimientos de aquel momento: referéndum ilegal, declaración de independencia, y manifiesto de Puigdemont. Son comunicaciones dirigidas a lo que normalmente debería ser la lista de beneficiarios del lobby, aunque tal información no figura en el registro. La oficina de Davis ha sido clausurada y despedidos sus integrantes, aunque las funciones puramente de relación comercial de la oficina catalana, contempladas como legales en el Estatuto de Autonomía, siguen desarrollándose.

Más allá de las actividades directamente relacionadas con el lobby en su forma regulada por el Departamento de Justicia y publicado en el FARA, otras proyecciones catalanas en mayor o menor medida asociadas con una voluntad decidida de hacer valer planteamientos políticos de los grupos nacionalistas, son también, aunque sea brevemente, reseñables. La página web de la publicación *El Nacional CAT*, por ejemplo, informa en su número correspondiente al 11 de septiembre de 2017 que son 21 las universidades americanas donde existen centros de enseñanza y

estudio del catalán<sup>5</sup>. El texto señala asimismo que una parte de los gastos de los docentes en esas universidades está cubierto con aportación del Institut Ramon Llull, una entidad pública catalana que contaba en el año 2017 con un presupuesto de 8.395.234,57 euros, en su práctica totalidad aportados por las consejerías autonómicas de cultura y enseñanza<sup>6</sup>.

Durante el año 2013 la Cátedra Príncipe de Asturias de la Universidad Georgetown, en Washington, estuvo ocupada por la catedrática catalana Clara Ponsati. La cátedra está financiada por la Fundación ENDESA y sus titulares, escogidos para desempeñar sus funciones durante un curso, ampliable a dos, lo son por un comité en el que figuran los representantes del Ministerio español de Educación y Cultura. La señora Ponsati, durante su estancia en la capital americana y en declaraciones realizadas a varios medios de comunicación, se proclamó partidaria de la independencia de Cataluña, lo cual, con cierta lógica, llevó a la decisión tomada por el Gobierno español de impedir que prorrogara su estancia en la universidad jesuítica<sup>7</sup>. Clara Ponsati fue nombrada en julio de 2017 consejera de Cultura en la Generalidad catalana, entonces presidida por Carlos Puigdemont. En una rueda de prensa televisada el septiembre de ese mismo año la consejera, extitular de la Cátedra Príncipe de Asturias, tuvo que interrumpir su presentación en español al reconocer que no tenía fluidez en el idioma<sup>8</sup>.

En el caso reseñado de los congresistas cubano americanos asiduamente visitados por Davis y sus ayudantes, las propuestas separatistas encontraron amplio eco y apoyo debido, según los mismos congresistas, a la irritación que les

<sup>5</sup> Nerín, Gustavo. “Es más fácil estudiar catalán en la universidad de EE.UU. que en la de la España castellanohablante”. *El Nacional*, 11 de julio de 2017. <[https://www.elnacional.cat/es/cultura-ideas-artes/estudiantes-catalan-universidad\\_173466\\_102.html](https://www.elnacional.cat/es/cultura-ideas-artes/estudiantes-catalan-universidad_173466_102.html)>

<sup>6</sup> Institut Ramon Llull <<https://www.llull.cat/catala/home/index.cfm>>

<sup>7</sup> “Una profesora catalana en Georgetown insulta a España y se queja de que la echen”. *Libertad Digital*, 25 de abril 2013. <<http://www.libertaddigital.com/espana/2013-04-25/una-profesora-espanola-en-georgetown-pide-la-independencia-de-cataluna-1276488471/>>

<sup>8</sup> “La consellera de ensenyanza de la Generalitat se disculpa por quedarse sin palabras en castellano durante una rueda de prensa”. *Antena 3*, 1 de septiembre de 2017. <[http://www.antena3.com/noticias/espana/la-consellera-de-ensenanza-pide-disculpas-por-quedarse-sin-palabras-en-castellano-durante-una-rueda-de-prensa\\_2017090159a99dcf0cf27a5b1bcc4723.html](http://www.antena3.com/noticias/espana/la-consellera-de-ensenanza-pide-disculpas-por-quedarse-sin-palabras-en-castellano-durante-una-rueda-de-prensa_2017090159a99dcf0cf27a5b1bcc4723.html)>

producía la actitud supuestamente benévola del Gobierno español con respecto a la Cuba castrista. Es interesante anotar en ese contexto el sorprendente artículo publicado en el diario de *Miami Nuevo Herald* en diciembre del año 2017 por el conocido periodista y escritor de origen cubano y habitual residente en Madrid, Carlos Alberto Montaner, en la actualidad presidente del Interamerican Institute for Democracy en Miami, proponiendo que la cuestión catalana sea resuelta por un divorcio amistoso entre España y la región díscola<sup>9</sup>. Si hubiera sido directamente encargado por el aparato de comunicación y propaganda de la Generalidad no lo hubiera escrito de otra manera.

Otro personaje a tener en cuenta en el despliegue de simpatizantes separatistas en los Estados Unidos es el muy conocido Arthur Brooks, presidente del influyente *think tank* conservador America Enterprise Institute, buen conocedor de Cataluña por sus anteriores actividades profesionales y casado con catalana independentista. Ferviente partidario de la secesión regional, Brooks ha terminado por condicionar sus relaciones con el mundo político o intelectual español a sus convicciones separatistas. El que fuera corresponsal de *La Vanguardia* y de *El País* en Washington, Marc Bassets, describe con precisión al personaje en su reciente libro *Otoño americano*<sup>10</sup>. Y en el catálogo por necesidad breve de tales caracteres cabe añadir el de Arturo Sarukhan Casamitjana, que fuera embajador de Méjico en los Estados Unidos a final de la primera década del 2000 y que, seguramente influido por el origen materno filial, de indudable raíz catalana y resultado del exilio durante la guerra civil española, profesa sentimientos separatistas tan profundos como lo son sus sentimientos antiespañoles. El ex embajador trabajó un tiempo en la conocida firma de relaciones públicas y consultoría Podesta y actualmente, en niveles no muy conocidos, dirige su propia empresa similar. Ambos, en sus diferentes perspectivas y alcances,

---

*Bien mirado,  
todo es lobby,  
y los separatistas  
catalanes en los  
Estados Unidos  
han sabido  
aprovecharlo al  
máximo de sus  
posibilidades*

---

han sido mercancía habitual y apreciada por el separatismo catalán en los Estados Unidos, bien en la formalidad del lobby que el FARA reconoce, o en la informalidad de los que, sin figurar en él, están dispuestos a echar una mano. En el fondo, y si bien se mira, todo es lobby, y los separatistas catalanes en los Estados Unidos han sabido aprovecharlo al máximo de sus posibilidades. Hasta que el Gobierno español decidió impedir el flujo de los fondos provenientes del fisco nacional con el que se estaba subvencionando la ruptura constitucional. Todos los datos aquí recogidos, y otros que seguramente irán apareciendo en sucesivas investigaciones, constituyen el armazón de una experiencia imprescindible: la de conocer en detalle las manipulaciones de los que estiman su derecho a la reclamación tribal. O lo que es lo mismo: cómo a través del FARA se adquiere la sabiduría.

<sup>9</sup> Montaner, Carlos Alberto. "Ensayo para un divorcio civilizado". *El nuevo Herald*, 15 de diciembre de 2017. <<http://www.elnuevoherald.com/opinion-es/opin-col-blogs/carlos-alberto-montaner/article190009834.html>>

<sup>10</sup> Bassets, Marc. *Otoño Americano*. Barcelona: Editorial Elba, 2017, pp. 93-97.



Arthur Brooks, presidente del America Enterprise Institute.

### *Carta a Mary Ann Peters, directora de la Fundación Carter 4/12/ 2017*

“I am writing to you on a matter of concern for the Spanish Government and people.

I have learned that in the very near future Mr. Puigdemont, the Head of the Catalan Regional Government, will be visiting the Carter Center in Atlanta, to participate in a conference dedicated to the situation in Colombia.

As you probably know, Mr. Puigdemont's expertise in Colombian matters is non-existent and most likely you have already been informed by the Spanish Embassy in Washington DC of the Catalan politician's intentions, which are to transmit back to Catalonia the impression that he and his separatist colleagues are receiving an audience and help from distinguished international figures, in this particular case, from those associated with the Carter Center and from President Carter himself.

Mr. Puigdemont activities, which have been rebuked by the Spanish Constitutional Court several times, intend to promote the breaking up of Spanish national unity, as it is

described in the 1978 Spanish Constitution. This would bring about instability and confusion in our country and in the rest of Europe at a time when such criminal moves can in no way be justified: never before have Spaniards, including Catalonians, experienced more freedom, justice and prosperity in our history than today.

The Spanish Government has asked me to join them in their concern and I do so wholeheartedly, recalling the times when President Carter threw his support to nascent Spanish democracy in 1977, when Prime Minister Suarez visited Washington DC, and I was his Chief-of-Staff, and later on, when as Spanish Ambassador to Washington I visited with President Carter in Atlanta to obtain from him, as we did, understanding and help in our fight against the terrorism of ETA.

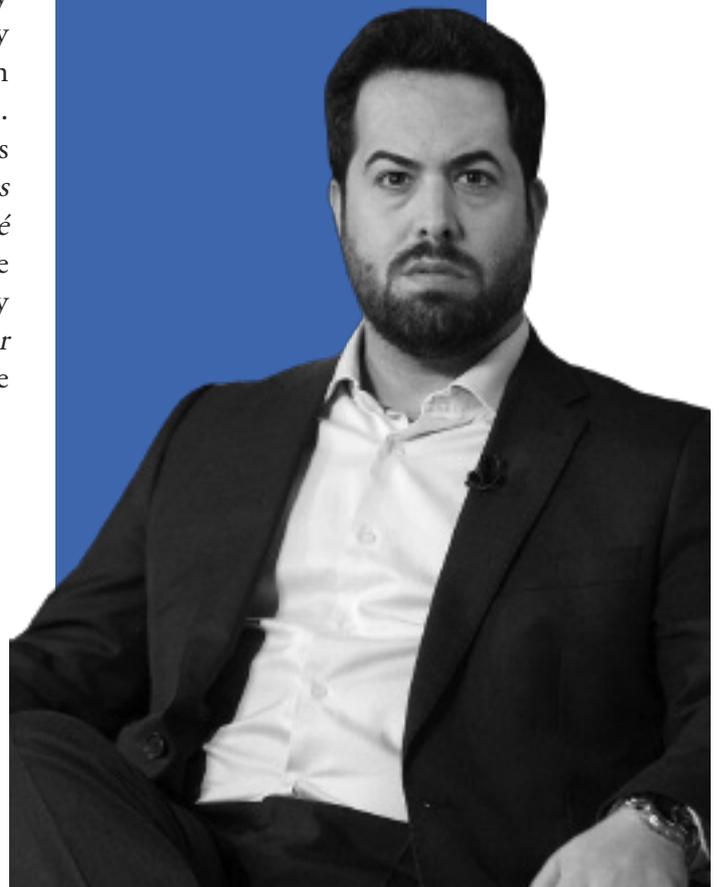
I am sure you would understand and share our concern not to let the separatists give the impression that the outside world shares or promotes their misguided and unjustified claims. It is in this spirit that I have taken the liberty to write to you. Indeed, I am ready and willing to share with you at the Carter Center, and with President Carter himself if he wishes so, all the information and details you may need.”

## Francisco Carrillo

Licenciado en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid y licenciado en Historia por la Universidad de Córdoba.

Consultor político y asesor de comunicación política y empresarial. Escritor y entrenador de discursos y oratoria pública de candidatos políticos, gobernantes, directivos y empresarios. Experto en estrategia de discurso en campaña electoral, gestión de gobierno y comunicación de crisis. Ha trabajado y desarrollado estrategias de comunicación para organizaciones y multinacionales. Autor de varios libros, entre los más vendidos: *Tus gestos te delatan*, *Las claves para ser un buen comunicador*, y *El porqué de los populismos*. Creador de la Escuela de Jóvenes Oradores, profesor de másteres y posgrados en varias universidades. *Speaker* y articulista en prensa nacional e internacional.

Director de La Fábrica de Discursos



Twitter: @francarrillog



# Lobbies: un acercamiento a LA REALIDAD DE SU INFLUENCIA en la política norteamericana

Francisco Carrillo

**L**a figura del lobista, tan controvertida para la opinión pública por su polémica oscuridad en Europa, es, sin embargo, necesaria en un país como Estados Unidos para el buen funcionamiento de la democracia. Desde su establecimiento aún no normativo, pero sí factual, a finales del XVIII en aquel país, la frontera entre política y empresa se acorta gracias a la labor de firmas que se acercan al poder legislativo para influir, presionar y posicionar los intereses de sus clientes a la hora de modificar leyes o mantener su posicionamiento empresarial o ciudadano. Cómo funciona el lobby y su influjo en la política norteamericana es el objetivo que desea esclarecer este artículo en las próximas páginas.

1

## *El lobby. Su origen e importancia en Estados Unidos*

**L**a leyenda atribuye a Ulysses S. Grant el origen del término lobby, desde que, recién nombrado presidente de Estados Unidos en 1869, empezara a recibir periódicamente a un

nutrido grupo de ciudadanos en las dependencias del célebre Hotel Willard, un enclave cercano a la Casa Blanca donde se relajaba bebiendo licores de alta gama y fumando cigarrillos de exportación. Estos ciudadanos, representantes a su vez de otros y portavoces de causas justas y también perdidas, le trasladaban a Grant sus problemas y cuitas cotidianas. Ahí se institucionalizó una labor que, sin embargo, y de acuerdo con la historiografía, sitúa el origen del término a mediados del siglo XVIII en la Inglaterra del parlamentarismo, precisamente por mor de una prohibición que entonces existía: el ciudadano tenía vetado el acceso a la Cámara de los Comunes, por lo que, cualquier demanda, sugerencia o petición a los diputados se realizaba en los pasillos (lobby en inglés) contiguos de la Cámara. Ahí empezó a fraguarse una actividad que debe sin embargo su auge y su consolidación moderna a las primeras relaciones que, al otro lado del Atlántico, tuvieron en el Capitolio del estado de Nueva York en la década de los treinta del siglo XIX, hasta llegar a la célebre calle K en el Washington actual, donde se influye decisivamente en los pormenores de la política norteamericana y mundial.



Fachada de el Capitolio en Washington D. C.

Hogaño, el término *lobby* se ha normalizado hasta considerarse una práctica de habitual consumo entre representantes políticos y empresariales, quienes buscan el maridaje perfecto entre sus intereses y la influencia que pueden ejercer sobre el legislador para que aquellos salgan fortalecidos. Así, el tejido de dichas relaciones entre los que escuchan y los que desean ser escuchados, que es en definitiva como podemos definir la actividad que nos ocupa, basa en la vía persuasiva su *modus operandi* en las reuniones privadas que entre ambas partes se desarrollan. A diferencia de Europa, donde el término parece articularse como vía que explica el proceder de determinados intereses empresariales en conseguir favores legislativos y políticos, en Estados Unidos se ha conseguido asentar como una praxis necesaria para que los ciudadanos se informen de cómo se gastan el dinero las firmas que apoyan o con quién se reúnen sus legítimos representantes políticos.

Que no se vea contraproducente esa relación entre ciudadanos, representantes de empresas y legisladores obedece a la máxima

norteamericana acerca de la defensa y protección de la libertad de expresión y de reunión, recogida en la Primera Enmienda de la Constitución del país. Así reza el “derecho de petición (*Right to petition*) al gobierno para la reparación de agravios”, asentando los cimientos del *lobbying* actual, parte fundamental del desarrollo de la democracia norteamericana desde su origen en los tratados coloniales, aunque uno de los Padres Fundadores de la democracia norteamericana, James Madison, se afanó, sin demasiada fortuna, en limitar el poder de los intereses particulares sobre el legislativo.

Más allá de la connotación despectiva y peyorativa que se le atribuye al término *lobby* y al conjunto de grupos de presión fuera de Estados Unidos, es pertinente definirlos como un conjunto de personas que, en beneficio de sus propios intereses, influye en una organización, esfera o actividad social, mientras que *lobby, stricto sensu*, sería “todo grupo de personas influyentes, organizado para presionar en favor de determinados intereses”. La diferencia, como bien han apuntado expertos



*La ley obliga a estos profesionales de la influencia a registrarse e identificarse ante Congreso y Senado, aportando toda la información posible sobre las relaciones entre cliente y contratado*

como el profesor Rubio Núñez, es “cuando un grupo de interés se convierte en grupo de presión al interferir en los procesos de ámbito político”.

Es preciso recordar que, en todo grupo de interés prima, por encima de todo, influir en los mecanismos de toma de decisiones políticas, para conseguir con ello beneficiar a su cliente de los resultados y/o consecuencias de dichas decisiones. En modo alguno busca consolidarse un grupo de interés o de presión como poder político ya que, salvo excepciones que han vulnerado normas y leyes federales, la praxis de un lobby fundamenta el propio concepto democrático en el cual se asientan los principios fundacionales de la nación. Esa idea refuerza que sean muchos ciudadanos quienes, a título privado, financian organizaciones, asociaciones o empresas, buscando posicionarse en contextos determinados de cambio político. Y es algo lógico y entendible, ya que los ciudadanos quieren formar parte de las normativas que les afectan. La nítida frontera entre la labor sospechosa como el acceso libre al poder público es un permanente debate no solo en Estados Unidos, sino en el conjunto de Estados contemporáneos donde los lobbies ejercieron un papel importante en su configuración y desarrollo.

Si proseguimos en la historia reciente de la actividad, conviene subrayar que la primera de las resoluciones que reconocía y exigía el registro de los lobistas se adoptó en 1876 en la Cámara

de Representantes. Desde entonces, es una actividad protegida por la ley, que registra la labor de mediación que las empresas realizan, contratadas para conectar diferentes intereses e influir en el poder legislativo en beneficio de su cliente. Ya entrado el siglo XX, y tras décadas de conflictos sobre el asunto, se aprueba la Federal Regulation of Lobbying Act (FRLA) en 1946, definida entonces por expertos juristas como ambigua por su redacción inconclusa e inexacta. Ello motivó un limbo legal que no impidió sin embargo que la actividad lobista se continuara ejerciendo, hasta que en 1995 la Lobbying Disclosure Act (LDA) aterriza las dudas surgidas con la FRLA y definía como lobistas profesionales a todos aquellos que desempeñaban y desarrollaban labores de lobby en favor de un tercero. Con ello se reconocía a todo un sector cuyos esfuerzos por influir en el proceso de toma de decisiones públicas alcanzaban un tamaño importante.

Digamos que no se ve mal -todo lo contrario- que los lobistas sean pagados con jugosas remuneraciones por desarrollar acciones de influencias y relaciones públicas sobre funcionarios federales. De hecho, la LDA distinguía entre hacer lobby y ser lobista según su actividad concreta para empresas especializadas en dicha actividad o con un particular y concreto objetivo. El propio Congreso reconoció que la labor de los lobistas ayudaría a incrementar la confianza pública en la acción del Gobierno. Por eso, dicha ley obliga a estos profesionales de la influencia a registrarse e identificarse ante Congreso y Senado, aportando toda la información posible sobre las relaciones entre cliente y contratado. Registrarse no implica una acción posterior segura, sino el derecho y la posibilidad de “hacer lobby” es decir, tanto iniciar contactos como, una vez efectuados, mantenerlos y/o reforzarlos, algo que conlleva una ejecución posterior a través de informes, análisis, investigaciones y toda actividad en el que la contraparte final sea un representante legislativo. Mediante la Honest Leadership and Government Act (Ley de Liderazgo Honesto y Gobierno Abierto) que modificaba la LDA, se manifiesta la incompatibilidad de todos aquellos

ejercientes en cargo o actividad pública con trabajar directamente o indirectamente para un lobby. Unas restricciones que buscaban no repetir casos que recientemente han puesto en entredicho la transparencia que se requiere a actuaciones como las descritas, como el del lobista Jack Abramoff en 2006, acusado de corrupción y tráfico de influencias y en el que también se vieron envueltos congresistas, senadores y funcionarios del Capitolio.

## 2 *El Capitolio K*

No obstante lo anterior, un vistazo al registro del Senado nos permitirá observar el grado sumo de transparencia con el que actualmente se trabaja, que ya ha servido de modelo para otros países que desean regular una profesión tan controvertida, pero al mismo tiempo tan necesaria, como la del *lobbying*. En dicho registro se puede analizar la cantidad exacta que cada sector destina a estar presente en los corrillos capitalinos de DC. Los estudios e informes encargados y las diferentes reuniones que se establecen atestiguan una actividad incesante, una carrera por ver quién se coloca mejor y cuánto beneficio puede sacar para su cliente del posicionamiento obtenido. Aquí, la Cámara de Comercio ocupa la primera posición en cuanto a movimientos efectuados en los últimos dos lustros, tanto en inversión realizada como en informes y estudios encargados.

Hace ahora cuatro años, la Transatlantic Business Council ([transatlanticbusiness.org](http://transatlanticbusiness.org)) un conglomerado de compañías europeas y estadounidenses pertenecientes a diferentes sectores, reconoció haber trabajado intensamente en la aprobación del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Europa (TTIP por sus siglas en inglés). Fue el principal, pero no el único, consorcio internacional que hizo lobby en los pasillos del Capitolio para hacer valer su posición ante el TTIP. Como ella, miles de compañías pasan cada año horas y horas entre despachos y pasillos,

*Ser lobista es una de las actividades más demandadas por miles de jóvenes en todo el mundo, no solo en Estados Unidos. Digamos que es algo así como el bróker de la política*

mirando, hablando o interactuando con senadores, congresistas, asistentes y demás parafernalia de la política norteamericana.

Un buen ejemplo del influjo que ciertos lobbies ejercen en Washington lo demuestra la reciente entrada en vigor el pasado 1 de enero (2018) en el estado de California de la ley (aprobada en noviembre de 2016) que permite la venta legal de marihuana con objetivos recreativos, despenalizando así su uso y consumo. Una demanda que durante décadas ha recorrido la vida pública no solo californiana, sino de otros muchos estados del país, culminando el proceso que se inició hace dos décadas cuando la misma California legalizó el uso de la marihuana medicinal (ver más información sobre el lobby de la marihuana en [www.mpp.org](http://www.mpp.org)).

Con la reciente aprobación, se abre un mercado que muchos analistas y expertos no se atreven a cuantificar en cuanto a demanda y cantidad de millones de dólares recaudados, si bien todos coinciden en señalar a los grupos de influencia para la legalización de esta sustancia como clave fundamental en el éxito que ha

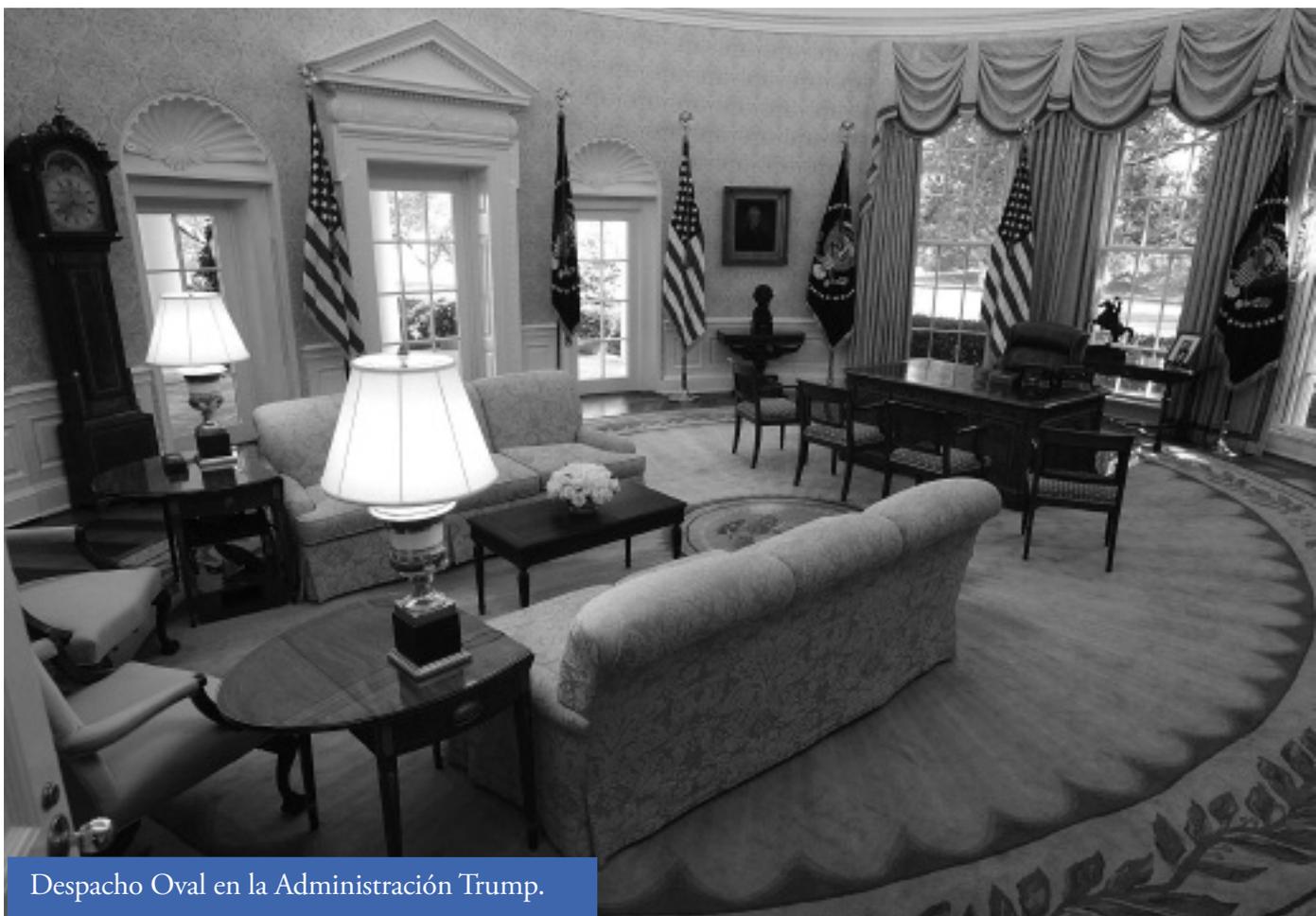


Reunión del Transatlantic Business Council.

culminado en la total despenalización. Una de las figuras esenciales en todo ese proceso fue Michael Correia, responsable de relaciones con el gobierno de la Asociación Nacional de la Industria del Cannabis ([thecannabisindustry.org](http://thecannabisindustry.org)). Correia vive prácticamente en el Capitolio, donde es muy conocido por su constante trabajo en favor de la legalización de esta sustancia. Allí pasea entre despachos, come habitualmente con congresistas y senadores y se ha fajado una reputación de persona respetable entre diferentes círculos. En realidad, su trabajo, como el de todo buen lobista, consistía en poner los cimientos para que cuando el edificio sea ocupado, ninguna ley pueda ordenar su derribo. O dicho de otra manera, sentar las bases, por lentas y costosas que sean, para que una vez aprobada una ley, su cliente se vea beneficiado sin mayores problemas en el futuro inmediato. Esta forma de proceder es la habitual. Ser lobista es una de las actividades más demandadas por miles de jóvenes en todo el mundo, no solo en Estados Unidos. Digamos que es algo así como el bróker de la política, en un trasunto del sueño de todo amante de las finanzas por pasar sus días y horas en el mundo de Wall Street.

Pero a diferencia del mundo permanentemente oscuro de las finanzas, el control frente a la opacidad que rige en la política y sociedad norteamericana permite conocer lo que pagan los lobbies, bajo denominaciones diversas, por ejercer una actividad concreta. Existen registros públicos que facilitan al ciudadano saber qué sucede de puertas hacia dentro del Capitolio, y también extramuros del mismo, como Open Secrets (<http://www.opensecrets.org/>) que se encarga de informar sobre responsabilidad y transparencia gubernamental. Así, conocemos que la industria sanitaria, farmacéutica y armamentística batieron registros de gasto en lobby en los últimos lustros para favorecer leyes y decisiones más acordes a sus intereses empresariales. La firma que se ha llevado la *pole position* en esta carrera de la presión y la influencia ha sido Patton Bogas, una firma de intermediación dedicada a posicionar a sus clientes en los mercados y ámbitos sanitarios y financieros.

Y es que la política actual de Washington, desde que en los ochenta se abriera en parte la veda de los negocios, ha acercado el mundo empresarial al Capitolio y a la Calle K.



Despacho Oval en la Administración Trump.

Los grandes debates públicos y legislativos empezaron a contar con grandes nombres empresariales, sobre todo desde la última etapa de la Administración Reagan y hasta el desembarco de Obama en la Casa Blanca. Invertir en influencia y en comunicación les resultó muy rentable a las grandes empresas del país. Abrir un despacho cerca del Congreso y a escasos metros de la Casa Blanca permite establecer un canal privilegiado de contacto e información filtrada con los responsables de promulgar leyes. Diferentes temas como la regulación del sistema financiero, la reforma sanitaria del programa Medicare o la reforma de la educación han movilizad o millones de recursos en los últimos años para apoyar una y otra causa.

De su funcionamiento se conoce sin embargo menos de lo que sería exigible y que con contumaz persistencia demandan asociaciones y colectivos ciudadanos, en parte porque ninguno de los implicados quiere ofrecer más información de la exigida por ley. De las

diferentes investigaciones hechas por expertos se concluye que en el precio que pagan las empresas a las firmas de lobby se incluye desde el contacto con el representante político de turno, hasta la elaboración de estudios, análisis, informes y argumentarios, o incluso redacción de proposiciones de ley. Algunas firmas cobran aparte las campañas a impulsar en medios de comunicación, donde se trabaja en convencer a la opinión pública de la pertinencia de que una causa se apoye o una ley salga adelante.

### 3 *Política lobby: dinero e influencia*

**P**aradójicamente, el mayor salto en la inversión de estos grupos de interés se produce con la llegada de Barack Obama a la Casa Blanca, en una relación de ida y vuelta en la que muchos lobbies quisieron marcarle la agenda al 44 presidente de los Estados Unidos.



## *El sector farmacéutico es el que más presión ejerce, seguido del sanitario, las aseguradoras y el sector relacionado con petróleo y gas*

Quizá por no poder cumplir parte de sus promesas electorales o rendido al poder real que estos grupos tenían en todo el entorno político, lo cierto es que sus hechos fueron más laxos que sus palabras, sobre todo si acudimos a las proclamas que lanzaba en contra del poder que los lobbies manifestaban cada día en la zona de Pennsylvania Avenue. Por ejemplo, en su libro, *La audacia de la esperanza*, donde señala: “Para mí no es lo mismo un grupo de presión empresarial cuya fuerza se basa exclusivamente en el dinero, que un grupo de individuos que sostienen las mismas ideas -ya sean trabajadores textiles, aficionados a las armas, veteranos o familiares de granjeros- y que se unen para defender sus intereses”. Toda una declaración de intenciones que se quedó en eso, en intenciones. Bien es cierto que endureció bajo su mandato las condiciones para que aquellos grupos pudieran ejercer su labor, reseñando las incompatibilidades pertinentes a su servicio y fiscalizando con más vehemencia su capacidad de actuación. Ello ha provocado que el número de 15.000 lobbies que aproximadamente había registrados a finales de 2007 se haya visto reducido de manera considerable.

Tras observar el comportamiento de las diferentes administraciones desde los años sesenta, se concluye que la inversión y gasto de las

empresas en firmas de lobby dependerá siempre del contexto en el que surge una particularidad: cuando hay un caso de matanza por el uso de armas, el lobby a favor de restringir la segunda enmienda de la Constitución invierte más que nunca en presionar el Congreso, mientras que su contraparte, encabezada entre otras referencias por la célebre Asociación Nacional del Rifle, se moviliza para defender el statu quo. Si hablamos por sectores, el que más presión ejerce actualmente, y por tanto más influye en la política de Washington, es el farmacéutico, seguido del sanitario, las aseguradoras y el sector relacionado con petróleo y gas, quienes llevan en el podio de los primeros puestos varias décadas. Un ejemplo del poder de este tipo de industrias sucedió en 2014, hace ahora cuatro años, cuando, tras la reforma sanitaria de Medicare y Medicaid y gracias a la presión de aseguradoras de salud como Blue Cross-Blue Shield (BCBS) la propia administración de Obama -intenciones son amores- modificó la misma, introduciendo cambios que dejaban libertad a los ciudadanos para continuar con sus planes médicos. Más de treinta informes presentados por BCBS y otras aseguradoras al cambio de ley constituyen un buen ejemplo de la praxis diaria que los lobbies efectúan sobre el componente político americano.

Aunque desde 2007 se haya alterado, en efecto, el poder *ad nauseam* de estos, asistimos a un incremento de la presencia de grupos de interés en los pasillos del Capitolio, cuya maquinaria presupuestaria aumentaba a medida que los resultados de su persuasión en la clase política se incrementaban consiguientemente. En la primera década del siglo actual, la inversión de los diferentes lobbies, tal como recoge el Center for Responsive Politics (CPR), se multiplicó, pasando de los 1.500 millones de dólares hasta los más de 3.500 millones de dólares. No obstante, las relaciones siguen siendo intensas y la reciprocidad entre élites empresariales y políticas están a la orden del día. Es lo que Lee Drutman, profesor de Ciencias Políticas de la Universidad John Hopkins denomina el “efecto bola de nieve”, que explica que las empresas, cuanto más lobby hacen, más intereses en juego desarrollan y por tanto, más necesidad de hacer



K street, Washington D.C.

lobby tienen para que esos intereses se vean satisfechos. De ahí que las reuniones entre políticos y lobistas sean constantes, en torno a un almuerzo, una cena o en un despacho. Con ello no se garantizan favores especiales, sino simplemente estar, tener al lado a alguien que puede cambiar una ley o influir para cambiarla.

Los lobbies en Washington no compran votos, compran tiempo con los que luego votan las leyes. Una labor de confianza y persistencia, tal y como la describe Drutman. Lo que en castellano castizo denominamos “pico y pala”, que no es otra cosa que insistir sobre los mismos temas, añadiendo ingredientes positivos o negativos en función de lo que se persiga. Si quiere que una ley salga adelante, el lobista potenciará sus poderosos efectos en la economía del país y el consiguiente aumento de los puestos de trabajo, amén del posicionamiento internacional y de reputación consiguiente de la administración y políticos que lo impulsen. Si el deseo del lobby y de la empresa que lo financia

es, por el contrario, que una ley no se apruebe, incidirá, con la misma convicción y pasión pero en sentido inverso, acentuando negativamente cada una de las parcelas afectadas.

## 4 *Conclusión*

**E**n su *Historia de los lobbies*, los profesores Caldevilla y Xifra atribuyen a los lobistas la función de “explicar de forma clara complejas cuestiones. Ellos deben entrar en discusiones personales con los miembros del Congreso a los que explican con detalle las razones de las posturas y posiciones por las que ellos abogan”.

Todo congresista y senador puede promover iniciativas individuales bajo proyectos de ley con objeto de satisfacer las demandas, necesidades, objetivos y motivaciones de los



votantes de su circunscripción, a los que representa por encima de los intereses de su propio partido. Ello ha facilitado la labor de esos grupos de interés que acuden a Washington con ánimo de ofrecerle a cualquier representante público un producto para su causa, sea de contenido social o medioambiental, económico o médico, de carácter nacional o internacional. Influir en Washington siempre ha sido, desde hace siglos, el gran motivo de las grandes corporaciones del mundo.

Esa influencia acaba finalmente por cortejar a congresistas y senadores, que, a modo de lo que aquí conocemos como puertas giratorias, acaban trabajando de forma directa o indirecta para lobbies después de dejar la administración pública. Una práctica común que no implica delito mientras no existan comisiones demostrables de por medio. La oscuridad que rodea al lobby y a su forma de hacer las cosas viene sobre todo mediatizada por la literatura y el cine que presentan a todo ejercicio de influir y presionar al gobierno como un siniestro trabajo de fontanería de dudosa enjundia ética y moralidad. Si bien es cierto que las empresas, cuando contratan estos servicios, lo hacen para cambiar opiniones, modificar leyes y beneficiarse de su proximidad al poder ejecutivo y legislativo, muchos ciudadanos en Estados Unidos, hay que volver a recordarlo, respaldan este ejercicio y aprueban, mientras cierto control administrativo se siga ejerciendo, su necesario funcionamiento.

## Bibliografía

Caldevilla, D. y Xifra J. *Historia de los Lobbies: una forma de escribir la historia*. 2013. <<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44371/41954>>

Clemens, Elisabeth S. *The People's Lobby: Organizational Innovation and the Rise of Interest-Group Politics in the United States*. University of Chicago: Chicago, 1997.

De Kieffer, D. *The Citizen's Guide to Lobbying Congress: Revised and Updated*. Chicago Review Press: Chicago, 2007.

Jerez, M. "Los grupos de presión", en Del Águila,

R. (Ed.), *Manual de Ciencia Política*, 2.ª ed., Trotta, Madrid, 2000.

Kaiser, R. y Crites, A. "Citizen K Street: How lobbying became Washington's biggest business. Big money creates a new capital city. As lobbying booms, Washington and politics are transformed". Publicado en *Washington Post*. 2007. <<http://blog.washingtonpost.com/citizen-k-street/chapters/conclusion/>>

Meysan, T. "La continuidad del poder en Estados Unidos, detrás de la Casa Blanca". 2008. Disponible en:

<[www.voltairenet.org/article155706.html](http://www.voltairenet.org/article155706.html)>

Rubio Núñez, R. "Los grupos de presión en España, una revisión pendiente", *Revista de las Cortes Generales*, núm. 55, 2002.

United States Code (U.S.C) Office of the Law Revision Counsel of the U.S. House of Representatives. Disponible en:

<<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/USCODE-2012-title2/pdf/USCODE2012-title2-chap26-sec1603.pdf>>

Xifra, J. *Lobbying: como influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas*. Gestión 2000: Barcelona, 1998.

## Recursos web

- ▶ [http://www.abc.es/economia/abci-lobbies-influencia-sombra-201603112258\\_noticia.html](http://www.abc.es/economia/abci-lobbies-influencia-sombra-201603112258_noticia.html)
- ▶ <http://gca.blogs.ie.edu/2014/02/la-ley-que-regula-el-lobby-en-estados-unidos-no-mejora-la-transparencia.html>
- ▶ C:/Users/Fran/Downloads/Dialnet-LosLobbiesEnElMarcoDeLaUnionEuropea-4724065.pdf
- ▶ <http://www.mass.gov/anf/research-and-tech/legal-and-legislative-resources/body-of-liberties.html>
- ▶ <https://www.archives.gov/founding-docs>
- ▶ [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/big-pot-rising-on-capitol-hill-nations-first-full-time-marijuana-lobbyist-makes-his-rounds/2014/03/24/dbc8c0c0-b07b-11e3-95e8-39bef8e9a48b\\_story.html?utm\\_term=.ebd24b0dac05](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/big-pot-rising-on-capitol-hill-nations-first-full-time-marijuana-lobbyist-makes-his-rounds/2014/03/24/dbc8c0c0-b07b-11e3-95e8-39bef8e9a48b_story.html?utm_term=.ebd24b0dac05)
- ▶ <https://www.foia.gov/index-es.html>
- ▶ <https://www.publicintegrity.org/?act=topcompanies>

Licenciada en Derecho por la UCM y Máster en Periodismo por la Universidad de Columbia en Nueva York. Actualmente es doctoranda en Derecho constitucional en la UCM.

Abogada colegiada y periodista, Elena asesora a directivos de compañías en estrategias de reputación en entornos de no mercado (políticos, regulatorios y de sociedad civil). Es miembro del Consejo de Transparencia Internacional-España, miembro del Consejo Editorial de la revista ETHIC, colaboradora de la Fundación Compromiso y Transparencia y Autora del Blog Rincón de Transparencia en *El Confidencial*. Ha sido directora de Medios Internacionales en Garrigues, periodista de investigación en Estados Unidos, coordinadora de Programas en el *think tank* de Joseph Stiglitz, The Initiative for Policy Dialogue, investigadora visitante en el Departamento de Business Ethics de la Kellogg School of Management, Becaria Fulbright, Fellow de la Carnegie Corporation y la Knight Foundation y Becaria de la Fundación Rafael del Pino en el Workshop on Global Leadership.

## Elena Herrero- Beaumont

Socia y directora de  
Reputación &  
Stakeholders de  
Vinces



Twitter: @ElenaHeBe



# Los lobbies DEMÓCRATAS en la Era de Donald Trump

Elena Herrero-Beaumont

**T**ony Podesta y su exmujer, Heather, son considerados dos de los principales lobistas demócratas en Estados Unidos. Su historia en los últimos dos años nos pinta un retrato doble. Por un lado, estos lobistas encarnan a la perfección uno de los vicios del *lobbying* norteamericano que más impacto está teniendo en la realidad política del país, y del que debemos huir si queremos que la función del lobby sea verdaderamente beneficiosa para la democracia. Y, por otro, cómo se están viendo azotadas las firmas de *lobbying* (especialmente las más asociadas al Partido Demócrata) durante la presidencia de Donald Trump, quien aseguró durante su campaña que se comprometía a cambiar la cultura que favorece al compadreo y las conexiones.

Si los lobistas en Estados Unidos nacieron en el siglo XIX bañados en corrupción, su misión se ha ido transformando con el paso del tiempo en una doble vertiente: la función

institucional y profesional deseada para el correcto funcionamiento del sistema democrático y la función aledaña de *fundraiser* político.

## 1 *El cometido institucional ideal del lobista*

**S**i el lobista medio en Estados Unidos se limitara hoy en día a cumplir con su función institucional básica, es decir, “la comunicación estratégica de información políticamente relevante a decisores en el ejecutivo y el legislativo”<sup>1</sup>, esto sería lo que el profesor de Derecho Constitucional de Harvard, Lawrence Lessig, denomina un “subsidio” del *policy-maker* para llevar a cabo una mejor toma de decisiones. Los lobistas contribuyen a fundamentar los intereses privados de compañías y organizaciones de todo tipo con datos que miden su impacto

<sup>1</sup> David P. Baron. “Implementing Nonmarket Strategies in Government Arenas” (chapter 8). *Business and its Environment*, 2013.

Principales receptores 2016		Total	De individuos	De Orgs
PTY CTE	<b>Democratic Senatorial Campaign Cmte</b>	\$171,136	\$171,136	\$0
PTY CTE	<b>National Republican Senatorial Cmte</b>	\$103,263	\$103,263	\$0
PTY CTE	<b>Democratic Congressional Campaign Cmte</b>	\$78,550	\$78,550	\$0
CANDS	<b>Clinton, Hillary</b>	\$46,038	\$46,038	\$0
CANDS	<b>Van Hollen, Chris</b>	\$43,100	\$43,100	\$0
PTY CTE	<b>DNC Services Corp</b>	\$34,168	\$34,168	\$0
OUTCRP	<b>Right To Rise USA</b>	\$26,073	\$26,073	\$0
PTY CTE	<b>National Republican Congressional Cmte</b>	\$25,461	\$25,461	\$0
CANDS	<b>Bush, Jeb</b>	\$16,500	\$16,500	\$0

económico y social, a legitimarlos a través de la gestión de coaliciones, y a explicarlos de manera operativa para facilitar el proceso de toma de decisiones.

En este cometido institucional, son fundamentales algunos aspectos para poder desarrollar la actividad, como ser percibidos como creíbles y portadores de información relevante; tener acceso profesionalizado a los decisores, que se alcanza proporcionando recursos relevantes desde una perspectiva política, es decir, explicando cómo las diferentes alternativas políticas que está barajando un decisor pueden afectar a diferentes bases electorales y el grado de legitimidad que la medida final tiene en un colectivo determinado; tener capacidad de negociación; atender a los tiempos políticos para llevar a cabo las propuestas; desarrollar alianzas; etc. Ninguno de estos aspectos requiere haber pertenecido a la Administración previamente o haber trabajado para algún miembro del Congreso. Tampoco requiere, a priori, una contribución a la campaña

electoral de un futuro miembro del ejecutivo o del legislativo. Si el sistema garantizara la integridad institucional de los lobistas conforme a estos términos, la democracia norteamericana muy probablemente se encontraría en otro lugar.

Normalmente, cuando se habla de cifras que puedan dimensionar la actividad del *lobbying* en Estados Unidos, se hace referencia a los miles de millones de dólares que las compañías, asociaciones de intereses, sindicatos y organizaciones no gubernamentales destinan a defender sus intereses frente a la Casa Blanca y al Capitolio en Washington D.C. Estas cifras nos hablan de esta primera vertiente del *lobbying*. En 2017, los alrededor de 11.078 lobistas registrados ingresaron 2.470 millones de dólares, un 27,5% menos que en 2016. Llama la atención que la evolución de estos ingresos no ha sido creciente a lo largo de las últimas dos décadas. Alcanzó su pico en el año 2010, cuando los 12.917 lobistas registrados ingresaron 3.500 millones de dólares, y fue descendiendo hasta un 42,11 %, situándose en la cifra actual.



## En 2017, los alrededor de 11.078 lobistas registrados ingresaron 2.470 millones de dólares, un 27,5% menos que en 2016

Estas cifras las actualiza cada trimestre el Center for Responsive Politics, una ONG independiente basada en Washington D.C. que tiene el objetivo de monitorizar los datos relativos a las campañas políticas y la actividad de *lobbying*. En esta última sección se puede acceder al ranking de las principales firmas de *lobbying* de acuerdo con su volumen de ingresos.

En este artículo vamos a poner el acento en el Grupo Podesta, que figuró en 2017 entre las top 10, concretamente en el puesto número 6 con casi 16 millones de dólares de facturación. Tony Podesta explicó en 2010 al *New York Times* la razón de ser de su actividad en línea con lo descrito en esta sección: “Los miembros quieren entender qué están haciendo. Nosotros mejoramos el proceso de toma de decisiones para que entiendan las consecuencias de lo que están a punto de decidir. La gente escribe borradores de legislación todo el tiempo y no piensa en cómo se aplica a las diferentes situaciones”<sup>2</sup>.

2

### El arte de las puertas giratorias y del fundraising: la perversión del sistema

**P**ero el modelo de *lobbying* norteamericano no se detiene aquí, sino que viene acompañado de una segunda realidad. El carácter demócrata de la firma Podesta y su conocida

influencia en los entornos del Partido no residen únicamente en la actividad institucional y profesional descrita en la sección anterior. Para situarse entre las top 10 firmas por facturación Tony Podesta y los profesionales de su Grupo han tenido que trabajar intensamente dos elementos adicionales: contribuir a las campañas del Partido Demócrata y haber trabajado previamente en la Casa Blanca o el Capitolio.

Tony Podesta fundó la firma junto a su hermano John en 1987, hace 30 años. Nacidos en un suburbio de clase trabajadora de Chicago, sintieron desde muy temprana edad una inclinación política por causas liberales y progresistas. Los dos se las ingeniaron para acceder a la capital a través de una de las instituciones de mayor prestigio, la Facultad de Derecho de la Universidad de Georgetown, y trabajaron, en el caso de Tony, para campañas presidenciales de demócratas como Eugene McCarthy, George McGovern y Ted Kennedy. Mientras que este continuó al frente de la firma de *lobbying* que ambos habían fundado, trabajando para causas y organizaciones progresistas, como People for the American Way, John inició su verdadera carrera política en el Partido Demócrata, sirviendo a las administraciones de Clinton y Obama; y trabajando al frente del *think tank* liberal, el Center for American Progress, durante los años de la Administración de George W. Bush<sup>3</sup>. El tándem era inmejorable para construir la firma de *lobbying* demócrata más influyente de Washington D.C.

Pero no es su vínculo con John, reconocido como un hombre de integridad y un verdadero héroe político liberal, el elemento decisivo para haber catapultado a Tony a su posición de influencia. Cuando John trabajaba como asesor para la Administración Obama en 2010, Tony insistió al *New York Times* que Podesta no hacía “*lobbying* de acceso”: “La gente se nos acerca y dice, ‘puedes llamar a tu hermano para que llame al presidente’ y nosotros siempre decimos que no es lo que hacemos”<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Eric Lichtblau. “Lobbyist Says It’s Not About Influence”. *The New York Times*. 1 de julio de 2010.

<sup>3</sup> Roxanne Roberts. “The rise and fall of the Podestas”. *The Washington Post*. 13 de noviembre de 2017.

<sup>4</sup> Eric Lichtblau. “Lobbyist Says It’s Not About Influence”. *The New York Times*. 1 de julio de 2010.

Lo que sí que ha hecho Tony Podesta, al igual que otros *super lobbyists* de Washington, es llevar a cabo las mejores campañas de *fundraising* a favor de candidatos tanto demócratas como republicanos y de Political Action Committees (conocidos como PACs) asociados a ambos partidos. Aunque a Tony Podesta se le vincule con el Partido Demócrata por ser su inclinación política, la de su hermano, y por su trayectoria personal de asesor en campañas de dicho partido, su verdadera influencia reside en su capacidad de proporcionar los fondos que los *officeholders* de un bando y de otro necesitan para acceder al poder.

El Center for Responsive Politics nos proporciona el ranking de cada donante según el volumen total de contribuciones en un periodo determinado. Las últimas cifras de 2016, muestran cómo el Grupo Podesta destinó alrededor de 1.129.801 de dólares a un número de candidatos, PACs, partidos y comités, colocándose en el puesto 470 de 18.825 organizaciones que contribuyeron ese año a los diversos receptores políticos.

Este trabajo de *fundraisers* ha ido convirtiendo a los lobistas profesionales en verdaderos “proveedores” robándole de nuevo la expresión al académico Lessig. “Los lobistas se han convertido en el centro de una economía de influencia que ha cambiado la forma en la que opera Washington D.C.”, expresa literalmente el académico en su libro *Republic Lost*<sup>5</sup>. Por muy en las antípodas ideológicas que se encuentren Lessig y Donald Trump, ambos están de acuerdo en que se ha de acabar de alguna manera con esta corrupción institucionalizada que impregna la democracia norteamericana. Una corrupción donde figuran los miembros del Congreso y del Senado a un lado y los grupos de interés al otro, situándose los lobistas entre medias de los dos. En ese estar entremedias, los lobistas desempeñan la función ética y legítima de defender estratégicamente intereses privados, y la función perversa de contribuir al nombramiento de un determinado decisor a través de la financiación de su campaña electoral.

“Tras haber recaudado millones de dólares en ayudas para los demócratas, conozco a un par de ellos,” declaró en 2016 al *Wall Street Journal*, con algo

de sorna, la exmujer de Tony, Heather Podesta, por aquel entonces CEO de Heather Podesta + Partners. “Somos parte de la fibra del proceso político”<sup>6</sup>.

Hasta que han dejado de serlo.

### 3 *Los ataques de Trump y los medios conservadores a los Podesta y la dimisión de Tony*

La historia comenzó cuando John Podesta, el hermano de Tony, fue nombrado jefe de campaña de Hillary Clinton en las Presidenciales de 2016. En el otoño de ese año, los correos personales de John fueron *hackeados* (los medios americanos lo atribuyen a los rusos) y publicados en Wikileaks. Muy pronto medios, blogs y otras plataformas conservadoras armaron una conspiración contra el asesor político acusándole sin fundamento alguno de pornografía infantil.

Poco tiempo después, en mayo de 2017, el exdirector del FBI, Robert S. Mueller, fue nombrado investigador especial sobre la posible interferencia de Rusia en las elecciones presidenciales de EE.UU. de 2016. Sus pesquisas se centraron en los movimientos de dos exasesores de campaña de Donald Trump, Paul Manafort y Rick Gates, a quienes terminó acusando de haber asesorado años antes a Victor Yanukovych, expresidente de Ucrania y exlíder del Partido de Regiones prorruso, infringiendo ciertos requisitos de la legislación norteamericana. En dicha acusación, Mueller cita a dos firmas de Washington D.C. que supuestamente fueron contratadas por Manafort para este asesoramiento: Grupo Podesta y Mercury Public Affairs. Ambas reconocieron haber trabajado en 2012 y 2014 para el European Center for a Modern Ukraine (ECMU), una organización sin ánimo de lucro con sede en Bruselas que nunca declaró estar ligada al gobierno ucraniano. Ambas reconocieron no haber registrado dicha actividad bajo el Foreign Agency Registration Act (FARA), precisamente porque ECMU se declaraba como organización sin vínculos políticos. Ambas aseguraron

<sup>5</sup> Lawrence Lessig. *Republic Lost*. Nueva York: Hachette Book Group, 2015.

<sup>6</sup> Rebecca Balhaus. “The Democratic Convention: Lobbyists Pick Up Where They Left Off – Curbs on industry were lifted at this year’s event, but few noticed the difference”. *The Wall Street Journal*. 29 de julio de 2016.



que Manafort no estaba de ninguna manera vinculado a ECMU cuando prestaron sus servicios a dicho cliente.

Todos estos hechos y toda esta información fueron propagándose a través de los medios de comunicación a toda velocidad, desestabilizando por completo la reputación de los Podestas. La furia de la llamada *alt-right* (la extrema derecha norteamericana) se desató en reacción a varios tuits del propio Trump y de programas televisivos de Fox News, que pusieron a los Podesta en el epicentro de la investigación de Mueller. Así, el presidente reiteró en declaraciones al *Washington Post* su frustración con la investigación que estaba llevando a cabo este, más centrada en sus exasesores de campaña (Manafort & Gates) que en los Podesta: “Honestamente, tendría que estar mirando a los demócratas, tendría que estar mirando a los Podesta y toda esa deshonestidad”<sup>7</sup>.

Los ataques pronto dieron sus frutos. Tony Podesta dimitió de su propia firma el 30 de octubre de 2017, tan pronto como se hizo pública la acusación de Mueller<sup>8</sup>. Su exmujer Heather decidió cambiar, meses antes, el nombre de su firma, Heather Podesta + Partners, a Invariant<sup>9</sup>.

Numerosos analistas han llegado a la conclusión de que parte de esta campaña contra los Podesta ha pretendido desviar el foco mediático de la historia verdaderamente relevante para el público norteamericano: los vínculos entre Trump y Putin. Pero además, esta investigación está causando un revuelo y un temor a que futuras investigaciones revelen cómo estas firmas asesoran a gobiernos y organizaciones extranjeras para construir su influencia en Estados Unidos. Desde que Mueller comenzó la investigación en mayo de 2017 nunca antes en 20 años se habían registrado tantas firmas de lobby en FARA para publicar el trabajo que están haciendo para intereses extranjeros en la capital de Estados Unidos<sup>10</sup>.

## 4

### *Lobistas demócratas en la era republicana de Donald Trump*

**E**n la web actual de Heather Podesta, Invariant, se enfatiza su carácter *bipartisan* con anuncios recurrentes sobre la contratación de republicanos y la contribución a campañas de candidatos del partido conservador. Es el modus operandi de otras tantas firmas de *lobbying* en Washington D.C., que han tenido que equilibrar su asociación al entorno demócrata ante la inesperada victoria de Donald Trump. Aún así, las corporaciones siguen necesitando el apoyo de lobistas demócratas, pues el GOP (Partido Republicano) necesita 8 votos en el Senado para poder sacar adelante sus diferentes iniciativas legislativas<sup>11</sup>.

Pero el carácter de *outsider* de Trump está dejando desarmados a muchos lobistas. Pocos forman parte de su círculo más cercano y muy pocos contribuyeron a su campaña electoral. Fue uno de los mensajes más reiterados del presidente actual durante su campaña electoral: él no sería una marioneta más de los *special interests* que habían dominado la vida política de Washington D.C. a lo largo de las últimas décadas. Hay indicios de que el negocio está comenzando a resentirse con Trump, aunque ya se había iniciado una senda bajista desde 2010. El total de gasto en *lobbying* a lo largo del 2017, el primer año de Trump, ha sido un 27,5% menos que en 2016, según cifras del Center for Responsive Politics. Pero aún queda por ver hasta qué punto se cambiarán realmente las reglas de juego del poder en Washington D.C. al final del mandato de uno de los presidentes más desconcertantes de la historia de la democracia norteamericana.

<sup>7</sup> Roxane Roberts. “The Rise and Fall of the Podestas”. *The Washington Post*. 13 de noviembre de 2017.

<sup>8</sup> Stephanie Kirchaessner. “Tony Podesta, key Democratic lobbyist, resigns from firm amid Mueller inquiry”. *The Guardian*. 30 de octubre de 2017.

<sup>9</sup> Megan Wilson. “Lobby firm Heather Podesta + Partners rebrands”. *The Hill*. 29 de marzo de 2017.

<sup>10</sup> Matt Zapposky, Tom Hamburger. “Mueller probe appears to be prompting lobbyists to register as foreign agents”. *The Washington Post*. 26 de noviembre de 2017.

<sup>11</sup> Rebecca Ballhaus. “Companies Retool Lobbying as Donald Trump’s Administration Nears: Corporations prepare for GOP control of Congress and White House in hopes the partisan logjam for legislation will end”. *The Wall Street Journal*. 16 de noviembre de 2016.

Sigue la actualidad norteamericana a través de nuestro

# Blog Diálogo Atlántico

PORTADA

SECCIONES -

FIRMAS -

PUBLICACIONES -

CONTACTO

INSTITUTO FRANKLIN - UAH



#dialogoatlantico

## Redes Sociales

El Instituto Franklin-UAH está presente en las siguientes redes sociales:



Instituto Franklin-UAH



@IB\_Franklin



Instituto Franklin-UAH



InstitutoFranklin

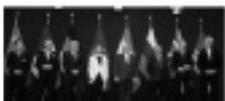
#TribunaNorteamericana, #TN

Los Estudios Norteamericanos en España a un clic

# Suscríbete a nuestro boletín semanal

Para estar informado de las publicaciones, eventos, noticias, programas de estudios y otras oportunidades para investigar sobre Norteamérica y viajar a Estados Unidos (becas y ayudas).

## Diálogo Atlántico



### ¿Y después de la retirada de los EE.UU. del acuerdo nuclear con Irán?

Es cierto que la retirada de los Estados Unidos del acuerdo nuclear con Irán ha suscitado mucha polémica, aunque quizá no tanto para aquellos que votaron el programa electoral del presidente Donald Trump en el que ya anunciaba que adoptaría medidas como esta. Lo que es palmario es que el presidente Trump cumple sus promesas, o por lo menos lo intenta, mientras tanto cualquier considerado logro político de su predecessor, cuyos aciertos en política exterior son cuestionables.

SIGUE LEYENDO >

*Hana Jalilouf Muro*

Hana Jalilouf Muro, experta en relaciones internacionales.

## Publicaciones y prensa



### Nuevo número de la revista *Caminos Reales*

**Tema:** 30 años de *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza* de Gloria Evangelina Anzaldúa

**Editora invitada:** Norma E. Contró

**Síntesis:** Los acercamientos a los estudios fronterizos de América Femenina a mediados del siglo XX forman parte del desarrollo intelectual e ideológico acuciado en la literatura chicana/latina que culminan con la publicación de *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza* de Gloria E. Anzaldúa en 1987. Se trata de un texto de estructura híbrida (poesía, historia, testimonio, etc.) y poli-lingüístico (inglés, español, náhuatl, etc.) que logra desmantelar las construcciones machistas de lo que hasta entonces se conocía como literatura chicana.

MÁS INFORMACIÓN >

## Eventos

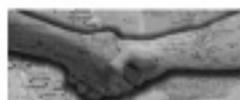


### Envía tu propuesta para el IV congreso internacional sobre educación bilingüe en el mundo globalizado

**Fecha límite: 11 de julio de 2018**

La Comunidad de Madrid y el Instituto Franklin-UAH orga la cuarta edición de este congreso internacional, consolidado como foro de encuentro y análisis sobre la educación bilingüe en España. El subtítulo "Enfoques contemporáneos de enseñanza y aprendizaje" hace referencia al objetivo principal del congreso: compartir y explorar conocimientos y tendencias metodológicas en el aula. Asimismo, se pretende evaluar la implementación de los programas de enseñanza bilingüe en objeto de introducir nuevas perspectivas.

## Destacados



### Convocadas 6 plazas de investigación visitantes

El Instituto Franklin-UAH ofrece 6 plazas para investigadores visitantes para realizar investigaciones relacionadas con los Estudios Norteamericanos. Para ello, el Instituto facilita el espacio adecuado para realizar la investigación en su sede y proporcionará acceso a la biblioteca de la UAH.

MÁS INFORMACIÓN >

# institutofranklin.net

Departamento de Comunicación

Responsable de Comunicación: Ana Lariño / ana.larino@institutofranklin.net / 91 885 52 53 / 637 56 73 56

# Tribuna. Norteamericana

La revista *Tribuna Norteamericana* es una publicación de difusión con base científica que recoge artículos relacionados con la política, la economía, la sociedad y la cultura de Estados Unidos. Cada número está dedicado a una temática y cuenta con colaboradores del ámbito de la diplomacia, la empresa, los medios de comunicación y la academia. Se distribuye en papel entre instituciones españolas y estadounidenses fuera y dentro de España, así como entre medios de comunicación y empresas.

*Tribuna Norteamericana* es la publicación oficial de la Fundación Consejo España-Estados Unidos, institución colaboradora del Instituto Franklin-UAH a través de su Patronato. Asimismo, la revista incluye una sección que lleva por título "La historia de" y que narra la experiencia de una empresa española (patrona de la Fundación) en EE.UU.

## NÚMEROS ANTERIORES



*Nº1. Julio 2009.*  
»The 2008 Presidential Election in Historical Perspective.  
Andrew Richards



*Nº4. Mayo 2010.*  
»Las relaciones entre EE.UU. y Pakistán. Continuidad y cambio con la Administración Obama.  
Alberto Priego



*Nº2. Octubre 2009.*  
»Crusader America: Democratic Imperialism under Wilson and Bush.  
Omar G. Encarnación



*Nº5. Noviembre 2010.*  
»The United States Supreme Court and the Political Process: The Contemporary Status of Voting Rights Law.  
Mark Rush



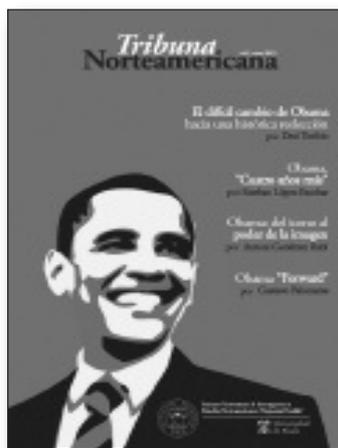
*Nº3. Marzo 2010.*  
»Política Hispana: España y las Comunidades Hispánicas de Estados Unidos.  
Guillermo López Gallego



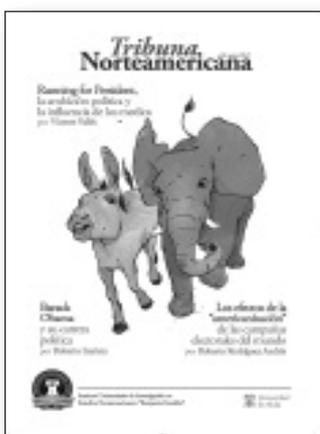
*Nº6. Abril 2011.*  
»Un republicano en la Moncloa: la visita de Ronald Reagan a la España de 1985.  
Coral Morera Hernández



Nº7. Julio 2011.  
**»El servicio diplomático norteamericano: el Foreign Service (FS).**  
 Alberto Priego



Nº11. Enero 2013.  
**» El difícil cambio de Obama hacia una histórica reelección**  
 Dori Toribio  
**» Obama, "Cuatro años más"**  
 Esteban López-Escobar  
**» Obama: del icono al poder de la imagen**  
 Antoni Gutiérrez Rubí  
**» Obama "Forward"**



Nº8. Marzo 2012.  
**»Running for President, la ambición política y la influencia de los medios.**  
 Vicente Vallés  
**»Barack Obama y su carrera política.**  
 Roberto Izurieta  
**»Los efectos de la "americanización" de las campañas electorales del mundo.**  
 Roberto Rodríguez Andrés



Nº12. Abril 2013.  
**» Cómo los vemos y cómo nos ven**  
 Inocencio Arias  
**» Las fronteras difusas del mercado en EE.UU.**  
 David Fernández Vitores  
**» El factor hispano: cantidades, cualidades y debates**  
 Francisco Moreno Fernández



Nº9. Julio 2012.  
**»España y los hispanos en los EE.UU.: una llamada a la realidad.**  
 Javier Rupérez  
**» ¿Qué significa ser Hispano en los EE.UU.?**  
 Octavio Hinojosa  
**»Esterotipo en el momento del cambio.**  
 Emili J. Blasco



Nº13. Junio 2013.  
**» U.S. Immigration Policy Debate, an investment in the future, or more roadblocks ahead?**  
 Clara del Villar  
**» Hacia un nuevo modelo migratorio en EE.UU.**  
 Secundino Valladares  
**» El impacto de la reforma migratoria en la economía de los EE.UU.**  
 Eva Pareja



Nº10. Noviembre 2012.  
**» La dura factura de la crisis sobre la imagen española en los EE.UU.**  
 Pablo Pardo  
**» Claves para una Política Hispana: cómo fortalecer el papel de España en EE.UU.**  
 Daniel Ureña  
**»España-Estados Unidos. Una relación de futuro**  
 Gustavo Palomares



Nº14. Octubre 2013.  
**» Los Foros España-EE.UU.**  
 D. José Manuel García-Margallo  
**» Diplomacia pública y sociedad civil: la Fundación Consejo España-EE.UU.**  
 Emilio Cassinello  
**» El Foro y el Consejo España-EE.UU.: los primeros años**  
 Jaime Carvajal  
**» Dos décadas acercando sociedades**  
 Juan Rodríguez Inciarte  
**» España-EE.UU.: medio milenio de historia común**  
 Gonzalo de Benito  
**» España-EE.UU.: una relación de futuro**  
 Antonio Fernández-Martos Montero  
**» Panorama interdisciplinario del español en los EE.UU.**  
 Francisco Moreno Fernández



**Nº15. Abril 2014.**  
 » **Cómo fomenta la diplomacia de EE.UU. la igualdad de género y la participación en política de las mujeres**  
 Kate Marie Byrnes  
 » **Women's Progress on the Road to Congress: A Comparative Look at Spain and the U.S.**  
 Alana Mocerí  
 » **U.S. Latinas and Political Leadership**  
 Lisa J. Pino  
 » **¿Imparable Hillary Clinton 2016?**  
 Dori Toribio



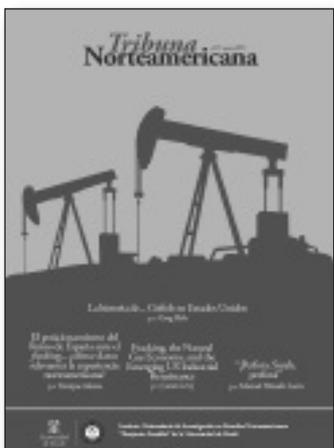
**Nº19. Junio 2015.**  
 » **La historia de... BBVA, un reto del siglo XXI: hacia la vanguardia digital**  
 Juan Urquiola  
 » **Un buen debate electoral**  
 Dori Toribio  
 » **American Political Campaigns: Costs, Techniques, & Technology**  
 John Hudak  
 » **El arte de hacer campaña en España y EE.UU.: ventajas y similitudes**  
 Daniel Ureña



**Nº16. Septiembre 2014.**  
 » **Ferrovial en EE.UU.: diez años haciendo camino**  
 Joaquín Ayuso  
 » **EE.UU. vs Europa: Distintos lenguajes, similar semántica**  
 Sinuhé Arroyo  
 » **Inbenta, el Google español**  
 Julio Prada



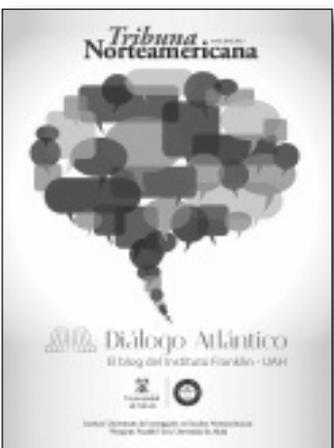
**Nº20. Diciembre 2015.**  
 » **La incipiente y aún borrosa Marca España en USA**  
 Inocencio Arias  
 » **Trabajando para afianzar la imagen de las empresas españolas en EE.UU.**  
 Alicia Montalvo Santamaría  
 » **Un año especialmente fructífero en las relaciones entre España y EE.UU.**  
 Fidel Sendagorta  
 » **La Comisión Nacional para las Conmemoraciones de la Nueva España: la historia que nos une**  
 José Manuel Ramírez Arrazola



**Nº17. Enero 2015.**  
 » **La historia de... Grifols en EE.UU.**  
 Greg Rich  
 » **El posicionamiento del Reino de España ante el fracking... ¿ofrece datos relevantes la experiencia norteamericana?**  
 Enrique Alonso  
 » **Fracking, the Natural Gas Economy, and the Emerging US Industrial Renaissance**  
 James Levy  
 » **“¡Perfora, Sarah, perfora!”**  
 Manuel Peinado Lorca



**Nº21. Diciembre 2016.**  
 » **La historia de... Repsol en Estados Unidos**  
 Arturo Gonzalo Aizpuri  
 » **Los nuevos fenómenos del terrorismo transnacional y la cooperación antiterrorista**  
 Emilio Sánchez de Rojas Díaz  
 » **Una aproximación a los acuerdos entre España y EE.UU.**  
 Federico Aznar Fernández-Montesinos  
 » **Hacia una nueva cooperación entre servicios de inteligencia**  
 Julia Pulido Gragera



**Nº18. Abril 2015.**  
 » **Diálogo Atlántico**  
 Varios autores



**Nº22. Junio 2016.**  
 » **La historia de... El Instituto Cervantes en los EE.UU.**  
 Ignacio Olmos  
 » **El español en el sistema educativo de los Estados Unidos**  
 Francisco Moreno Fernández  
 » **El español en las redes sociales a través de la Embajada Española en Estados Unidos**  
 Gregorio Laso  
 » **El español en las campañas presidenciales de Estados Unidos**  
 Daniel Ureña  
 » **Entrevista a Jaime Ojeda**



Nº23. Noviembre 2016.

- » La historia de... Cosentino  
Álvaro de la Haza
- » Empresa y cultura, EE.UU. y España, una historia de éxito  
Julia Sánchez Abeal
- » Responsabilidad social corporativa, a uno y otro lado del Atlántico  
Mercedes Temboury
- » La sociedad, primera beneficiada del emprendimiento de alto impacto  
Adrián García-Aranys
- » Un nuevo *marketing* para nuevas necesidades  
Javier Iturralde de Bracamonte



Nº26. Enero 2018.

- » La historia de... Gestamp. Historia de 20 años de internacionalización y crecimiento  
Miguel López-Quesada
- » De cómo el bilingüismo esculpe el cerebro  
Albert Costa
- » La controversia de la educación bilingüe en España  
Víctor Pavón Vázquez
- » El profesor como clave fundamental para la implementación de programas bilíngües de éxito  
Carmen Aguilera Lucio-Villegas
- » Overview of Language Development & Bilingual Education in California K-12 Schools  
Karen Cadiero-Kaplan



Nº24. Junio 2017.

- » La historia de... Acciona en EE.UU.  
Joaquín Mollinedo
- » Donald J. Trump y el mundo: una relación conflictiva  
Javier Rupérez
- » El *impeachment* latente  
Vicente Vallés
- » El menguante círculo de confianza de Trump  
Dori Toribio
- » Todos los generales del presidente  
Pedro Rodríguez
- » Perspectivas de las relaciones EE.UU.-RUSIA en la Administración Trump  
Javier Morales



Nº27. Julio 2018.

- » La historia de... Ebro en EE.U.  
Antonio Hernández Callejas
- » Lobbies: un acercamiento a la realidad de su influencia en la política norteamericana  
Francisco Carrillo
- » Los lobbies demócratas en la Era de Donald Trump  
Elena Herrero-Beaumont
- » El lobby americano del separatismo catalán  
Francisco Javier Rupérez Rubio



Nº25. Octubre 2017.

- » Trump, un OVNI inesperado  
Inocencio Arias
- » La OTAN y los EE.UU.: un futuro oscuro  
Alberto Priego
- » Trump y una América Latina en transformación: de la política de muro a la estrategia de sustitución  
Gustavo Palomares Lerma
- » Trump 2.0 y Rusia en un teatro multipolar con sombras chinescas  
Rubén Ruiz Ramas

*Tribuna Norteamericana* está disponible para su descarga en PDF en la página web del Instituto Franklin: [www.institutofranklin.net](http://www.institutofranklin.net)

Con la colaboración de Iberia, transportista aéreo preferente

**IBERIA** 



Con la colaboración de:



Instituto Universitario de Investigación en  
Estudios Norteamericanos "Benjamin Franklin" de  
la Universidad de Alcalá

[www.institutofranklin.net](http://www.institutofranklin.net)