

Tribuna nº34, marzo 2021 Norteamericana

EL FIN DE LA ADMINISTRACIÓN TRUMP

Las elecciones americanas: bajo el sino de la polarización
por Fernando Vallespín

Trump: el presidente que no amaba a las mujeres
por Cristina Manzano

La maquinaria de la falsedad:
@realDonaldTrump
por Pedro Rodríguez



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

Amalia Blanco, Vocal

Claudio Boada, Vocal

Daniel Carreño, Vocal

Bernardo Hernández, Vocal

Helena Herrero, Vocal

Antonio Vázquez, Vocal

Miguel Zugaza, Vocal

Comité Editorial

Director:

Francisco Sáez de Adana

Editora:

Cristina Crespo

Edición de textos:

Ana Serra Alcega

Diseño y maquetación:

David Navarro



© Instituto Franklin-UAH. 2021

ISSN: 1889-6871

Depósito Legal: DL M-26597-2016

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

www.institutofranklin.net

*Tribuna Norteamericana se distribuye gratuitamente entre sus suscriptores.
Si desea recibir esta publicación, contacte con: publicaciones@institutofranklin.net*

CARTA DEL DIRECTOR

Francisco
Sáez de
Adana

Estimado lector:

La elección del tema para este número de *Tribuna Norteamericana* ha sido una tarea fácil. Una revista cuyo objetivo es tratar, desde diferentes puntos de vista, aquellas cuestiones que son de relevancia en los Estados Unidos tiene la obligación de analizar lo que ha supuesto el fin de la administración Trump, uno de los periodos más controvertidos en la historia de ese país. Evidentemente, el tema dará para muchos análisis tanto académicos como fuera de la academia en los próximos años, pero nuestra revista quiere aportar una visión de lo que ha supuesto la presencia de Donald Trump en la Casa Blanca en este momento, cuando el proceso de transición todavía está, en cierta forma, abierto.

Para ello contamos con tres artículos de primer nivel en torno al tema propuesto. En primer lugar, Fernando Vallespín, catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid, analiza la enorme polarización bajo la que se ha celebrado todo el proceso electoral. Por su parte, Cristina Manzano, directora de *esglobal* y columnista de *El País* y de *El Periódico de Catalunya*, trata uno de los temas más controvertidos dentro de la trayectoria del ya expresidente, y es su desprecio a todo lo relacionado con el feminismo y la lucha por la igualdad. Finalmente, Pedro Rodríguez, profesor de Relaciones Internacionales en la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE, pone el foco en la estrategia de comunicación de Donald Trump, destacando su uso de las redes sociales de una manera que, hasta este momento, no se había visto en política. Tres puntos de vista diferentes pero que se complementan perfectamente para dar una visión global de lo que ha sido la administración del 45º Presidente de los Estados Unidos.

El número, como es habitual, se complementa con el Espacio Fundación, en este caso con gran relación con el tema central, ya que Bárbara Baggetto Vidal realiza un recorrido por todas las actividades que, durante los últimos meses, la Fundación Consejo España - EE. UU. ha venido realizando en torno a toda la actividad electoral, consolidando la participación de esta Institución en el análisis de hitos relevantes en la vida política norteamericana.

Un número, por tanto, que trata desde diferentes puntos de vista un tema de gran actualidad y que, espero, sea del agrado del lector.

Catedrático de la
Universidad de Alcalá

Director



ESPACIO FUNDACIÓN

La Fundación Consejo España - EE. UU. es una institución privada sin ánimo de lucro que cuenta con la participación de grandes empresas, instituciones culturales y académicas y miembros de la administración pública. Creada en 1997, tiene el propósito de fortalecer los vínculos entre España y Estados Unidos en todos los ámbitos, en aras de un mejor conocimiento y entendimiento mutuo. Esta misión es compartida desde sus inicios con su contraparte estadounidense, el United States-Spain Council, cuya presidencia honoraria recae en la actualidad en el congresista demócrata Joaquín Castro.

A través de sus programas y actividades, entre las que destacan la organización del Foro España-Estados Unidos, el programa de visitas para “Jóvenes Líderes Norteamericanos”, la entrega del Galardón Bernardo de Gálvez o la producción de las exposiciones “Diseñar América: el trazado español de los Unidos” y “Emigrantes Invisibles: Españoles en EE. UU. (1868-1945)”, la Fundación promueve un diálogo plural entre las sociedades civiles española y estadounidense y se ha consolidado como entidad de referencia en el ámbito de la diplomacia pública entre ambos países. Actualmente, es presidente de la Fundación Juan Lladó, presidente de Técnicas Reunidas, y secretario general el diplomático Manuel M^a Lejarreta.



Bárbara es licenciada en derecho. Toda su carrera profesional se ha desarrollado en un ambiente multinacional gestionando relaciones de ámbito comercial, cultural, económico y educativo con distintos países.

Con experiencia en comercio exterior, gestión de clientes internacionales y en organismos multilaterales, Bárbara es especialista en encuentros internacionales y gestión eventos. Se incorporó a la Fundación Consejo España – EE. UU. en 2008 para potenciar sus conocimientos en el campo de las relaciones internacionales.

En la Fundación ha sido responsable de las 12 ediciones del programa de prácticas para licenciados estadounidenses. En la actualidad, está centrada en generar nuevos programas, así como en promover el acercamiento a la comunidad hispana de Estados Unidos, especialmente a través del intercambio cultural y educativo.

**Bárbara
Baggetto Vidal**



LAS ELECCIONES A DEBATE

Bárbara Baggetto Vidal

El calendario electoral mundial contaba en 2020 con numerosas citas destacadas a lo largo de sus doce meses. No obstante, como sucede cada cuatro años, el primer martes después del primer lunes del mes de noviembre iba a acaparar de manera hegemónica la atención mediática en todos los rincones del planeta. La elección presidencial en EE. UU. supone un clásico no solo en la agenda política internacional sino también en el análisis geoestratégico anterior y posterior a los resultados.

En esta ocasión, el delicado contexto en el que se iban a desarrollar estas elecciones - tanto en clave interna como en las repercusiones más allá de sus fronteras- le confería una especial trascendencia. Por este motivo, la Fundación Consejo España - EE. UU. decidió apostar en el último trimestre de 2020 por dos propuestas de debate bien diferenciadas pero que compartían un objetivo común: profundizar en un mayor conocimiento de la situación, sus actores y la trascendencia de los resultados desde distintas perspectivas y de la mano de destacados analistas.

La primera propuesta se centró en las claves de la compleja y atípica campaña electoral, marcada por la crisis sin precedentes desatada por la COVID-19 y los focos de tensión racial. Inaugurando colaboración con la Fundación Alternativas, se celebró el 7 de octubre el seminario digital “US Election 2020: Perspectives and the Democrats’ Agenda” que contó con la participación del analista político David Wasserman, House Editor en The Cook Political Report, y el activista y codirector del Institute for America’s Future, Roger Hickey. La presentación estuvo a cargo del secretario general de la Fundación, Manuel M^a Lejarreta, y Vicente Palacio, director del Observatorio de Política Exterior de la Fundación Alternativas, lideró la moderación.

Durante el debate, ambos expertos tejieron un certero retrato de la situación que atraviesa la democracia americana, abordaron la compleja y preocupante polarización social, política y económica que está experimentando la sociedad estadounidense e intercambiaron opiniones en torno a las principales claves de la campaña, las predicciones de las encuestas y a la estrategia de los partidos, prestando especial atención a la propuesta demócrata encabezada por Joe Biden. Estas y otras cuestiones como los cambios significativos que pudieran producirse en algunos estados clave, la particular relevancia de la movilización de votantes en esta contienda, así como la posible obstaculización de Trump a los resultados de la elección, centraron un encuentro que aportó numerosas claves para los hechos que acontecerían pocas semanas después.

Tras la celebración de las elecciones, en cuyo resultado incidió de manera muy relevante el voto por correo, la Fundación planteó un nuevo escenario de análisis cuyo foco en esta ocasión estuvo centrado en la relevancia del voto hispano en las elecciones que acababan de celebrarse, además de conocer con más detalle la diversidad del espectro político en el que se sitúa esta comunidad.

De este modo, en colaboración con la Asociación de Líderes Hispanos, el 18 de noviembre se retransmitió en directo a través del canal de YouTube de la Fundación el encuentro digital “El impacto del voto hispano en las elecciones de Estados Unidos” que contó con la participación de expertos hispanos en relaciones gubernamentales y miembros de la asociación. Jennice Fuentes, fundadora y directora de Fuentes Strategies LLC, Maximiliano J. Trujillo, presidente de MJT Policy LLC, Arturo Estopiñán, presidente de The Estopinan Group, debatieron junto con la moderadora Laura Maristany, subdirectora de Política Constructiva en Democracy Fund, sobre el impacto del voto, el resultado electoral en los diferentes Estados y las expectativas de futuro de cara a los próximos 4 años.

Con un potencial de 32 millones de votantes hispanos llamados a las urnas (13,3 % del electorado) y una población concentrada mayoritariamente en cinco estados electorales clave (California, Texas, Florida, Nueva York y Arizona), resultaba de especial importancia para la Fundación Consejo España - EE. UU. conocer el papel del voto hispano en estas elecciones y los motivos que decantaron la balanza electoral en un sentido o en otro en cada uno de los Estados. La diversidad de las opiniones de los ponentes, reflejo de la propia comunidad a la que representan, permitió a los asistentes acercarse a la heterogénea realidad política de la comunidad hispana.

La Asociación de Líderes Hispanos es una organización estadounidense sin ánimo de lucro integrada por exparticipantes del Programa de Líderes Hispanos que desde 1998 impulsa el Gobierno de España. Esta iniciativa, gestionada por la Fundación Carolina entre 2001 y 2017, contó con la colaboración de la Fundación Consejo España-EE. UU. en varias ediciones. Asimismo, nuestra entidad ha mantenido una vinculación activa con la Asociación desde que esta se creara en el año 2005 ofreciendo visibilidad y apoyo tanto a las actividades organizadas por la propia entidad como aquellas llevadas a cabo por sus miembros. La organización conjunta de este evento es una muestra de la estrecha relación que une a ambas instituciones y afianza la especial relevancia que, desde sus orígenes, la Fundación otorga a la comunidad hispana de Estados Unidos.

Con estas dos iniciativas, la Fundación consolida en 2020, por una parte, su participación en el análisis de hitos relevantes en la vida política norteamericana al tiempo que refuerza su apuesta por la estrategia digital para abordar estos escenarios. Gracias a este formato, se amplían las posibilidades para conocer la opinión de expertos que arrojen luz sobre los temas de mayor interés para nuestra comunidad que se extiende a ambos lados del Atlántico. Estas utilísimas herramientas, sin duda, han llegado para quedarse en la programación de la Fundación Consejo España - EE. UU.

Fernando Vallespín

Ha sido presidente del Centro de Investigaciones Sociológicas, director del Instituto Universitario Ortega-Marañón y es miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.

Autor de multiplicidad de libros, artículos académicos y capítulos de libros de Ciencia y Teoría política en revistas españolas y extranjeras, con especial predilección por la teoría política contemporánea. Colabora habitualmente en el diario *El País*.

Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid



LAS ELECCIONES AMERICANAS: bajo el signo de la polarización

Fernando Vallespín

El proceso electoral estadounidense acabó de la manera más inesperada, con un asalto al Capitolio por parte de fanáticos seguidores del todavía presidente en funciones Donald Trump. Fue el 6 de enero, el día en el que el Congreso iba a proclamar como vencedor a su contrincante, Joe Biden. Como con todo lo relevante que ocurre en nuestros días, medio mundo pudo observarlo en directo. La sensación para todos los que lo contemplamos fue de irrealidad. Y, sin embargo, no era algo impredecible. Desde la hasta entonces inédita negación a aceptar el resultado electoral por parte del propio presidente y de un amplio número de cargos del *establishment* republicano, un final a su mandato que cobrara esas formas no podía ser excluido del todo. Y no solo por haber sido impulsado por el propio presidente; también por la variopinta composición de la turba que irrumpió en el Congreso, con disfraces y banderas varias. A medida que se fue conociendo su composición volvió a saltar la sorpresa. A pesar de las apariencias, no estábamos solo ante miembros de grupos radicalizados a través de internet provenientes de aquellos sectores marginales que seguían ciegamente a Trump, los “deplorables” a los que se refiriera Hillary Clinton en la campaña de hace cuatro años. Entre

ellos había un hijo de un conocido juez, un campeón olímpico, y miembros de grupos bien integrados en la sociedad estadounidense, incluso una empresaria tejana que acudió a la manifestación en su propio avión privado.

A ojos de los europeos, empero, el estupor vino después, cuando nos enteramos de que cuatro de cada cinco votantes del partido republicano creían en el fraude electoral; o cuando vimos que 147 diputados del Congreso, entre ellos ocho senadores, votaron en contra de los resultados proclamados por el Colegio Electoral; o que los asaltantes del Capitolio pudieron tener complicidades entre miembros del Congreso y las fuerzas del orden; o que solo una ínfima minoría de en torno al diez por ciento de dichos votantes atribuía a Trump una responsabilidad directa en incentivar el asalto. Los números cantan, la democracia estadounidense tiene un grave problema de legitimidad: más de 74 millones de americanos votaron por Trump y el grueso de este sector electoral piensa que se les robó la elección. Y a estos efectos es indiferente el hecho de que la ventaja de Biden fuera de siete millones de votos o que se procediera a varios recuentos en los Estados más disputados. La tesis

propiciada por Trump y su entorno de que existen “hechos alternativos”, una realidad distinta de la proclamada como tal, acabó siendo interiorizada como verdadera por sus seguidores.

En lo que sigue nuestro objetivo no es tanto el ofrecer una explicación sobre cómo pudo llegarse a esta situación, algo que excedería los límites de un artículo de estas características, cuanto el tratar de sacar a la luz quiénes son los grupos sociales que votaron por Trump, cuál es su perfil y, ya de forma más limitada, cómo es que pudieron dejarse convencer por las innumerables mentiras que una y otra vez fueron enunciadas por Trump y sus adláteres. Esto último nos remite inevitablemente a lo que sin duda constituye el principal problema de la sociedad americana, la polarización política. Ella es la causa de esta combinación tóxica promovida por el populismo de anteponer sus fines al respeto de las reglas, el cultivo de una retórica divisiva, la subversión de la verdad de los hechos y la instrumentalización de las instituciones con fines partidistas.

2

La distribución del voto

Desde que la revolución trumpista hizo su aparición en el anterior proceso electoral, hay ya suficiente evidencia sobre quiénes constituyen sus principales apoyos, aunque el extraordinario resultado del magnate en los comicios del 2020 ha permitido matizar algunos de los tópicos asentados. Entre estos se encuentran los siguientes: Trump vence con claridad en zonas rurales, entre varones, en sectores de raza blanca y personas con menor nivel educativo; los demócratas, por su parte, encuentran sus mayores apoyos en las grandes zonas urbanas, entre mujeres, en las minorías raciales y personas de alto nivel educativo. La edad es también un factor importante, aunque menor que los anteriores, y, desde luego, la renta disponible, que favorece a los republicanos entre los más acomodados, si bien Trump consiguió sumar con eficacia a los blancos con menos ingresos o los tradicionalmente absentistas.

Esta imagen de brocha gorda o en blanco y negro bien puede servir como síntesis de las dinámicas electorales de los Estados Unidos, que a grandes rasgos coinciden con las pautas que desde hace décadas servían para distinguir entre el voto demócrata y el republicano. El que el candidato de un partido u otro acabara imponiéndose en la carrera electoral se jugaba sin embargo en los grises, en pequeños desplazamientos dentro de cada uno de estos bloques y, muy en especial, en

El voto de los varones blancos -no así el de las mujeres- a Trump que descendió en un 8 %. De poseer una ventaja de 32 puntos, cayó a los 28, y este descenso hay que atribuirlo al incremento de la opción demócrata por parte del grupo de los de mayor nivel educativo y de la clase trabajadora

los combates librados dentro de los *swing states*, los estados en los que el voto mayoritario no está asegurado a favor de ningún candidato. En esta última elección, con record de participación electoral, la movilización relativa de unos grupos u otros ha sido decisiva.

Por la información ya disponible, y de forma sintética, los desplazamientos más reseñables habrían sido los siguientes: en lo referente a la polarización geográfica, los demócratas siguieron perdiendo posiciones en las zonas rurales en casi 40 estados, pero consiguieron compensarlo, no con el voto de las grandes ciudades, sino con el de los barrios residenciales, el escenario en el que se libró una de las grandes batallas electorales. Y esto fue aún más perceptible en estados decisivos como Pensilvania, Georgia, Arizona, Michigan o Wisconsin, donde se produjo un claro giro hacia Biden cuando en la anterior elección dieron su voto a Trump. Esto se complementa con otro dato objetivo, quizá uno de los más relevantes, la retirada de una buena parte del voto de los varones blancos -no así el de las mujeres- al candidato republicano, que descendió en un 8 por ciento. De poseer una ventaja de 32 puntos, cayó a los 28, y este descenso hay que atribuirlo al incremento de la opción demócrata por parte del grupo de los de mayor nivel educativo y, como enseguida veremos, de la clase trabajadora. Lo curioso, sin embargo, es que aumentó ligeramente el apoyo a Trump por parte de las minorías, aunque no lo suficiente como para compensar las pérdidas anteriores. Se ha destacado también cómo dentro de estas, dos minorías en particular, la asiática y la latina, se han desviado ligeramente de su anterior preferencia por los demócratas. En el caso de los asiáticos esto es particularmente significativo respecto de los de origen



Donald Trump portando la icónica gorra roja de su campaña de 2016 con el lema *Make America great again*.

vietnamita, y en el de los latinos, en los de origen cubano y venezolano. Con todo, hay que ser cauto a la hora de interpretar de forma homogénea el voto latino. Fue decisivo para que Trump ganara en Florida y Tejas, pero también para que, por ejemplo, no lo hiciera en Arizona y Nevada. Y esta conexión entre territorio y la distribución racial es algo que aún tardará en comprenderse del todo. La información disponible por ahora afecta sobre todo a los estados decisivos, pero no tanto a los demás.

Para Biden fue perentorio recuperar parte del voto blanco de la clase trabajadora al que Hillary Clinton no supo poner de su parte. Una de las causas de que la anterior candidata acabara perdiendo las anteriores elecciones fue precisamente su incapacidad para conseguir atraer a los trabajadores del *Rust Belt* o “cinturón del óxido”, zonas en pleno declive industrial en estados como Pensilvania, Ohio, Michigan o Wisconsin. La retórica trumpista prendió aquí enseguida con una inusitada eficacia. Su discurso a favor del *Make America great again* y en contra de las deslocalizaciones industriales fue de una enorme eficacia. Pero Biden consiguió ahora contrarrestarlo al hacer pequeños avances entre este sector de la población, un 5 por ciento más de lo que obtuvo Clinton, que junto con la mayor movilización del voto de color en Georgia y Arizona, potenciado también aquí por el latino, acabaría por otorgarle los estados que le condujeron a la victoria. Como puede observarse, pequeñas variaciones en la oscilación del voto en los *swing states*, además de la mayor movilización, contribuyeron a inclinar la balanza a su favor.

3

La polarización

A sí descrito, con los neutros instrumentos de la ciencia social, esta última elección presidencial estadounidense no sería muy diferente a otras. Y, sin embargo, como señalábamos al comienzo, su principal característica no fue ya tanto la particular distribución del voto, sino la polarización entre ambos contendientes. Hay que comenzar señalando que los Estados Unidos estaban ya polarizados antes de la aparición de Trump como candidato a la presidencia. En gran medida por la radicalización hacia la derecha de un sector del partido republicano, el *Tea Party*, que incentivó a que en el seno del partido demócrata ocurriera algo parecido hacia su izquierda, bien representado por los votantes de Bernie Sanders. El hecho es, como ha sido descrito por Ezra Klein, que un sistema bipartidista con una afiliación política débil, que tradicionalmente permitía acoger el pluralismo de la sociedad americana, fue dando paso poco a poco a la creación de dos grandes bloques dotados de cohesión identitaria interna y enfrentados de modo casi visceral en casi todas las cuestiones con dimensión público-política.

Un ejemplo, aparentemente banal, puede servir para ilustrar este hecho. En una encuesta celebrada en 1960 se preguntó a una muestra de la ciudadanía estadounidense



Un simpatizante de Trump portando una bandera confederada durante el asalto del Capitolio en enero de 2021.

En una encuesta celebrada en 1960 se preguntó a una muestra de la ciudadanía estadounidense sobre cuál sería su actitud si su hijo o hijo se casara con un miembro del partido opuesto al que ellos favorecían. Solo un 5 por ciento de los republicanos y un 4 por ciento de los demócratas reconocieron entonces que ello podría “molestarles”. Ese porcentaje fue aumentando en encuestas sucesivas

sobre cuál sería su actitud si su hijo o hijo se casara con un miembro del partido opuesto al que ellos favorecían. Solo un 5 por ciento de los republicanos y un 4 por ciento de los demócratas reconocieron entonces que ello podría “molestarles” (*upset*). Ese porcentaje fue aumentando en encuestas sucesivas hasta que en una de YouGov de 2010 se repitió la pregunta y se llegó al resultado siguiente: el 49 por ciento de los republicanos y el 33 por ciento de los demócratas se mostraron preocupados ante tal posibilidad. Ignoro cuáles serían hoy los números, pero casi con total seguridad serían aún mayores, del mismo modo en que los sentimientos que desataba esa animadversión serían también más profundos. El caso es que, como ha tratado de demostrar Lilliana Mason, en este país se habría desarrollado algo así como una “mega-identidad”, una identidad asociada a la adscripción política con capacidad para absorber todos los rasgos de la identidad de una persona, desde la profesión, el grupo de amigos o las pautas de consumo. La adscripción política dentro de cada uno de los dos partidos funciona, por tanto, como una especie de comunidad existencial o “grupo nosotros” respecto del cual “el otro” es un *out-group*, la alteridad. Lo político acaba impregnándolo todo, algo que se ve facilitado también por el consumo de medios de comunicación de parte y por la propia dinámica de las redes sociales, el lugar idóneo para hacer florecer teorías conspiratorias, sumergirse en cámaras de eco o consumir noticias falsas.

Algunos han tratado de ver en él a una nueva encarnación del fascismo; otros propenden a banalizarlo resaltando su carácter de producto del show business y sus tendencias narcisistas. Quizá lo que mejor se adapte a lo que ha venido practicando sea un “autoritarismo líquido” carente de modelo, convicciones o fines específicos salvo permanecer en el poder y obtener los mayores beneficios posibles

El resultado es la potenciación del antagonismo, la radicalización de las posiciones respectivas y, por consiguiente, la dificultad para mediar entre ambos bloques. Sobre ese trasfondo, el asalto al Capitolio bien puede interpretarse como una conclusión lógica de un progresivo enconamiento entre ambos polos. Aunque aquí no debe adoptarse una actitud equidistante. Una de las constantes de la incorporación de un personaje como Donald Trump a la política americana ha sido el buscar inflamar la inquina y propagar el odio hacia la otra parte, el abundar en descalificaciones gratuitas del adversario político, en la sistemática distorsión de la realidad –el “presidente de las 30 000 mentiras”– y el despreciar olímpicamente las reglas escritas y no escritas de lo que significa el ejercicio del más alto cargo institucional de la política de los Estados Unidos. Algunos han tratado de ver en él a una nueva encarnación del fascismo; otros propenden a banalizarlo resaltando su carácter de producto del *show business* y sus tendencias narcisistas. Quizá lo que mejor se adapte a lo que ha venido practicando sea un “autoritarismo líquido” (H. Geiselberger), impulsos autoritarios carentes de modelo, convicciones o fines específicos salvo permanecer en el poder y obtener los mayores beneficios posibles de ello.

Sea como fuere, es el primer presidente de la historia de este país que se va a someter a dos procesos de *impeachment*, uno por sus actividades antes de su acceso al cargo, y otro por su presunta incitación a asaltar el Congreso. Este hecho ha provocado que otras de sus actividades menos conspicuas pasen ahora a un segundo plano, pero que no por eso son de menor gravedad, como el valerse de su cargo para favorecer sus negocios personales, el utilizar la Casa Blanca para reuniones partidistas o el designar a familiares para ocupar posiciones políticas clave. A falta de todo lo que todavía puede salir a la luz, que casi con total seguridad nos ofrecerá una imagen aún más siniestra de este personaje.

Precisamente por todo esto es necesario retornar a la pregunta que nos hacíamos al principio. ¿Cómo es posible que alguien así consiguiera el apoyo de 74 millones de votos y la firme lealtad de su propio partido? Esto último seguro que responde a consideraciones de oportunidad política de un partido que a partir de ahora necesitará reinventarse, y que acabará pagando cara su apuesta. El misterio reside en su gran popularidad, que solo es explicable a partir de ese dato que acabamos de ver, la polarización extrema que caracteriza a la sociedad estadounidense. Bajo estas condiciones, tiende a dominar eso que se denomina el “partidismo negativo”: lo que cohesiona en un bloque no es ya tanto la identificación positiva con todos los que integran el propio grupo cuanto la animadversión hacia el otro. Gustara más o menos, Trump era el líder de los “nuestros”, que fuera una persona carente de integridad moral o un gobernante mediocre sería una cuestión secundaria ante el peligro de que la otra parte pudiera acceder al poder. Solo así se explica el misterio. Desde luego, hay razones más profundas, desde las heridas aún sin restañar que vienen casi de los mismos orígenes de la república americana, como es el racismo, o las nuevas producidas por la globalización, el espectacular aumento de la desigualdad y otras patologías sociales creadas por la sociedad tecnológica de nuestros días. Pero esto sería para otro artículo.

El desafío para Biden es inmenso porque su mayor tarea ahora, como él mismo ha reconocido, es buscar la reconciliación entre las dos almas de la sociedad estadounidense. Y tengo para mí que a estos efectos no basta solo con introducir un nuevo estilo de gobierno, el tender la mano a la otra parte o favorecer, en general, una cultura del entendimiento. Tanto el ataque al Congreso como la negación del resultado electoral apunta a algo de mayor envergadura; a saber, la relegitimación de las instituciones y prácticas democráticas. Y para ello será fundamental que no sobreviva el trumpismo después de Trump, algo sobre lo que ahora solo podemos especular, pero sin lo cual no habrá salida a la vista para la restauración de esta gran nación.

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, hizo estudios de postgrado en la Universidad de Maryland gracias a una beca Fulbright.

Inició su carrera profesional en periodismo económico y comunicación corporativa, para después pasar a dirigir la edición española de la revista Foreign Policy, que después se convirtió en *esglobal*. Es también coordinadora editorial de la revista Pensamiento Iberoamericano, editada por Segib. Ha sido subdirectora general de la Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE). Es miembro de diversas organizaciones nacionales e internacionales, entre ellas, el Consejo español de ECFR (European Council on Foreign Relations), el Consejo Científico del Real Instituto Elcano, los Patronatos de la Fundación Educación para el Empleo Europa y de Alianza por la Solidaridad y la Junta directiva del capítulo español del Club de Roma.

Cristina Manzano

Directora de *esglobal*, publicación especializada en análisis internacional, es también columnista de *El País* y de *El Periódico de Catalunya*, y miembro de diversas organizaciones dedicadas a las relaciones internacionales.



Trump: el presidente QUE NO AMABA A LAS MUJERES

Cristina Manzano

1

Trump: el presidente que no amaba a las mujeres

“Si bien puedo ser la primera mujer en este cargo, no seré la última, porque cada niña que está viendo lo que ha ocurrido esta noche ve que este es un país de posibilidades”. Fue la frase más repetida del discurso de Kamala Harris tras la victoria electoral. Un homenaje a quien se la inculcó, a su principal referencia: su madre.

La lucha por la igualdad y por la diversidad forma parte del ADN de Harris. Nacida y educada en la California del activismo anti imperialista, anti racista y anti Vietnam, la vicepresidenta electa de Estados Unidos está acostumbrada a ser pionera en muchas de las facetas de su vida. A lo largo de su carrera ha sido la primera mujer negra en ser elegida fiscal de distrito en San Francisco; en ser elegida fiscal general del estado de California, y la primera senadora indoamericana. Desde el 20 de enero es la primera mujer, la primera persona negra, la primera de origen indio y la primera de origen jamaicano en ocupar la vicepresidencia.

Tras la dramática derrota de Hillary Clinton en 2016 hay algo de justicia divina en todo esto. La inmensa decepción en aquel momento surgía de lo inesperado del resultado; pero también de que las esperanzas de ver, finalmente, a una mujer en la Casa Blanca se desvanecieran de la mano de un personaje abiertamente machista y misógino. Su “momento estelar”, la publicación durante la campaña de un viejo vídeo en el que, de la manera más vulgar, el entonces empresario daba su opinión sobre las mujeres como mero objeto de usar y tirar.

Sí, la derrota de Hillary Clinton y la victoria de Donald Trump supusieron un gran golpe para el feminismo y la lucha por la igualdad. Durante la Administración Trump la causa de las mujeres ha sufrido frenos y retrocesos, de la mano de una agenda ultraconservadora que ha puesto en jaque derechos adquiridos. Pero Trump también ha servido de catalizador de nuevos movimientos y de nuevos modos de impulsar la igualdad y la equidad de género. Su efecto más visible: el aumento de la representación política femenina.

He aquí un resumen del impacto que la presidencia Trump ha tenido sobre la lucha de las mujeres por la igualdad en Estados Unidos.

2

Tomar las calles, tomar las redes

Nadie entendía cómo habían podido fallar tan estrepitosamente las encuestas. El triunfo de Trump no figuraba en el radar del ejército de expertos y analistas volcados en el juego electoral. Una vez que ocurrió, sus esfuerzos se dirigieron a diseccionar a esos millones de votantes que se les habían escapado. Si eso era así en general, mucho más con las mujeres. Costaba entender que, con su discurso y su campaña, ellas pudieran haber votado por él. Lo cierto es que fue Hillary Clinton quien ganó el voto femenino total (con un 54 %), pero un 53 % de las mujeres blancas votó a Trump, quien también ganó, dos a uno, el voto de las mujeres blancas sin educación universitaria.

Las grandes movilizaciones empezaron al día siguiente de la llegada a la presidencia de Trump. Mientras este se empeñaba en defender la falsedad de que su toma de posesión había reunido a más gente que la de Barack Obama, la Marcha de las mujeres sacaba a las calles a más de medio millón de personas en Washington, muchas de ellas armadas con un simbólico gorro de punto rosa, y a más de 6 millones en 34 países de todo el mundo. El mensaje era claro: no queremos dar un paso atrás en nuestros derechos. También lograba transmitir un sentido de unidad de propósito más allá de las fronteras norteamericanas. Apenas unas semanas más tarde, la celebración el 8 de marzo del día internacional de la mujer tuvo una resonancia especial.

Es difícil concebir el movimiento #MeToo, que surgió unos meses después, sin el ambiente generado por las marchas de las mujeres. La denuncia de los abusos sexuales en la industria del cine no era nueva, como tampoco lo era el propio lema, pero el tuit lanzado por la actriz Alyssa Milano en octubre de 2017 cayó en terreno más que abonado.

El poder amplificador y universalizador de las redes sociales facilitó que la denuncia se extendiera como un reguero de pólvora a través de países y de idiomas. En Estados Unidos, un primer foco fue Harvey Weinstein, el todopoderoso gigante de la industria cinematográfica que, según se fue revelando ampliamente, había acompañado su carrera de éxitos con otra de depredador sexual. Pero no fue el único. Igual o más escandaloso fue el caso del magnate Jeffrey Epstein, con su extensa red de prostitución de lujo de menores que alcanzó a numerosas y prominentes figuras de los negocios y la política.

La reacción en contra de todo lo que suene a feminismo por parte de determinados grupos ha sido otra de las consecuencias del #MeToo, incluida la denuncia de una supuesta “caza de brujas” contra los hombres.

El #MeToo se convirtió en tema central en el debate público y muchas mujeres de toda condición y en todo el mundo se atrevieron a insinuar, confesar o comentar sobre sus propias experiencias. Uno de sus mayores logros fue la capacidad de mostrar la enorme dimensión que el abuso sexual tenía en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, ya fuera en el mundo corporativo, el académico, el deportivo o el político, entre otros muchos.

En el Parlamento Europeo, por ejemplo, un grupo de mujeres y hombres puso en marcha el blog #MeTooEP¹, para denunciar todo tipo de abusos, desequilibrios de poder y violencia contra las mujeres en el seno de la institución. El descubrimiento de numerosos casos de acoso marcados por la diferencia jerárquica fue una sorpresa para muchos, pero algo habitual y conocido para otros y, sobre todo, otras. En octubre de 2017 el PE aprobó una resolución para combatir el acoso sexual, cuyas demandas fueron reiteradas por la cámara salida de las elecciones de 2019.

El #MeToo contribuyó también cambiar el debate sobre los límites de la galantería y de lo considerado correcto por las sociedades. Durante la última campaña electoral, Joe Biden fue acusado por varias mujeres de haberse sobrepasado en diversos momentos de su trayectoria política con sus muestras de afecto. En otra época tales gestos eran considerados “normales”; hoy han dejado de ser aceptables.

¹ <https://metooep.com>



La doctora Christine Blasey Ford jurando antes de su testimonio en el Senado.

En el complejo sistema político estadounidense, las mujeres obtenían ratios de éxito similares a los de los hombres una vez que se lanzaban a competir; lo que les costaba más era tomar la decisión de entrar en la carrera política

Posiblemente uno de los momentos más simbólicos en estos años fue el del testimonio en el Senado de la doctora Christine Blasey Ford durante la confirmación del juez Brett Kavanaugh como magistrado del Supremo en octubre de 2018. Allí, entre el apoyo y la admiración, por un lado, y el desprecio y los ataques, por otro, de mujeres y hombres de todo el país, Blasey Ford relató cómo el juez había intentado violarla cuando ambos eran adolescentes. Con estrecho margen, Kavanaugh, apoyado por Trump en su “conquista” conservadora del Supremo, ganó la votación. Meses después, Blasey Ford seguía recibiendo amenazas de muerte y no había podido volver a trabajar.

Porque la reacción en contra de todo lo que suene a feminismo por parte de determinados grupos ha sido otra de las consecuencias del #MeToo, incluida la denuncia de una supuesta “caza de brujas” contra los hombres. Sin embargo, aunque la perspectiva histórica aún es corta, los cambios de mentalidad y de actitud que ha impulsado y reforzado el movimiento parecen ya lo suficientemente profundos como para tener un impacto a largo plazo.

3

A la conquista de la política

La llegada de Donald Trump a la Casa Blanca introdujo asimismo nuevos incentivos para aumentar la presencia de mujeres en política.

En el análisis sobre igualdad de género, siempre ha resultado paradójico que Estados Unidos, el país de las libertades y de la lucha por los derechos civiles, tuviera una representación política femenina muy por debajo de la media de otras democracias consolidadas: en aquel momento, el Congreso americano contaba con poco más del 19 % de mujeres entre sus representantes, mientras que en el Senado la cifra ascendía ligeramente a un 21 %. En España era del 40 %.

En el complejo sistema político estadounidense, las mujeres obtenían ratios de éxito similares a los de los hombres una vez que se lanzaban a competir; lo que les costaba más era tomar la decisión de entrar en la carrera política. Entre las razones que pueden explicar esta realidad, la falta de autoconfianza, la falta de redes y contactos en un entorno tradicionalmente masculino, un factor fundamental sobre todo a la hora de recaudar fondos, o las propias estructuras de los partidos (no existen, por ejemplo, listas cremallera, como en España).



Gina Haspel fue la primera mujer en dirigir la CIA, entre 2017 y 2021.

Conscientes de esas carencias, diversas organizaciones llevan décadas dedicadas a animar, formar y apoyar a mujeres para que presenten sus candidaturas. Por tamaño y por impacto, la más destacada es Emily's List, que se define como la mayor fuente de recursos (de financiación, pero no solo) para las mujeres en política de todo el país. Fundada en 1985, busca reclutar mujeres demócratas partidarias del aborto y promover un cambio positivo.

Según la propia organización, entre 2017 y 2018, 42 000 mujeres expresaron su interés por presentar alguna candidatura, ya fuera local, estatal o federal. En el ciclo político anterior lo habían hecho 920². En esos dos años primeros de la presidencia Trump, 3 379 mujeres fueron candidatas en elecciones estatales, 16 mujeres fueron candidatas para el cargo de gobernadoras y 529 mujeres fueron candidatas al Congreso en las elecciones de medio mandato (329 lo habían sido en 2016). Claramente, algo se movía en la política estadounidense.

El resultado final es una curva en ascenso. Tanto la Cámara de Representantes como el Senado obtuvieron la mayor representación femenina de la historia: en la primera pasó de 83 a 102; en el segundo, de 21 a 25 (después 26, tras la renuncia por enfermedad de un senador). En total, un Congreso ocupado por casi un 24 % de mujeres.

Por primera vez, además, obtuvieron escaño dos mujeres musulmanas y dos mujeres nativo-americanas. Además de ganar su escaño, Alexandria Ocasio-Cortez ganó el título de convertirse en la legisladora más joven del país.

4

Todas las mujeres del presidente

Además de quienes han combatido en el terreno electoral, ¿cuál ha sido la presencia de mujeres en el equipo directo del presidente?, ¿en los ámbitos de poder cuya elección recaía en él?

La imagen del gobierno —el “gabinete”— Trump ha sido mayoritariamente masculino y mayoritariamente blanco: solo 4 de las 24 personas que lo han formado son mujeres, un 16 %. Una de ellas, Gina Haspel, ha sido la primera mujer en dirigir la Agencia Central de Inteligencia (CIA). Los gobiernos de Obama llegaron al 33 %, aunque seguían estando lejos de la paridad.

Donald Trump ha sido definido por alguna de sus colaboradoras como el “campeón de las mujeres” y él ha presumido a menudo de tener más mujeres en su equipo que ningún otro presidente. Pero la realidad es algo distinta.

Un repaso a los puestos principales de designación política muestra que en torno a un tercio han sido ocupados por mujeres. Entre la plantilla de la Casa Blanca de más alto rango, la cifra ascendía a un 40 %. En la Administración Obama era del 50 %.

Brookings ha publicado recientemente un estudio sobre los colaboradores principales con más influencia de los presidentes, desde Ronald Reagan hasta Donald

² <https://www.emilyslist.org/news/entry/the-2018-midterm-elections-by-the-numbers>

La brecha salarial entre mujeres y hombres en la actual Casa Blanca es mayor que la brecha nacional, y mayor de lo que lo fue en la era Obama. Hoy las mujeres ganan, de media, 69 céntimos por cada dólar que gana un hombre; a nivel nacional la diferencia es de 82 céntimos por dólar; con Obama fue de 89 céntimos por dólar

Trump³. El conocido como “equipo A” de Trump estaba formado por un 23 % de mujeres. Menos que con Obama (34 %), menos que con George W. Bush (27 %), menos que con Clinton (30 %).

Tampoco se han visto favorecidas las mujeres en la Administración en cuanto a remuneración se refiere en estos cuatro últimos años. La brecha salarial entre mujeres y hombres en la actual Casa Blanca es mayor que la brecha nacional, y mayor de lo que lo fue en la era Obama. Hoy las mujeres ganan, de media, 69 céntimos por cada dólar que gana un hombre; a nivel nacional la diferencia es de 82 céntimos por dólar; con Obama fue de 89 céntimos por dólar⁴.

En el papel que desempeñan las mujeres en una presidencia, mucha atención suele dedicarse a la primera dama, un cargo cuya definición sigue siendo borrosa. En la memoria, siempre, Eleanor Roosevelt, la primera en utilizar su posición para luchar por causas como los derechos civiles, los derechos de las mujeres y los derechos humanos, en una época en la que era mucho más difícil hacerlo.

La esposa del presidente está sometida, desde el primer momento, al mayor escrutinio mediático, lo que ha contribuido a menudo a perpetuar los estereotipos de género en torno a la Casa Blanca. Cuestiones como la ropa, los menús o la decoración predominan tradicionalmente en las informaciones sobre ellas, a lo que se suman las causas que cada una elige encabezar. Melania Trump no

lo tenía fácil, por su propia trayectoria –primera primera dama en ser extranjera, modelo, en no tener el inglés como lengua materna–, por la idiosincrasia de su marido y por ser la sucesora de una mujer de conocida carrera profesional y destacada personalidad como Michele Obama.

Trump no pasará a la historia de las primeras damas como una de las más relevantes. La causa que ha liderado, por la defensa de los niños que sufren acoso, nació tarde y descafeinada. Pero sí habrá sido una de las que más atención –a menudo con un tufo misógino– ha recibido por parte de los medios, a los que detesta. Sus diversas ausencias públicas han levantado todo tipo de especulaciones y con frecuencia ha sido un blanco más en los ataques dirigidos a su marido.

Mucho más controvertido ha sido el papel de la “primera hija”, Ivanka Trump. Nombrada “asesora especial”, la hija del presidente contó con oficina sin sueldo desde el primer momento. Las acusaciones de nepotismo y de rozar las fronteras de lo ilegal fueron subiendo de tono a medida que la presencia de Ivanka se hacía más omnipresente y alcanzaron su punto más alto, posiblemente, cuando Trump le pidió que ocupara su asiento durante unos instantes durante la reunión del G20 celebrada en Japón en el verano de 2019. El momento más extraño fue la foto de familia de los líderes globales en la que ella, que no era representante oficial de ningún país, aparece al lado de su padre. La falta de límites entre los asuntos familiares y de Estado, entre los intereses generales y los negocios privados, ha tenido su máximo exponente en la pareja Ivanka Trump-Jared Kushner (su marido), también asesor áulico del presidente.

5

Frenos, retrocesos y cambios en la agenda feminista

Desde una perspectiva progresista, la Administración Trump ha usado todos los mecanismos a su alcance para hacer avanzar una agenda conservadora que ha implicado, en muchos casos, retrocesos en los derechos adquiridos por las mujeres.

Se ha restringido o dificultado el acceso al aborto o a anticonceptivos dentro de la cobertura sanitaria del Obamacare, con argumentos religiosos, y se han puesto trabas a mecanismos que luchaban contra la

³ Tenpas, Kathryn Dunn, The President's Advisors. An Analysis of women on the president's "A Team", Brookings, June 2020, <https://www.brookings.edu/essay/the-presidents-advisors-an-analysis-of-women-on-the-presidents-a-team/>

⁴ Carrazana, Chabeli, Women in President Donald Trump's White House earn 69 cents for every \$1 paid to male staffers, The 19th, September 17, 2020, <https://19thnews.org/2020/09/gender-pay-gap-trump-white-house/>

En el ambiente enrarecido provocado por el coronavirus y la campaña electoral, los grupos supremacistas blancos, con su defensa del papel de la mujer como madre y ama de casa, han tenido una presencia desmesurada en la agenda informativa

discriminación salarial por género o contra el acoso sexual en las universidades. También se ha recortado la cantidad máxima de dinero que un trabajador puede percibir por horas extra, una medida que afecta especialmente a madres solteras y a mujeres negras, y se ha retirado la protección sanitaria a las personas trans. Asimismo, se ha cambiado el concepto de violencia doméstica, dejando fuera el maltrato psicológico. Son solo algunos ejemplos⁵. A ello se sumó la decisión de separar a los niños de sus madres en la frontera, como parte del endurecimiento de su política migratoria, una medida que suscitó un rechazo generalizado dentro y fuera del país.

Trump se aseguró además de que esta agenda tuviera una proyección en el tiempo, más allá de su presidencia, con la paulatina transformación del Tribunal Supremo en una institución de mayoría conservadora. El colofón de esta estrategia ha sido el nombramiento de la jueza Amy Coney Barrett en sustitución de la fallecida Ruth Bader Ginsburg apenas unos días antes de las elecciones.

A todo ello se suma el desproporcionado mayor impacto que la COVID-19 está teniendo en el empleo femenino. Entre las causas que lo explican, el mayor

número de mujeres en sectores que dependen de la distancia social –como hostelería o cuidados– y que han tenido que dejar sus empleos para poder atender a sus hijos al cerrar las escuelas durante el confinamiento⁶. En ambos casos, son también las mujeres de color las que más han sentido los efectos negativos de la pandemia.

En el ambiente enrarecido provocado por el coronavirus y la campaña electoral, los grupos supremacistas blancos, con su defensa del papel de la mujer como madre y ama de casa, han tenido una presencia desmesurada en la agenda informativa, mucho mayor de lo que su peso en la sociedad estadounidense justificaría.

Dentro de la movilización feminista de los últimos cuatro años, ha sido precisamente el feminismo negro el que ha emergido con mayor fuerza y originalidad, en un año además marcado por el movimiento #BlackLivesMatter. Títulos como *Hood Feminism*, de Mikki Kendal, *This is Major: Notes on Diana Ross, Dark Girls and Being Dope*, de Shayla Lawson son solo dos ejemplos de obras publicadas en 2020 que reivindican el lugar de las mujeres de color.

6

De nuevo, la política

La tendencia creciente en la presencia de mujeres en la política, reflejada en las elecciones de mitad de mandato en 2018, se ha visto confirmada en 2020.

La primera “prueba de fuego” fueron las primarias demócratas. Del total de 28 candidatos a la carrera presidencial, 6 fueron mujeres, algo más del 21 %. Al final, como bien se sabe, el ganador fue, de nuevo, un hombre mayor y blanco, Joe Biden. El nuevo presidente, sin embargo, cumplió su promesa de seleccionar a una mujer para la vicepresidencia y ha configurado un gabinete bajo los principios de la diversidad y la paridad. En unas elecciones que se plantearon, en buena medida, como las “de las mujeres” y con una movilización electoral sin precedentes, Joe Biden obtuvo el 57 % del voto femenino, mientras que un mayor número de hombres votó a Trump (53 %). El demócrata arrasó entre las mujeres de color (un 90 %) y entre las latinas

⁵ Ahmed, Osub, Phadke, Shilpa and Boesch, Diana, Women Have Paid the Price for Trump's Regulatory Agenda, Center for American Progress, September 10, 2020, <https://www.americanprogress.org/issues/women/reports/2020/09/10/490241/women-paid-price-trumps-regulatory-agenda/>

⁶ Alon, Titan et al., The shecession (she-recession) of 2020: Causes and consequences, VoxEU-CEPR, September 22, 2020, <https://voxeu.org/article/shecession-she-recession-2020-causes-and-consequences>



Camala Harris en un acto de campaña en Florida.

(un 69 %). Pero el republicano consiguió más votos entre la población blanca: un 61 % de los hombres y un 55 % de las mujeres, dos puntos más en este caso que en 2016⁷.

Más allá de la Casa Blanca, en enero de 2021 ocupan sus puestos 118 mujeres en la Cámara de Representantes y 26 senadoras; un 27,1 % en el total del Congreso⁸. Un paulatino avance pero que sigue estando, sin embargo, muy lejos de otras democracias como España (46,85 %), Suecia (46,4 %) o Finlandia (41,5 %). Pese a que la mayor parte de dichas mujeres en el Congreso estadounidense pertenecen al Partido Demócrata -106 frente a 37 republicanas- son estas las que mayor avance numérico han hecho con respecto a las elecciones anteriores.

100 años después de que en Estados Unidos entrara en vigor la Decimonovena enmienda de la Constitución, que garantiza el mismo derecho al voto a hombres y mujeres, todavía queda un largo recorrido para alcanzar la igualdad. La llegada de Kamala Harris a la vicepresidencia supone un salto de gigante en ese camino.

En enero de 2021 ocupan sus puestos 118 mujeres en la Cámara de Representantes y 26 senadoras; un 27,1 % en el total del Congreso. Un paulatino avance pero que sigue estando, sin embargo, muy lejos de otras democracias como España (46,85 %), Suecia (46,4 %) o Finlandia (41,5 %)

⁷ Hall, Madison, Gal, Shyanne, How the 2020 election results compare to 2016, in 9 maps and charts, Business Insider, November 18, 2020, <https://www.businessinsider.com/2016-2020-electoral-maps-exit-polls-compared-2020-11#as-voters-education-levels-increase-theyre-more-likely-to-vote-for-clinton-or-biden-instead-of-trump-5>

⁸ <https://cawp.rutgers.edu/election2020-results-tracker>

Licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, con premio extraordinario fin de carrera, y título de Magister ABC-UCM. Becario Fulbright y M.A. (1996) en *International Relations & Mass Media* por la Universidad de Georgetown. Su tesis doctoral está dedicada a la comunicación política de la Casa Blanca.

Como periodista profesional, ha desempeñado durante veinte años la corresponsalía del diario *ABC* en Washington D.C. Ahora es columnista de Internacional y analista para diferentes medios audiovisuales e instituciones. Además de autor de artículos en revistas científicas y especializadas, escribe regularmente en el blog Diálogo Atlántico del Instituto Franklin-UAH. Forma parte del grupo de investigación UNISCI y es miembro del Capítulo Español del Club de Roma. En 2018 obtuvo el Diploma de Excelencia Docente de la Universidad Complutense de Madrid.

**Pedro
Rodríguez**

Profesor de Relaciones
Internacionales en la
Universidad Pontificia
Comillas ICAI-ICADE



Twitter: @PedroRodriguezW

La maquinaria de la falsedad: @realDonaldTrump

Pedro Rodríguez

Excepcional no es necesariamente un adjetivo con una connotación positiva, sobre todo cuando se aplica al estudio de la comunicación política practicada por el trumpismo durante los últimos cuatro años con consecuencias nefastas para la democracia de Estados Unidos. Desde su desembarco presidencial –tras haber ganado en 2016 una mayoría del voto electoral pero no una mayoría del popular en un sistema irónicamente diseñado para evitar la llegada de peligrosos demagogos al poder– Donald Trump ha utilizado la comunicación política de la Casa Blanca para inyectar en la vida pública americana una sobredosis de mentiras, hechos alternativos, desinformación, teorías conspirativas y posverdad. Toda esta maquinaria de la falsedad, sin precedentes en la política de Estados Unidos, ha conseguido elevar la tradicional polarización del gigante americano hasta niveles de crispación y disfuncionalidad incompatibles con un sistema democrático de referencia para el resto del mundo.

Por supuesto, la última consecuencia de este deliberado proceso de degradación política ha sido el asalto perpetrado el pasado 6 de enero de 2021 al Capitolio en Washington, justo durante la jornada

parlamentaria en la que los miembros de la Cámara de Representantes y del Senado procedían a validar los resultados del Colegio Electoral fruto de las elecciones celebradas el 3 de noviembre de 2020. Este ataque, violento y estrafalario a la vez, estuvo precedido por una arenga de Trump basada en la gran mentira de un masivo fraude electoral y tipificada como “incitación a la rebelión” en su segundo proceso de *impeachment*.

En un contexto histórico, Trump ha llevado hasta el último (y más nocivo) extremo algunas de las tendencias avanzadas en la comunicación política de la moderna Presidencia de Estados Unidos, que arranca con la llegada a la Casa Blanca en marzo de 1933 de Franklin Delano Roosevelt bajo circunstancias extremas de cuestionamiento social y desafección política comparables a las actuales. En el historial de otros recientes ocupantes del despacho oval figuran también intentos sistemáticos por desacreditar a los medios de comunicación (*fake news media*) con el fin de evitar la necesaria fiscalización periodística del poder político. Trump también ha avanzado y abusado como ningún otro presidente en la vieja aspiración, compartida por casi todos sus antecesores, de apelar directamente a la opinión pública sin la intermediación de la prensa.

Incluso la narrativa política desplegada por Trump tiene elementos bastante familiares dentro de la tradición populista americana que se remonta por lo menos al séptimo presidente de Estados Unidos: Andrew Jackson. De hecho, no son pocos los presidentes que en su camino a la Casa Blanca se han servido de un relato *anti-establishment* basado en la lucha contra nefarios intereses atrincherados en Washington que no representan al pueblo Estados Unidos. Aunque ninguno de ellos ha llegado a plantear como el trumpismo una amenaza tan grave para la democracia y la convivencia en un país tan diverso y multiétnico.

Además de haber multiplicado la distancia entre los ideales de Estados Unidos y su realidad más cuestionable, el nacional-populismo de Trump ha terminado por convertirse en un proyecto político con vida propia, completamente al margen de los parámetros tradicionales del Partido Republicano. A la vista de los 74,2 millones de votos obtenidos en las elecciones del 3-N¹ frente a los 81,2 millones de Joe Biden, el trumpismo y todas sus exitosas ramificaciones internacionales han llegado para quedarse. Al igual que la nefaria comunicación política que todos ellos comparten.

1

Reality TV & Reality Politics

Durante el mandato presidencial de Donald Trump, Estados Unidos ha dejado de ser reconocible por el resto del mundo, desde su política internacional a su política doméstica pasando por la catastrófica gestión de la pandemia. Esta desfiguración, incluso grotesca, ha coincidido con la extraordinaria capacidad de Donald Trump a la hora de monopolizar siempre a su favor la atención pública y de controlar la conversación nacional. Esta personalista sobrecarga de la opinión pública, como si Estados Unidos hubiera pasado del #MeToo al #OnlyMe², ha sido clave en la comunicación política del trumpismo.

Él mismo lo avanzó en la ya famosa crónica publicada por la revista TIME en la primera semana de marzo de 2016³, Trump dejó claro que la clave de poder en una democracia televisada como Estados Unidos son los índices de audiencia: “Cuando voy a uno de esos

La precampaña de Trump consistió en protagonizar catorce temporadas de su propio reality en la cadena NBC: The Apprentice. Un popular concurso, supuestamente basado en la búsqueda de talento para los negocios, que sirvió a Trump para popularizar la imperativa consigna: You are fired!

programas, la audiencia se duplica. Se triplica. Y eso te da poder. No son las encuestas. Son los *ratings*”. A bordo del rutilante avión privado de Trump, el periodista David Von Drehle explicaba cómo el candidato se entregaba durante sus desplazamientos en vísperas del *Super Tuesday* al narcisismo mediático sin importarle que la cobertura recibida fuera positiva, negativa o neutral: “Trump entra y se encarama al final de su cabina, toma el mando a distancia y comienza a cambiar de un canal de noticias a otro. Lo que ocurre a continuación es simplemente extraordinario. Durante todo el vuelo de una hora desde Virginia al sur de Georgia, casi cada minuto de cada emisión se concentra exclusivamente en él. Seguro, es rico. Pero ¿cómo es posible que este tipo, un *conseguidor* ligeramente corpulento de un barrio no del centro de Nueva York con cabeza para los números y el don de la palabra, sea la única noticia en el mundo?”.

Para empezar a responder a esta pregunta habría que fijarse en la forma en que Donald Trump ha contribuido a la *espectacularización* de la política para beneficio propio con una estrategia de *reality show*. De hecho, la precampaña de Trump consistió en protagonizar catorce temporadas de su propio *reality* en la cadena

¹ Los gráficos más completos e interactivos sobre el resultado de las elecciones del 2020 pueden encontrarse en la web del New York Times: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/11/03/us/elections/results-president.html>

² Este enfermizo narcisismo se habría contagiado incluso entre sus acérrimos seguidores, como ilustra el volumen de *selfies* y videos del asalto al Congreso.

³ Von Drehle, D. (3 de marzo 2016). Donald Trump's Wild Ride. *TIME Magazine*.



Donald Trump estuvo 14 años en antena con *The Apprentice* / Foto: NBC

NBC: *The Apprentice*. Un popular concurso, supuestamente basado en la búsqueda de talento para los negocios, que sirvió a Trump para popularizar la imperativa consigna: *You are fired!* (Despedido)⁴. Y sobre todo presentarse ante una masiva audiencia como alguien, perfectamente maquillado e iluminado, que sentado detrás de un escritorio tomaba decisiones, aunque fuera banales. Si se dice que toda campaña es un esfuerzo por visualizar a un candidato ocupando el puesto de responsabilidad deseado, Trump tuvo catorce temporadas para ser visualizado como un líder.

Al hilo de las primarias republicanas de 2016, Trump empezó por transformar todo ese ordenado, ejemplar y democrático proceso de selección de candidatos a la Casa Blanca con ayuda del voto popular en lo más parecido a un *reality show*. El calendario gradual de primarias, especialmente concurridas cuando no se trata de un presidente aspirando a un segundo mandato⁵, implica una necesaria criba respaldada por los sondeos de intención de voto. Lo que en la práctica supone que para ser invitado a sucesivos debates hace falta contar con el beneplácito de la audiencia, una dinámica que Trump consiguió equiparar al proceso de eliminación de concursantes televisivos a través del veredicto de audiencia.

Quizá el diagnóstico más perspicaz sobre esta perturbadora transformación del proceso político en Estados Unidos lo realizó Jeb Bush, el fracasado candidato republicano que aspiraba a continuar la dinástica política iniciada por su padre y hermano mayor. Al anunciar el final de su fracasada campaña tras las primarias de Carolina del Sur de febrero de 2016, Bush vino a reconocer que le habían votado fuera de la isla.

En esta televisiva lucha por la Casa Blanca, la Casa de la Pradera terminó degenerando en la Casa de Gran Hermano. Como tiburón de la palabra, Trump no ha dudado en romper con el tono y los parámetros tradicionales de la retórica política en Estados Unidos. Con sus declaraciones extemporáneas e insultantes, constantes gesticulaciones y la creación de una subtrama muy particular, la serie de debates republicanos en 2016 se convirtió en lo más parecido a *The Donald Trump Show*, un formato prolongado tras su victoria electoral a cuatro años en la Casa Blanca.

Dentro de su exitosa carrera política guionizada, Trump ha aprovechado la dinámica competitiva de los *reality*, según la cual tiende a ganar el concursante que mejor conecta con la audiencia a través la pose más

⁴ Consigna especialmente disfuncional para la política en Washington, donde el presidente no puede despedir a nadie bajo un sistema constitucional de controles y equilibrios que fuerza al compromiso constante.

⁵ En las primarias de 2016 Trump empezó compitiendo para sumar los 1237 delegados requeridos para la nominación presidencial republicana contra el Bush de Florida, Walker, Huckabee, Carson, Cruz, Rubio, Paul, Christie y Kasich. El grupo era tan excepcionalmente grande que la cadena Fox News tuvo que hacer otro debate adicional fuera de prime time para dar una mínima oportunidad a un segundo escalón de candidatos con menores perfiles en las encuestas de intención de voto. En la llamada “mesa de los niños pequeños” participaron Perry, Santorum, Jindal, Fiorina, Graham, Pataki y Gilmore.



Momento en el que todas las cadenas norteamericanas interrumpieron la conexión con la Casa Blanca cuando Trump acusó a los demócratas de estar robando las elecciones.

genuinamente *freaky*. Con el agravante de confundirse la mala educación con la sinceridad. Incluso cuando el magnate no tenía muchas ganas de actuar, su silencio terminaba siendo la gran noticia en la sucesión de debates que jalonan el proceso de primarias. En este sentido, Trump como virtuoso del auto-bombo se entiende como para de la evolución del concepto de fama durante el siglo XXI. Es decir, el famoso que en ausencia de cualquier otro mérito discernible es únicamente famoso por ser famoso. Entre los elementos típicos de los *reality* incorporados por Trump a su trama política destacan la confrontación permanente, la bronca tan denigrante como banal, los insultos, los contenidos morbosos y la exaltación de lo soez. En definitiva, este popular subgénero televisivo se caracteriza por exhibir una deprimente falta de respeto y civismo, apelando de forma permanente a los peores instintos de la audiencia. Aspectos incorporados por Trump a toda su comunicación política en la Casa Blanca, intentando redefinir lo que es aceptable y no es aceptable para un presidente de Estados Unidos.

Al estimular los peores instintos de su frustrada audiencia con el *statu quo* y el *establishment*, Trump ha fomentado unos niveles de confrontación, e incluso violencia, que resultan incompatibles con la intensa pero

generalmente ordenada competición por el poder político en Estados Unidos. Las peleas, agresiones y altercados se han convertido en parte integral de sus mítines, ya de por sí sobrecargados con declaraciones misóginas o/y xenófobas. Hasta él mismo se ha llegado a comprometer públicamente a sufragar los costes en que pudieran incurrir sus seguidores implicados en alguna de estas forzadas trifulcas.

Con esta transformación de la política en un *reality show*, Trump también habría conseguido formular una realidad paralela⁶, al igual que estos populares formatos televisivos. En esa realidad paralela, él actúa como único protagonista, heroico y ganador. En 2017, *The New York Times*⁷ publicó que el presidente Trump había insistido a sus ayudantes desde un principio en platear cada jornada en la Casa Blanca como un episodio de un programa de televisión con su correspondiente conflicto y final feliz (es decir, la constante victoria de Trump sobre sus rivales y críticos). Personas de su entorno han confirmado que el ahora expresidente ha consumido durante su mandato al menos cuatro horas de televisión diarias, y muchas veces el doble. En ocasiones, sin sonido, pero completamente entregado al sin fin de batallas y polémicas que alimentan 24/7 la televisión por cable en Estados Unidos.

⁶ Para esta realidad paralela sirva de ilustración el ascensor chapado en oro que utilizaba Trump para llegar a su cuna en el piso 66 de su rascacielos de Manhattan que en realidad solo tiene 58 plantas.

⁷ Haberman, M., Thrush, G., & Baker, P. (9 de diciembre 2017). Inside Trump's Hour-by-Hour Battle for Self-Preservation. *The New York Times*.

4

Adictos a la tele y a Trump

Además de un gran consumidor de televisión, Trump y el trumpismo han supuesto un enorme beneficio para los medios de comunicación de Estados Unidos. No era broma, cuando el presidente en su recta final dijo a los corresponsales ante la Casa Blanca que ellos y sus empresas serían los primeros en echarle de menos. Han sido muchos los medios que han logrado beneficiarse de los índices de audiencia extraordinarios generados por el factor naranja. Esta bonanza, encabezada por la cadena Fox News de Rupert Murdoch, ha coincidido con la amenaza para su modelo de negocio compartida por las televisiones de Estados Unidos ante la competencia *online* y el avance de medios alternativos.

En un contexto mediático de transformación y desesperada lucha por sobrevivir, Donald Trump ha representado desde un principio en un dilema ético para la cobertura periodística de la Presidencia de Estados Unidos. Hasta el final de su mandato, las cadenas de televisión no han tenido el valor de desconectar a un presidente convertido en principal fuente de desinformación en todo lo relacionado con la pandemia y el resultado de las elecciones del 3 de noviembre. Tanto a las *networks* generalistas como a los canales especializados en información les ha costado reclamar la autoridad factual del periodismo ante un Trump que siempre ha generado más audiencia y adicionales ingresos publicitarios.

Por supuesto, Trump ha sido también el gran beneficiario de esta cobertura. Según el análisis de las cifras reunidas por la agencia mediaQuat⁸, solamente durante el ciclo de primarias de 2016, la candidatura Donald Trump ha obtenido el equivalente a 1900 millones de dólares en cobertura gratuita. Ted Cruz, su más estrecho competidor dentro del Partido Republicano, hasta conocerse los resultados de Indiana, recibió apenas 300 millones de dólares. Mientras que, en el bando demócrata, Hillary Clinton no llegó a los 750 millones de dólares.

Como ha explicado desde un principio Jim Rutenberg, crítico de medios del *New York Times*, los beneficios son tan cuestionables como repartidos empezando por “los periódicos y medios *online* que han conseguido una línea de historias *clickables* a la

Solamente durante el ciclo de primarias de 2016, la candidatura Donald Trump ha obtenido el equivalente a 1900 millones de dólares en cobertura gratuita. Ted Cruz, su más estrecho competidor dentro del Partido Republicano, hasta conocerse los resultados de Indiana, recibió apenas 300 millones de dólares. Mientras que, en el bando demócrata, Hillary Clinton no llegó a los 750 millones de dólares

medida de una lectura rápida en el iPhone”. Sin olvidar a “televidentes y lectores, que se están beneficiando del deseo de una industria de medios de comunicación en transición para darles lo que quieren, dónde quieran y tan rápido como sea posible”. A su juicio: “Ha sido la perfecta reducción de la problemática simbiosis entre Trump y los medios. Hay siempre una relación mutuamente beneficiosa entre candidatos y medios durante los años de elecciones presidenciales. Pero en mi tiempo nunca ha estado tan concentrado en un solo candidato. Y los intereses financieros nunca han estado tan entrelazados con los intereses periodísticos y políticos. Por supuesto, la situación es única porque el señor Trump es único. Su pedigrí, su demagogia y su inescrutable plataforma (...) le convierten en una historia gigante”⁹.

⁸ Confessore, N. & Yourish, K. (15 de marzo de 2016). \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump. *The New York Times*.

⁹ Rutenberg, J. (20 de marzo de 2016). The Mutual Dependence of Donald Trump and the News Media. *The New York Times*.



Trump trató de “regular” las redes sociales a raíz de los *fact checks* negativos que recibió en Twitter.

5

La normalización de la mentira

El punto de inflexión que representa Trump en la comunicación política de Estados Unidos no se limita a no hablar como los profesionales de la cosa pública, sus 57 000 tuits como @realDonaldTrump, su capacidad para conectar con la desafección de muchos norteamericanos o cultivar una imagen populista de autenticidad a lo Belén Esteban pese a haber cambiado por lo menos cuatro veces de chaqueta partidista. El principal impacto de Trump, y el más peligroso, ha sido su intento de normalizar la mentira y cuestionar con teorías conspirativas¹⁰ y desinformación¹¹ la mínima confianza que requiere todo sistema democrático.

Desde su toma de posesión como presidente, el *Washington Post* se ha empleado a fondo a la hora de identificar, desmentir y contabilizar todas las mentiras acumuladas por Donald Trump durante estos últimos cuatro años¹². Todo este alarde de verificación ha arrojado una media superior a los veinte embustes por día. Con la particularidad de que este análisis, al descartar cuestiones opinables, se ha centrado únicamente en patrañas encaminadas a hacer realidad el totalitario principio propagandístico de que “nada es verdad y todo es posible” y romper lo que Hannah Arendt llamaba “el tejido de la realidad”¹³.

El empeño de Trump por normalizar la mentira ha sido tan intenso como para desbordar a los *fact checkers* del diario de referencia en Washington, con dificultades para llevar al día las cuentas de esta relación tan casual con la verdad. Al final, el balance de Trump ha sido una plusmarca de 30 773 falsedades o declaraciones engañosas durante todo su mandato presidencial¹⁴. La

¹⁰ Muirhead, R. & Rosenblum, N. (2019). *A Lot of People are Saying: The New Conspiracism and the Assault on Democracy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

¹¹ Rid, T. (2020). *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. London: Profile Books Limited.

¹² Kessler, G., Rizzo, S. & Kelly, M. (2020). *Donald Trump and his Assault on Truth: The President's Falsehoods, Misleading Claims and Flat-Out Lies*. New York, N.Y.: Scribener.

¹³ Hannah, A. (2006). *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid: Alianza Editorial.

¹⁴ Rutenberg, J. (23 de enero de 2021). Trump made 30,573 false or misleading claims as president. Nearly half came in his final year. *The Washington Post*.



Timothy Snyder, historiador.

El problema no es que haya gente dispuesta a creer a este mentiroso compulsivo. Con diferencia, el legado más peligroso de la tóxica comunicación política de Trump es que todos terminemos por no creernos nada

mitad de las cuales habrían sido generadas durante su último año en la Casa Blanca, con un repunte vertiginoso de su mendacidad tras los comicios del 3 de noviembre para construir la “gran mentira” de fraude electoral.

Como ha explicado con elocuencia el historiador Timothy Snyder sobre la crisis epistemológica generada por Trump: “La fuerza de una gran mentira reside en su demanda de que muchas otras cosas deben ser creídas o no

creídas. Para dar sentido a un mundo en el que las elecciones presidenciales de 2020 fueron robadas se requiere desconfiar no solo de los reporteros y de los expertos, sino también de las instituciones gubernamentales locales, estatales y federales, desde los trabajadores electorales hasta los funcionarios electos, la Seguridad Nacional y hasta la Corte Suprema. Esto trae consigo, por necesidad, una teoría de la conspiración: imagina a toda la gente que debe haber estado en ese complot y a toda la gente que habría tenido que trabajar en el encubrimiento”¹⁵.

El problema no es que haya gente dispuesta a creer a este mentiroso compulsivo. Con diferencia, el legado más peligroso de la tóxica comunicación política de Trump es que todos terminemos por no creernos nada. Tanto engaño amenaza con generar niveles devastadores de cinismo e incredulidad para la sociedad, la política y la cultura de Estados Unidos. Así no pueden funcionar ni las universidades, ni los medios de comunicación, ni los partidos políticos, ni los gobiernos, ni la economía. Con tanta mentira, hasta las mejores vacunas contra el coronavirus corren el riesgo de no funcionar.

¹⁵ Snyder, T. (9 de enero de 2021). The American Abyss. *The New York Times Magazine*.

Sigue la actualidad norteamericana a través de nuestro blog

DIÁLOGO ATLÁNTICO

DIÁLOGO ATLÁNTICO

PORTADA

SECCIONES

FIRMAS

PUBLICACIONES

CONTACTO

INSTITUTO FRANKLIN - UAH



EE.UU.

El plan Biden para educadores, estudiantes y el futuro (I)

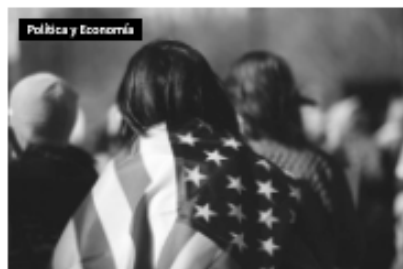
En un reciente artículo que realicé para La Razón, comenté brevemente sobre algunas de las cuestiones relacionadas con la...

LEER MÁS

El Blog del Instituto Franklin - UAH



Política y Economía



Por Cristina Crespo - noviembre 12, 2020

Dónde está el alma de América

En las elecciones presidenciales de 2020 los candidatos apelaban a que estaba en juego el alma de Estados Unidos (the...

0



Por Instituto Franklin - UAH Editorial - noviembre 5, 2020

¿Qué caminos tiene Joe Biden para llegar a la presidencia?

Tras una larga e intensa noche electoral, los resultados de las elecciones presidenciales de 2020 aún no están claros; el...

0



... y si gana Biden, ¿qué?

La semana que viene votarán los norteamericanos por el próximo presidente de su país. El pasado martes 27 de octubre...

Por Jose Antonio Gurpegui

Suscríbete a nuestro blog

Email address:

Your email address

SIGN UP

Podcast

Por Instituto Franklin-UAH
Franklin Talks #8: La mujer en L...

00:00 29:15

Franklin Talks #8: La mujer en la política norteamericana

Franklin Talks #7 - ESPECIAL ELECCIONES: La figura del vicepresidente

Franklin Talks #6 - ESPECIAL ELECCIONES: La influencia de la COVID19

Franklin Talks #5 - Elecciones y actualidad de Estados Unidos

ivoox

Últimos tweets



Redes Sociales

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



Instituto Franklin-UAH



Instituto Franklin-UAH



Instituto Franklin-UAH



@IB_Franklin



InstitutoFranklin



Instituto Franklin-UAH

#TribunaNorteamericana, #TN

Tribuna Norteamericana

Tribuna Norteamericana está disponible para su descarga en PDF en la página web del Instituto Franklin:
www.institutofranklin.net

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.

La Fundación Consejo España-Estados Unidos colabora con *Tribuna Norteamericana*. De esta forma, 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. Mayo 2009
»The 2008 Presidential Election in Historical Perspective.
Andrew Richards



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



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



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



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



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



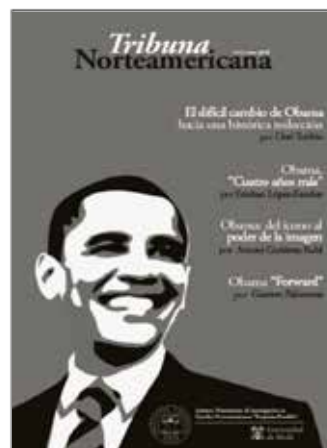
Nº6. Abril 2011
 »Un republicano en la Moncloa: la visita de Ronald Reagan a la España de 1985
 Coral Morera Hernández



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



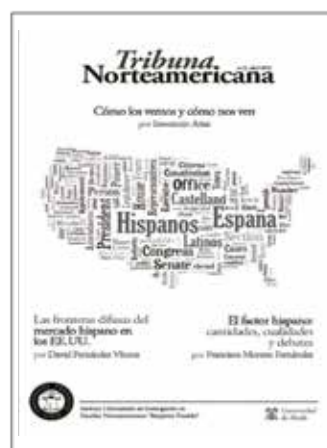
Nº7. Julio 2011
 »El servicio diplomático norteamericano: el Foreign Service (FS).
 Alberto Priego



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

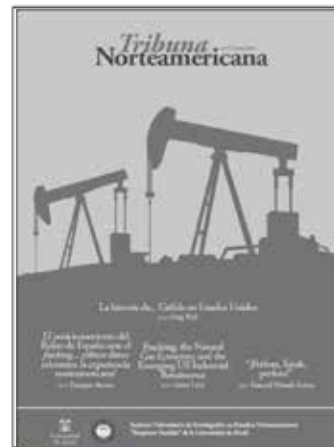


Nº12. Abril 2013
 » Cómo los vemos y cómo nos ven
 Inocencio Arias
 » Las fronteras difusas del mercado en EE.UU.
 David Fernández Vítóres
 » El factor hispano: cantidades, cualidades y debates
 Francisco Moreno Fernández



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



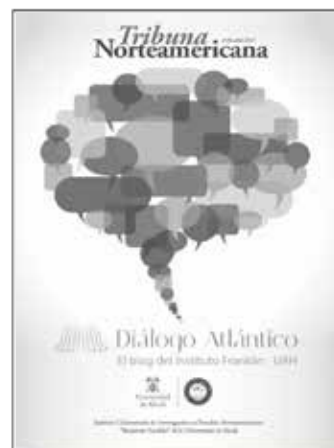
Nº17. Enero 2015

» 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



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



Nº18. Abril 2015

» Diálogo Atlántico Varios autores



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 Moceri
» 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

» Ferroviario 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



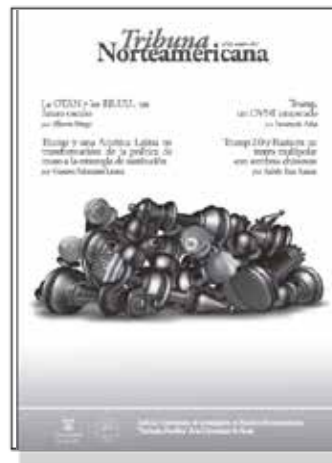
Nº20. Diciembre 2015

» 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



Nº21. Marzo 2016

- » La historia de... Repsol en Estados Unidos
Arturo Gonzalo Aizpiri
- » 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 Grager



Nº25. Octubre 2017

- » Trump, un OVNI inesperado
Innocencio 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 chinas
Rubén Ruiz Ramas



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
Manuel Iglesias Cavicchioli



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



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-Aranyos
- » Un nuevo marketing para nuevas necesidades
Javier Iturralde de Bracamonte



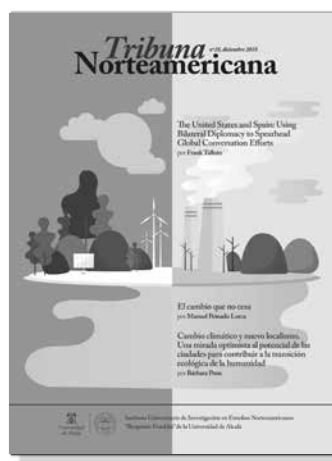
Nº27. Julio 2018

- » 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



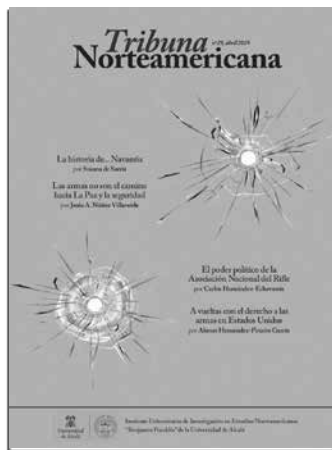
Nº24. Junio 2017

- » 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



Nº28. Diciembre 2018

- » The United States and Spain: Using Bilateral Diplomacy to Spearhead Global Conversation Efforts
Frank Talluto
- » El cambio que no cesa
Manuel Peinado Lora
- » Cambio climático y nuevo localismo. Una mirada optimista al potencial de las ciudades para contribuir a la transición ecológica de la humanidad
Bárbara Pons



Nº29. Abril 2019

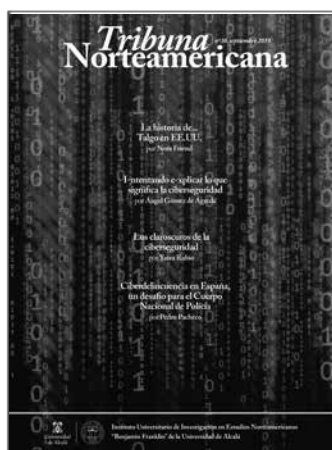
- » La historia de... Navantia
Susana de Sarriá
- » Las armas no son el camino hacia la paz y la seguridad
Jesús A. Núñez Villaverde
- » El poder político de la Asociación Nacional del Rifle
Carlos Hernández-Echevarría
- » A vueltas con el derecho a las armas en Estados Unidos
Alonso Hernández-Pinzón García



Nº32. Abril 2020

Revisando la historia en común

- » ¿Revisiónismo histórico en Estados Unidos?
María Saavedra
- » Lo hispano y Estados Unidos
José Luis Villacañas Berlanga
- » Cumbre 2020, España en alerta histórica
Eva García



Nº30. Septiembre 2019

- » La historia de... Talgo en EE. UU.
Nora Friend
- » I-ntentando e-xplicar lo que significa la ciberseguridad
Ángel Gómez de Ágreda
- » Los claroscuros de la ciberseguridad
Yaiza Rubio
- » Ciberdelincuencia en España, un desafío para el Cuerpo Nacional de Policía
Pedro Pacheco



Nº33. Noviembre 2020

EE. UU. contra china en la batalla por la tecnología 5G

- » La tecnología 5G ante el gran desafío de la seguridad
Laura Hochla
- » 5G: fundamentos de una tecnología que cambiará el mundo
Antonio Portilla, Silvia Jiménez y Sancho Salcedo



Nº31. Diciembre 2019

Debates en torno al español en los EE. UU.
Coordinador:
Francisco Moreno Fernández

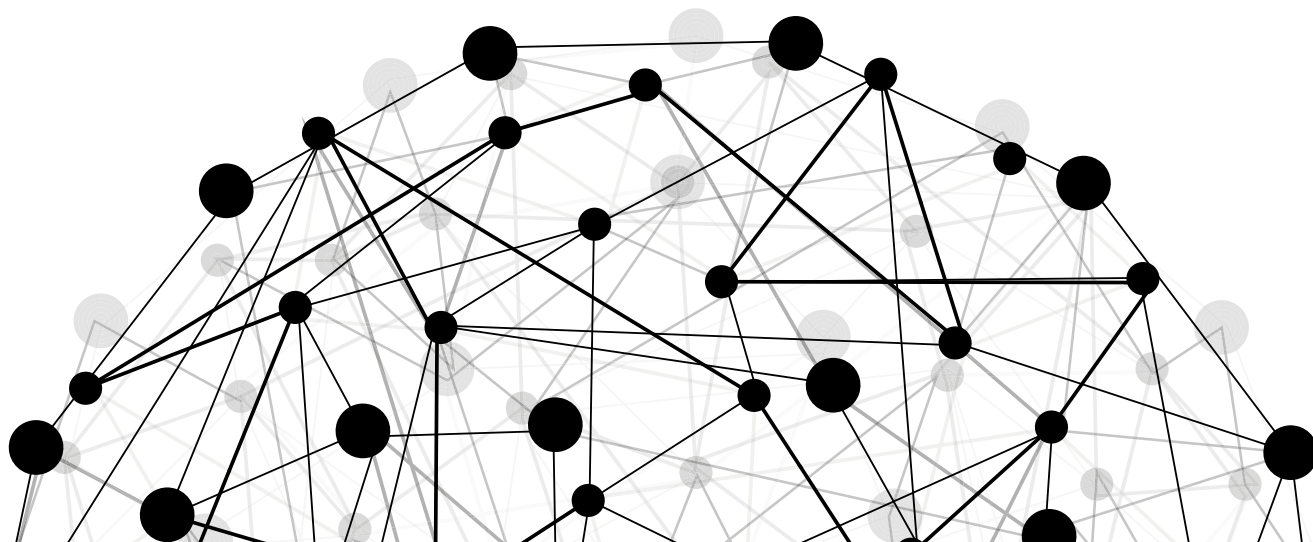
- » El español en los Estados Unidos
Ricardo Otheguy
- » En defensa del espanglish
Rachel Varra
- » El español en la legislación estadounidense: entre la asistencia y la amenaza
Rosana Hernández



Nº34. Marzo 2021

El fin de la Administración Trump

- » Las elecciones americanas: bajo el signo de la polarización
Fernando Vallespín
- » Trump: el presidente que no amaba a las mujeres
Cristina Manzano
- » La maquinaria de la falsedad: @realDonaldTrump
Pedro Rodríguez



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 visitar Estados Unidos a través de becas y ayudas.



institutofranklin.net

Departamento de Comunicación

Responsable de Comunicación:

Ana Lariño / ana.larino@institutofranklin.net

91 885 52 53 / 637 56 73 56



Con la colaboración de:



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

www.institutofranklin.net

Con la colaboración de Iberia,
transportista aéreo preferente

