

nº44, octubre 2024

Tribuna Norteamericana

ELECCIONES PRESIDENCIALES EN ESTADOS UNIDOS Y
SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

La “nación indispensable” en periodo electoral: las apuestas
contradictorias de un mundo dividido

por Javier Rupérez

Elecciones en EE. UU.: oportunidades y desafíos para las
empresas españolas

por Mónica Vázquez

Harris contra Trump, en Internet: inteligencia artificial,
desinformación y poder

por Carlos Hernández-Echevarría



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

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

Comité Editorial

Directora:
Esperanza Cerdá Redondo

Editora:
Ana Lariño Ares

Edición de textos:
Cristina Sánchez Pacios

Diseño y maquetación:
David Navarro



© Instituto Franklin-UAH. 2024
ISSN: 1889-6871
Depósito Legal: DL M-26597-2016
Impreso en España - Printed in Spain
Impresión: Tórculo

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 DE LA DIRECTORA

Esperanza
Cerdá
Redondo

Estimada lectora, estimado lector,

Presentamos una nueva edición de *Tribuna Norteamericana*, en la que destacadas voces de analistas y expertos abordan temas actuales y relevantes para Estados Unidos y sus relaciones globales. Este número se centra en las próximas elecciones presidenciales en Estados Unidos, que tendrán lugar en noviembre, ofreciendo diversas perspectivas sobre este significativo evento

En el primer artículo, Javier Rupérez, político y embajador de España en Estados Unidos entre 2000 y 2004, analiza los niveles extremos de polarización que vive el país, donde Donald Trump se ha consolidado como candidato republicano pese a sus problemas legales, mientras que el presidente Joe Biden renuncia a la candidatura presidencial y la vicepresidenta Kamala Harris es propuesta como su sucesora. En un contexto lleno de incertidumbres las esperanzas del Partido Demócrata se renuevan con nuevas expectativas. Por su parte, Mónica Vázquez, vicepresidenta ejecutiva de ABANCA USA, examina la importancia y el impacto potencial de las próximas elecciones presidenciales en Estados Unidos para las empresas españolas. En un contexto electoral caracterizado por una alta polarización y candidatos controvertidos, el resultado podría influir significativamente en las políticas económicas, afectando regulaciones, impuestos y acuerdos comerciales clave. Además, podría redefinir la relación bilateral entre España y EE. UU., impactando la inversión y el comercio. Por último, Carlos Hernández-Echevarría, adjunto a la Dirección y coordinador de Políticas Públicas en Maldita.es y profesor del Máster en Estudios Norteamericanos del Instituto Franklin-UAH, explora el impacto de la inteligencia artificial (IA) en las elecciones presidenciales de EE. UU. Destaca cómo la IA generativa está revolucionando la creación y difusión de contenido político. Mediante ejemplos de imágenes falsas, ilustra cómo esta tecnología permite generar y esparcir desinformación de manera masiva y convincente, lo cual puede influir significativamente en la percepción pública y manipular la opinión electoral. Se requieren medidas efectivas para promover la transparencia y la ética en el manejo de estas tecnologías.

Como es habitual, el número se complementa con el Espacio Fundación que, en este caso, contempla la evolución de la representación de los hispanos en los medios audiovisuales estadounidenses. A través de su labor social, la Fundación promueve la inclusión y representación positiva de la población hispana en el cine y la televisión, contribuyendo a dejar atrás estereotipos dañinos para esta comunidad.

El presente número trata un tema de gran importancia y consideración que espero sea de vuestro interés.

Un cordial saludo.

Secretaria académica del
Instituto Franklin-UAH



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 senador por el estado de Nuevo México, Ben Ray Luján.

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 Estados 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 Josu Jon Imaz, consejero delegado de Repsol, y secretario general el diplomático Fernando Prieto Ríos.



LA REPRESENTACIÓN DE LOS HISPANOS EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN DE ESTADOS UNIDOS. REALIDADES Y DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS

En las últimas décadas, los hispanos han crecido significativamente como grupo demográfico en Estados Unidos, tanto en términos de población como de influencia cultural. Sin embargo, la representación de esta comunidad en el cine, las series, la televisión e incluso los videojuegos no siempre ha sido proporcional o equitativa para con este incremento. Si bien ha habido avances notables, persisten desafíos en torno a los estereotipos y la subrepresentación.

En términos estrictamente cuantitativos, el aumento de la población hispana en Estados Unidos es innegable. Según el Pew Research Center¹, el Census Bureau estima que en julio de 2023² había 65,2 millones de hispanos

en EE. UU., lo que supone más del 19% de la población estadounidense. Este crecimiento ha llevado a prestar una mayor atención a sus contribuciones económicas, sociales y culturales, y su influencia es especialmente relevante en esferas tan significativas como la música, la gastronomía y, más recientemente, en la industria del entretenimiento. Sin embargo, este último destaca por haberse convertido en un espacio de reivindicación tanto por alcanzar una mayor visibilidad como por lograr una representación auténtica y plural.

Tradicionalmente, los personajes hispanos han sido encasillados en series y películas en roles estereotipados que,

¹ Lopez, Mark Hugo, Jens Manuel Krogstad, y Jeffrey S. Passel. "Who is Hispanic?". *Pew Research Center*, 12 de septiembre de 2024, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/09/12/who-is-hispanic/>.

² U.S. Census Bureau. "QuickFacts: United States". *Census.gov*, <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/RHI725222>.

por lo general, responden al del inmigrante, el criminal, el empleado del servicio doméstico o la figura exótica y secundaria, representados sin una verdadera profundidad o contexto adecuados. Un estudio de la Universidad del Sur de California (USC)³ reveló que, entre 2007 y 2019, solo el 5% de los personajes con diálogos en películas de Hollywood eran hispanos, a pesar de que la comunidad representa una proporción mucho mayor de la población. Estos clichés afectan a la percepción que otros tienen de esta comunidad y, lo que es aún más preocupante, inciden negativamente en la propia autoestima de los hispanos.

En los últimos años, sin embargo, ha habido progresos notables. Producciones como *One Day at a Time*⁴ y *In the Heights*⁵ han mostrado una imagen más diversa y matizada de la experiencia hispana en Estados Unidos. Estas producciones han destacado aspectos culturales clave, como el valor de la familia, el bilingüismo y la experiencia migratoria, de una forma que resuena tanto en la comunidad hispana como en el público en general.

El éxito de actores y actrices hispanos como Sofía Vergara⁶, Pedro Pascal⁷, Gina Rodríguez⁸ y Oscar Isaac⁹ también ha abierto puertas para una representación más positiva y menos estereotipada, aunque queda mucho camino por recorrer.

En este contexto, la Fundación Consejo España-EE.UU. ha formado parte de los debates actuales sobre la representación hispana en los medios a través de diversos eventos organizados a ambos lados del Atlántico. En particular, dos conferencias recientes han abordado directamente esta temática, explorando los desafíos de la representación y las oportunidades para promover una imagen más diversa de los hispanos en Estados Unidos.

El éxito de actores y actrices hispanos como Sofía Vergara, Pedro Pascal, Gina Rodríguez y Oscar Isaac también ha abierto puertas para una representación más positiva y menos estereotipada, aunque queda mucho camino por recorrer

En el marco del XXVI Foro España – Estados Unidos¹⁰, organizado conjuntamente por la Fundación y su contraparte, el US-Spain Council, tuvo lugar en 2022 la conversación entre la actriz, productora, activista y filántropa Eva Longoria Bastón y el congresista y presidente honorario del United States-Spain Council, Joaquin Castro, bajo el título “Cambiando la narrativa. ¿Por qué importa la representación de los latinos en los medios de comunicación estadounidenses?”.

Durante este encuentro se identificaron algunos de los problemas que el mundo latino tiene para hacer sentir su voz y su peso en la cultura estadounidense. Así, Longoria subrayaba que uno de los mayores escollos de la narrativa latina en Hollywood radicaba en que no son una comunidad monolítica y que, por tanto, carecen de una única

³ L. Smith, Stacy, et al. “Latinos in Film: Erasure On Screen & Behind the Camera Across 1,200 Popular Movies”. *USC Annenberg*, agosto de 2019, <https://assets.uscannenberg.org/docs/aii-study-latinos-in-film-2019.pdf>.

⁴ Poniewozik, James. “Review: ‘One Day at a Time’ Still Standing and Being Counted”. *The New York Times*, 23 de marzo de 2020, <https://www.nytimes.com/2020/03/23/arts/television/one-day-at-a-time-review.html>.

⁵ CNN en Español. “In The Heights’, una historia que une a los latinos en Estados Unidos”. *YouTube*, 5 de junio de 2021, https://www.youtube.com/watch?v=_C5VZsDz3bY.

⁶ Sofía Vergara: Businesswoman and Beloved Sitcom Star”. *NBC News*, 16 de septiembre de 2024, <https://www.nbcnews.com/news/latino/sofia-vergara-businesswoman-beloved-sitcom-star-rcna853>.

⁷ Paulson, Sarah. “Pedro Pascal”. *Time*, 13 de abril de 2023, <https://time.com/collection/100-most-influential-people-2023/6269821/pedro-pascal/>.

⁸ “Gina Rodríguez habla sobre la representación de los latinos en los medios de comunicación”. *Google Arts & Culture*, <https://artsandculture.google.com/story/GwVhPR5kKaZWig?hl=es-419>.

⁹ Martínez, Vanessa y Aida Ylanan. “Los latinos, subrepresentados durante mucho tiempo en el cine y la televisión, se están quedando atrás”. *Los Angeles Times*, 15 de junio de 2021, <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2021-06-14/los-latinos-subrepresentados-durante-mucho-tiempo-en-el-cine-y-la-television-se-estan-quedando-atras>.

¹⁰ “XXVI Foro España – Estados Unidos”. *Fundación Consejo España-EE.UU.*, 2 de julio de 2022, <https://spainusa.org/xxvi-foro-espana-estados-unidos/>.



Fundación Consejo España-EE.UU. / Manu de Alba

identidad. Esta diversidad dentro de la propia comunidad, en lugar de ser representada y celebrada, sigue ausente en la mayoría de las producciones que tienden a encapsular a los personajes en arquetipos simplistas o reduccionistas. Esto, reflexionaba la activista, representa un conflicto desde el punto de vista político, porque si los latinos no se ven reconocidos, no sentirán el sistema político como suyo y no participarán en él, lo que reducirá sus posibilidades de acceso al poder, desde donde pueden adoptar políticas que favorezcan a la comunidad.

Más recientemente, en el XXVII Foro celebrado el pasado mes de junio en Santa Fe¹¹ (Nuevo México), tuvo lugar el encuentro del máximo nivel “Arts and Cultural Exchange”. Moderado por Julissa Reynoso, embajadora de Estados Unidos para España y Andorra, y con las intervenciones de Joaquin Castro, Annie Gonzalez,

A medida que Hollywood y otras industrias del entretenimiento se vuelven más conscientes de la diversidad, una de las claves para seguir avanzando, como opinaban Longoria y Castro, pasa sin duda porque los latinos no aspiren únicamente a estar delante de la cámara

¹¹ “XXVII Foro España – Estados Unidos”. *Fundación Consejo España-EE.UU.*, 1 de junio de 2024, <https://spainusa.org/xxvii-foro-espana-estados-unidos/>.

Arts and Cultural Exchange

Intercambio Artístico y Cultural



United States-Spain Council / Eddie Arrosi

productora, activista y actriz, Henry Muñoz III, business leader, activista, diseñador y filántropo y Alexander Zahn, ejecutivo de cine y gerente, Cine Independiente Original, en Netflix. En esta ocasión, tomando el testigo de Longoria y Castro, se siguió ahondando en la necesidad de reunir a más latinos en lugares relevantes de la industria, incluidos los relativos a la financiación y producción.

Este tipo de debates consolida, en definitiva, la idea de que la presencia de un determinado colectivo o minoría no solo refleja la sociedad, sino que también la moldea. De ahí que la visibilidad de los hispanos en roles prominentes tenga, por un lado, el poder de influir en la percepción que el resto de la sociedad tiene sobre esta comunidad y, por otro, ofrezca a los jóvenes hispanos modelos a seguir en los que pueden verse reflejados, algo que históricamente ha sucedido de manera limitada.

A medida que Hollywood y otras industrias del entretenimiento se vuelven más conscientes de la diversidad, una de las claves para seguir avanzando, como

opinaban Longoria y Castro, pasa sin duda porque los latinos no aspiren únicamente a estar delante de la cámara, sino detrás de ella, como directores, productores y escritores, de tal manera que puedan conformar esa narrativa más auténtica y de mayor impacto, garantizando una representación más equilibrada y fiel a la realidad.

El panorama actual ofrece, por tanto, una oportunidad sin precedentes para cambiar la narrativa en torno a los hispanos en Estados Unidos. A pesar de que los recientes avances pueden ser y son alentadores, hay un largo camino por recorrer para que los hispanos sean representados de manera justa y auténtica en la pantalla grande y pequeña. En este sentido, la Fundación continuará con su apuesta por dar visibilidad a la comunidad estadounidense de origen hispano y fortalecerá su trabajo para potenciar la relación con la misma atendiendo aquellas iniciativas que permitan seguir conociendo y entendiendo las realidades y desafíos a los que se enfrentan.

Javier Rupérez

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



Twitter: [@JavieruperezEmb](https://twitter.com/JavieruperezEmb)

LA “NACIÓN INDISPENSABLE” EN PERIODO ELECTORAL

Las apuestas contradictorias de un mundo dividido

Javier Rupérez

1

La vida política norteamericana, como tantas otras, ha conocido diversos momentos de polarización social, ideológica y económica. Al fin y al cabo, el funcionamiento de la democracia en tiempos inciertos puede conducir a la radicalización de las opciones que en tiempos normales no pasan de tener diferencias asumibles. El momento en que el país y su ciudadanía vive este periodo electoral del año 2024 corresponde a los de forma radicalizada, quizás en unos extremos que los Estados Unidos pocas veces han conocido. Varios son los análisis que pudieran y debieran realizarse para comprender los motivos y el alcance del extremismo ambiente, pero en el del momento contemporáneo todos debieran en gran parte reducirse a un nombre, el del que entre 2016 y 2020 ya fuera presidente de los Estados Unidos, Donald J. Trump.

Derrotado en las elecciones presidenciales que tuvieron lugar en 2020 por el candidato demócrata Joe Biden, que desde 2008 hasta 2016 había ocupado

el puesto de vicepresidente cuando Barack Obama era el presidente del país, Trump se negó a aceptar como legítimos los resultados electorales, a los que calificó, y en 2024 sigue calificando, de fraudulentos, llegando incluso a organizar una violenta invasión de la sede del Congreso en Washington el 6 de enero de 2021 con la finalidad de impedir que el Colegio Electoral allí reunido para certificar los resultados de los comicios pudiera realizar su trabajo. El momento, que bien puede considerarse un golpe de estado, de un extraordinario dramatismo y una profunda gravedad, puso de manifiesto hasta dónde Trump podía conducir sus planteamientos con el fin de satisfacer sus demandas de poder.

Los cuatro años transcurridos desde entonces, y en contra de cualquier otra alternativa, han contribuido a reforzar el papel de Trump en el seno del Partido Republicano, en la práctica ahora convertido en una organización dedicada a seguir su nombre y argumentos e, inevitablemente, convencida de que no había mejor candidato para las elecciones presidenciales del 5 de noviembre de 2024 que Donald J. Trump. El candidato no ha dejado de proclamar sus conocidas convicciones: la de operar sobre una supuesta América en declive de manera a encontrar el momento que pudiera devolver el país a su grandeza perdida —el conocido “Make America Great Again”—; la de proceder con dureza para impedir la llegada de emigrantes ilegales a los que sin ningún matiz considera gente criminal y abominable; o la



Donald Trump en un acto Texas en 2020 / Foto: USDA Lance Cheung

de someter a reconsideración las alianzas exteriores del país y sus obligaciones, bajo una óptica que siempre ha sido la del renovado aislacionismo monroviiano del “América para los americanos”. En la Convención Republicana que de manera tan masiva como entusiasta confirmó la candidatura de Trump para acceder a la Casa Blanca, el 19 de julio de 2024, y por si quedara alguna duda al respecto, el expresidente volvió a retratarse como el mismo de siempre, bien que con una leve variante: unos días antes, el 13 de julio, en el curso de un mitin electoral que tenía lugar en Pensilvania, un joven francotirador de 20 años disparó contra el candidato, al que la Divina Providencia, o la simple suerte, salvó de manera milagrosa al recibir únicamente un pequeño rasguño en la oreja derecha. Era comprensible y seguramente inevitable que en su primera aparición pública tras el intento de asesinato Trump afirmara que había tenido a “Dios de su lado”. La percepción de los asistentes al evento, ya masivamente predisuestos al apoyo de la candidatura trumpiana para las elecciones presidenciales, vieron sus preferencias reforzadas por el milagro y confirmadas en una convicción: el éxito le pertenecía.

Tanto más cuanto que en el lado opuesto, el de los demócratas, la candidatura del todavía presidente Joe Biden no parecía contar con los mejores auspicios. Tiempo atrás, cuando todavía no estaba abierta la pugna electoral, no eran pocos los que en público y en privado señalaban con preocupación lo que parecía ser un progresivo deterioro de las capacidades físicas y mentales del inquilino de la Casa

Blanca. No era tanto su ya avanzada edad —81 años, en una contienda entre gente mayor, en cualquier caso: Trump ya ha cumplido los 78— sino además lo que los entendidos describen como pérdida de “capacidad cognitiva”. Y por si alguna duda cupiera al respecto, durante el primer debate entre los dos candidatos a la presidencia de los Estados Unidos que la CNN organizó el 28 de junio, Biden no pudo ocultar sus errores, sus vacilaciones, sus imperfecciones mentales y verbales. El momento fue adquirido por las huestes republicanas como una primera y contundente premonición del éxito de su candidato el 5 de noviembre, una sensación ya ampliamente compartida y sonoramente repetida tras la “intervención divina” que el día 13 de julio salvó la vida de Donald J. Trump.

Sería erróneo deducir de ello una impresión negativa del balance que Biden deja en el país y en el mundo tras sus cuatro años en la presidencia de los Estados Unidos. Persona largamente curtida en la vida política del país, perteneciente al sector moderado y centrista del Partido Demócrata, ha conducido una trayectoria previsible en los resultados y acertada en los análisis, muy en línea con lo que la presidencia americana ha dejado tras sus rastros en los últimos decenios, sin por ello olvidar sus errores o desaciertos. Recuperó el sentido de la participación internacional del país en los compromisos contraídos con todos los países europeos y americanos que forman parte de la

Era comprensible y seguramente inevitable que en la primera aparición pública de Trump tras el intento de asesinato él afirmara que había tenido a “Dios de su lado”

OTAN, organización que Trump había estado a punto de abandonar. Condujo con suficiente acierto una política económica doméstica e internacional basada en las normas conocidas y aceptadas del mercado liberal e internacionalizado. Reconstruyó en Washington el baluarte de, en algún sentido, la “nación indispensable” frente a las asechanzas y los desvaríos del conjunto de los autócratas y totalitarios que en el mundo son, sin alentar por ello ningún esquema de intervención militar directa. Incluso, y aunque la realización estuviera cargada de torpezas, tuvo el buen sentido de retirar la presencia militar americana de Afganistán nada más comenzar su mandato como presidente.

Y además ha debido hacer frente a las calamitosas consecuencias creadas por la Federación Rusa en 2022 cuando Putin decidió la invasión de Ucrania y por Hamás en 2023 cuando decidió atacar Israel por medio de un brutal ataque terrorista. Los Estados Unidos de Biden no han tenido duda alguna sobre la necesidad de propiciar la defensa ucraniana contra el agresor ruso y paralelamente, en un escenario hartado de complejidades, ha mostrado su solidaridad tradicional con el Estado de Israel mientras ha venido procurando que la contundente respuesta judía al ataque islamista no cayera en los excesos que tanta mortandad está produciendo entre la población palestina de Gaza. No es difícil imaginar cómo un reelegido Trump enfocaría ambas crisis. Para Ucrania, como suelen decir los republicanos de su calaña, “ni un dólar más”. Y en el Medio Oriente, todo para Israel y ninguna posibilidad de configurar en el área la existencia de un Estado palestino.

Tiene Trump una larga y nada brillante historia de acciones que los tribunales ya han considerado como delictivas o están en trámite de serlo. La que hace pocos meses, ante un jurado en la ciudad de Nueva York, le condenó por 34 casos relacionados con transacciones económicas ilegales —en el marco de sus relaciones sexuales con una actriz porno— tuvo una sonora repercusión en el país y fuera de él. Pero recientemente otro tribunal le ha exonerado de manera preventiva de ser considerado culpable en aquellas acciones llevadas a cabo cuando todavía tenía, y en función de, la condición de presidente de los Estados Unidos. Y es notable señalar al respecto que la mayoría de los casos penales pendientes no verán solución antes de que el 5 de noviembre tengan lugar las elecciones presidenciales, con el precautorio añadido consiguiente: o bien quedaría absuelto por la reciente decisión sobre sus momentos presidenciales, o bien podría auto indultarse en el caso de que ya hubiera accedido a la Casa Blanca. En ese alargado historial de violaciones legales, conviene sin embargo dejar noticia de lo evidente: sus expectativas electorales en general y su consideración cuasi mesiánica en el Partido Republicano en particular, no han sido en lo más mínimo afectadas por el proceloso recorrido; dato a tener en cuenta para percibir y analizar los importantes grados de entrega populista en la que en estos tiempos parecen instalados amplios sectores del electorado norteamericano. Ya no son estos los tiempos en que Nixon se vio obligado a dimitir de su cargo presidencial en 1972 como consecuencia de las acciones ilegales que, para la obtención de informaciones reservadas del Partido Demócrata en el conjunto residencial de Watergate en Washington, la Casa Blanca había autorizado. Trump parece haberse situado por encima y más allá de la ley. Y una parte significativa de los ciudadanos de un país que desde su comienzo siempre cultivó el respeto y el acatamiento del Estado de Derecho, lo que ellos mismos conocen como el “Rule of Law”, no tiene inconveniente en prestarle su calurosa adhesión.

Desde que en el año 2000 Vladimir Putin, tras el breve interregno cuasi democrático que, en Rusia, tras la desaparición de la URSS en 1991, dirigieron Mijaíl Gorbachov y Boris Yeltsin, una nueva Guerra Fría ha ido abriéndose camino en las relaciones internacionales. De un lado, el mundo euroatlántico formado por los antiguos y nuevos miembros de la UE y de la OTAN, muchos de los cuales, por cierto, habían formado parte de la URSS o del Pacto de Varsovia. Del otro, una Federación Rusa nostálgica del conglomerado soviético y deseosa de recuperar el conjunto geoestratégico que aquella había poseído —lado al que se sumaba, con sus habituales cuidados orientales, la República Popular China. Las percepciones que en el lado del oeste europeo han ido cristalizando sobre los intentos expansionistas rusos cobraron dolorosa forma tras la



Kamala Harris en un acto del Partido Demócrata en Iowa en 2019 / Foto: Gage Skidmore

anexión de la península ucraniana de Crimea por Moscú en 2014 y la posterior invasión de Ucrania en 2022. Las intenciones neosoviéticas del dirigente ruso quedaban dramáticamente claras, hasta el extremo que dos países europeos tradicionalmente situados en el conjunto de los “neutrales y no alineados”, Finlandia y Suecia, solicitaron y obtuvieron su adhesión a la OTAN en 2023 y 2024 respectivamente. La razón era transparente: buscar protección y ayuda ante la posibilidad de que la Federación Rusa, de la que son vecinos, y como ya había hecho con Ucrania, tuviera la intención de invadir sus territorios.

Fueron otros factores de raíz más directamente económica y social los que contribuyeron a sembrar campos de incertidumbre política en el conjunto del mundo euroatlántico y de los cuales provienen las manifestaciones conservadoras y neo nacionalistas que han adquirido forma durante la última década en varios países europeos y también en los Estados Unidos de América. No es de extrañar que en esa sintonía se lleguen a encontrar gentes como el ruso Putin, el americano Trump, el húngaro Orban, la francesa Le Pen, el español Abascal o la italiana Meloni. Cada cual, a su modo, con mayores o menores énfasis, partidarios de un neo soberanismo estatal empeñado en disminuir los esquemas integracionistas y consiguientemente decididos a contemplar con preocupado desdén los propósitos y utilidades de la OTAN o de la UE. Trump es hoy el patrono internacional de esa tendencia, como revelan sus conexiones con los líderes que en Europa o en el mundo han abjurado de las conexiones internacionales de integración para refugiarse en parámetros cuasi tribales. Y Trump es el preferido por Putin en la realización de esa tarea. No es ya ningún secreto la

intensa manipulación que, en 2016, cara a las elecciones presidenciales americanas, llevaron a cabo los servicios de desinformación rusos para degradar la candidatura de la demócrata Hillary Clinton y promover la del republicano Donald Trump, tal como detalladamente narra en su libro *La Trama Rusa* el periodista David Alandete (con el subtítulo *La alianza secreta entre el independentismo catalán y el Kremlin*, Ed. La Esfera de los Libros, 2024).

2

El 20 de julio de 2024, siete días después de haber sido tiroteado y un día tras su proclamación como candidato a la presidencia de los Estados Unidos por la Convención Republicana, Trump compareció en Michigan en su primer mitin tras la investidura partidista. La historia de los días previos le ha dejado mensajes evidentes: quiere ser entendido como partidario de la democracia, a la que, por cierto, dice deber su supervivencia tras el atentado; se dirige directamente al electorado que necesita mejorar su estándar vital; no es partidario de guerras o conflictos y se declara dispuesto a evitarlos; e incluso mantiene su disposición a negociar con Putin un final para la guerra de Ucrania, sin afirmar cuales serían los términos y si ellos incluirían la cesión a Rusia de territorio ucraniano. Pero la grafía del momento es evidente: él y los 12.000 militantes que participaron del momento están convencidos de que ya tienen asegurado el camino hacia la Casa Blanca.

Entre tanto Joe Biden, aquejado de una recaída en la COVID, se encontraba recluido en su casa veraniega. Su entorno anunciaba el retorno a la refriega electoral en los días finales de julio, mientras eran cada vez más abundantes las voces que en el seno del Partido Demócrata se hacían oír rogándole que cediese el paso a otro candidato o candidata. La convicción estaba cada vez más arraigada en los interiores y exteriores del partido: su estado no es el más adecuado para obtener de nuevo la presidencia del país y menos para completar los cuatro años de su mandato. La Convención Demócrata se reunió en Chicago el 19 de agosto con la finalidad de designar el candidato o candidata. Hasta la celebración de la convención, la voz más escuchada fue la de Kamala Harris, la todavía vicepresidenta del país y quizás la más cualificada para aspirar al puesto al que pedían a Biden que renunciase. Pero la impresión del momento era tajante: en las condiciones actuales, y tanto más si Biden era el candidato, sería Trump el ganador. Con un importante añadido: una posible mayoría bicameral en las elecciones parlamentarias que también tendrán lugar el 5 de noviembre, para elegir la totalidad de la Cámara de Representantes y un tercio del Senado. Sería difícil imaginar como la “nación indispensable” a unos Estados Unidos regidos por Donald J. Trump en la presidencia del país, y por sendas mayorías parlamentarias republicanas en las dos Cámaras. Tanto como el final de una época y el comienzo de una preocupante incertidumbre.

Claro que las cosas pueden tener arreglo: el domingo 21 de julio, por medio de una carta distribuida por las redes sociales, Joe Biden anunciaba su renuncia a la candidatura presidencial demócrata para los comicios del 5 de noviembre, señalando en el texto que con ello beneficiaría al Partido Demócrata y al país. De manera que la constatación de sus visibles incapacidades y la presión correspondiente ejercida por diversos niveles entre los partidarios demócratas habían surgido efecto. En la misma comunicación señalaba a su vicepresidenta, Kamala Harris, como la sustituta más adecuada para ocupar el lugar al que él renunciaba.

La noticia, que ocupó la portada de los medios informativos de todo el mundo, abrió una nueva expectativa cara a las elecciones americanas. Aunque sea todavía temprano para predecir sus resultados y la evolución hacia los mismos, es indudable que la retirada de Biden abría de nuevo la posibilidad de que el ganador en la contienda no sea Trump. Claro que para ello sería indispensable que los demócratas confirmaran sin vacilaciones ni peleas la candidatura de Harris y aprovecharan el tiempo restante hasta el 5 de noviembre para construir una oferta contundente, clara y vigorosa frente a la previsiblemente nacional populista del trumpismo aislacionista, sin que ello garantice la victoria, pero al menos abriese una posibilidad que en la práctica había dejado de existir: que un candidato o candidata demócrata ocupara la Casa Blanca entre 2025

y 2028 y, sobre todo, que no fuera Donald J. Trump el que consiguiera tan anhelado domicilio. Por el bien de la “nación indispensable” y de todos aquellos, ciudadanos e instituciones que en el resto del mundo siguen concediendo a los Estados Unidos de América un papel significativo en el mantenimiento de un orden mundial pacífico basado en el respeto a la democracia, el Estado de Derecho y los derechos humanos.

3

Ya a finales del mes de agosto se podía certificar lo evidente: la candidatura de Kamala Harris a la presidencia de los Estados Unidos había devuelto al Partido Demócrata las posibilidades de competir con probabilidades de éxito en las elecciones del 5 de noviembre. En términos coloquiales, se podía afirmar que “había cancha” —dato tanto más visible cuanto que la candidata Harris fue clamorosa y unánimemente apoyada en la Convención Demócrata que tuvo lugar en Chicago los días 19, 20 y 21 de agosto. Para ello fueron contundentes la presencia y participación en las reuniones de la convención de los matrimonios Clinton y Obama. Las encuestas del momento, con toda su variable credibilidad, arrojan resultados positivos para la candidata demócrata, situación que el candidato Biden nunca había conocido. Naturalmente, la contienda queda abierta con todas sus implicaciones personales, políticas, ideológicas y sociales, pero nadie ya descarta que los americanos puedan escoger para dirigir los destinos de la nación, y por primera vez, a una mujer que por lo demás tiene la piel oscura y la ascendencia emigrante, y cuyas dotes personales y profesionales certifican su idoneidad para el puesto.

Las del 5 de noviembre, como cualquier otra elección democrática, encierran un amplio margen de variabilidad e incertidumbre, tanto más cuanto que conocen como antecedentes situaciones desconocidas en los anteriores comicios estadounidenses. Pero al mismo tiempo proyectan una positiva posibilidad: la de que la Casa Blanca sea habitada por una persona que alberga razones para garantizar la calidad de “indispensable” al país, en beneficio de sus ciudadanos y de los de todo el mundo. Se trata de Kamala Harris, vicepresidenta de los Estados Unidos estos últimos cuatro años, mujer de color, que fuera fiscal general de California, hija de padre jamaicano y de madre hindú. Sería una buena ocasión para reescribir adecuadamente la historia del mundo mundial.

Mónica Vázquez

Licenciada en Derecho y Máster en Empresariales.

Mónica Vázquez lidera las operaciones de ABANCA USA, una de las principales entidades financieras españolas en Estados Unidos. Ocupa también varios cargos de prestigio como presidenta de la Cámara de Comercio España-Estados Unidos, copresidenta de la Florida International Bank Association (FIBA), miembro fundador de la Women Executive Hispanic Association (WhE), miembro del Consejo de Residentes en el Extranjero (CRE, organismo dependiente del Consulado de España) y miembro de la Junta Directiva del Centro Cultural Español en Miami (CCE). Ha recibido premios como ser nombrada una de las “TOP 100 Mujeres Líderes en España” y una de las “TOP 10 Mujeres Empresarias Internacionales” en 2023. Su compromiso con la excelencia también ha sido reconocido con premios como “Empresa del Año” en 2019, y “Great Place to Work” en 2023 y 2024.

Country Manager y
vicepresidenta ejecutiva de
ABANCA USA



Elecciones en EE. UU.: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS para las empresas españolas

Mónica Vázquez

Suele decirse que las próximas elecciones en Estados Unidos parece que son siempre las más importantes de la historia, pero resulta inevitable restar algo de verdad a esta afirmación por la relevancia y las implicaciones que, a todos los niveles y en todo el mundo, tienen los comicios americanos.

Nos encontramos a pocas semanas de esta crucial cita electoral para elegir a quien será el/la 47º presidente de los Estados Unidos y esta noticia está alimentando los medios de todos los países a diario. Cada cuatro años, el martes después del primer lunes de noviembre, los ciudadanos de EE. UU. que están registrados para votar (en esta ocasión más de 240 millones) están convocados a votar en las urnas para elegir al futuro presidente del país. Habrá urnas en los 50 estados del país y el distrito de Columbia. La elección del presidente, como sucede en las primarias, es indirecta: de los resultados de las elecciones sale la composición de los 538 miembros del Colegio Electoral y estos son los que semanas después votarán para elegir al nuevo presidente. En estas elecciones se renovará la totalidad de la Cámara de Representantes y un tercio del Senado.

A nadie se le escapa que las elecciones en Estados Unidos tienen impacto a nivel global y, en concreto para las empresas españolas operando en el país, el resultado electoral puede ser determinante en

varias áreas. En términos empresariales, la política económica adoptada por el nuevo gobierno podría afectar a regulaciones, impuestos y acuerdos comerciales, influyendo directamente en las operaciones y estrategias de las empresas españolas en EE. UU. Además, la relación bilateral entre España y Estados Unidos podría fortalecerse o debilitarse dependiendo del enfoque diplomático del nuevo gobierno, así como los temas migratorios que podrían afectar a todos los españoles en EE. UU. con permisos temporales de residencia o el alcance de los futuros nuevos empleados españoles en el país. Y, por supuesto, cada uno de estos temas tiene sus correspondientes impactos medibles económicamente. Estaríamos hablando de millones de euros en juego para las empresas españolas operando en Estados Unidos.

En Estados Unidos contamos además con un factor diferencial a considerar: desde 1852, todos los presidentes han pertenecido al Partido Demócrata o al Partido Republicano. Hay otros partidos, pero apenas tienen representación, ya que entre republicanos y demócratas se reparten el 95% del electorado. Y es por esta razón por la que nunca está claro si los candidatos ganan por ellos, por lo que representan o por su pertenencia al partido. En el momento final, a la hora de la verdad, en la urna, ¿el votante vota al candidato o al partido? En un país con prácticamente dos partidos y una población casi

repartida a igual entre ambos partidos, las elecciones se deciden por márgenes muy estrechos.

En esta ocasión, y con unos candidatos tan controvertidos, nos encontraremos en un escenario en el que los ciudadanos americanos se van a centrar en reforzar a sus respectivos partidos dejando a un lado el papel de los candidatos que los llevaría a tener que decidir entre el menor de los males. En este punto, parece que la decisión se va a centrar en el voto al partido y no al candidato, y volverán a tener un papel decisivo los indecisos. Las encuestas hoy en día reflejan un contexto de mayor desmotivación de los votantes y falta de atractivo de los candidatos.

Según los sondeos y casi en términos cercanos al empate, Trump tendría mayor confianza para manejar la mayoría de los asuntos, fundamentalmente la economía, que de manera histórica ha sido el elemento que decide el voto entre la mayoría de los ciudadanos estadounidenses. La percepción de la ciudadanía sobre la gestión de Biden en el plano económico no ha sido tan buena a pesar de que ha habido crecimiento económico y el desempleo se ha mantenido en mínimo. Biden y ahora Kamala continúan con valoraciones negativas principalmente por la inflación difícilmente manejable hasta la fecha y la subida dramática de precios de consumo.

A día de hoy, por lo tanto, es imposible anticipar quién ganará a pesar de que muchas cosas han cambiado desde el inicio de las primarias: la economía ha mejorado, la campaña de Biden y su retirada, así como la entrada en escena como candidata de Kamala Harris, la celebración y condena del juicio penal de Trump en Manhattan, y por otro lado, en el exterior, el conflicto en Oriente Medio se intensifica y Ucrania continúa en su contienda ante Rusia.

Si consultamos la historia, desde su fundación el Partido Demócrata ha tenido 15 presidentes en la Casa Blanca, mientras que el Partido Republicano ha llegado a la residencia oficial en 19 ocasiones.

Impacto en las empresas españolas en Estados Unidos

Comparativamente, la economía estadounidense es la más grande del mundo con un PIB de alrededor de 25 billones de dólares, mientras que España tiene un PIB de aproximadamente 1,4 billones de dólares, y la Unión Europea en su conjunto alcanza unos 16 billones de dólares. En términos demográficos, Estados Unidos cuenta con una población de 331 millones, España con 47 millones, y la Unión Europea con 447 millones. Las diferencias en tamaño económico

En 2023, la inversión acumulada de España en Estados Unidos alcanzó los 85.000 millones de dólares, situándose como el 8º mayor inversor extranjero en el país

y demográfico entre estas regiones resaltan la importancia de las elecciones en EE. UU. para el panorama global y, en particular, para España y sus empresas con intereses en Estados Unidos.

En 2023, la inversión acumulada de España en Estados Unidos alcanzó los 85.000 millones de dólares, situándose como el 8º mayor inversor extranjero en el país y contribuyen con aproximadamente 5.000 millones de dólares anuales en impuestos federales y estatales en Estados Unidos.

Algunos datos más...

- Hay más de 700 filiales de empresas españolas que operan en Estados Unidos, según la Cámara de Comercio de España en EE. UU.
- Las empresas españolas en EE. UU. emplean a más de 85.000 personas, según el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
- Las exportaciones de productos españoles a Estados Unidos sumaron 18.200 millones de dólares en 2023, enfrentando desafíos como las fluctuaciones en las tarifas arancelarias.

Las empresas españolas tienen una presencia significativa en Estados Unidos, y las políticas económicas del gobierno electo pueden afectar directamente a sus operaciones. Un gobierno con una postura favorable hacia el libre comercio y la inversión extranjera podría implementar políticas que faciliten la entrada y operación de empresas extranjeras en el país. Esto incluiría la reducción de barreras arancelarias, incentivos fiscales y simplificación de trámites burocráticos. Se abrirían nuevas oportunidades para las empresas españolas y para nuestra economía.

Por otro lado, se presupone que un gobierno con tendencias más proteccionistas podría implementar medidas que dificulten la operación de empresas extranjeras en Estados Unidos, como el aumento de aranceles y la imposición de regulaciones más estrictas.



Foto: Pixabay

Esto podría aumentar los costos operativos y reducir la competitividad de las empresas españolas en el mercado estadounidense.

Sin embargo, la previsión es que ninguno de los candidatos tome posturas tan radicales y que existan zonas intermedias que continúen favoreciendo la posición de las empresas españolas en Estados Unidos.

En cualquiera de los escenarios, el papel más importante va a depender de la mayor o menor existencia y éxito de las relaciones bilaterales entre ambos países, y de cómo España sea capaz de hacerse un hueco en la agenda del futuro equipo de gobierno, especialmente en materia de comercio exterior.

Los sectores clave para las empresas españolas en Estados Unidos incluyen las energías renovables, la construcción, las infraestructuras y el sector financiero. La política energética del nuevo gobierno, más o menos enfocada en la sostenibilidad, por ejemplo, puede influir en las inversiones en energías renovables y en la transición hacia una economía más verde, lo cual es relevante para empresas españolas.

Según el último informe publicado por el ICEX, el peso de Europa en la exportación de EE. UU. es de alrededor de un 36%, en el que España representa el 1,2% y, sin embargo, este porcentaje se acompaña de un dato muy relevante. La inversión extranjera en España alcanzó los 28.215 millones de euros en 2023, según los datos publicados por el Registro de Inversiones Exteriores

Se proyecta que el número de filiales de empresas españolas en EE. UU. crezca un 10% en los próximos 5 años

de la Secretaría de Estado de Comercio disponibles en DataInVex. Por países, Estados Unidos fue el primer emisor de flujos de inversión a España (28,9%), seguido por Reino Unido (13,1%), Alemania (10,6%) y Francia (9,2%).

Se proyecta que el número de filiales de empresas españolas en Estados Unidos crezca un 10% en los próximos 5 años, con un enfoque en sectores como la tecnología y la biotecnología.

Las exportaciones españolas a Estados Unidos podrían alcanzar los 25.000 millones de dólares en 2025, si las condiciones comerciales se mantienen favorables.

Un cambio en la administración podría alterar las políticas fiscales, impactando potencialmente en un 2-3% las ganancias netas de las empresas españolas en EE. UU. en 2025.

Si vemos el stock de inversión bilateral, nos encontramos con un 19% en España y un 15% en Estados Unidos. Y si hablamos de empleo, ya son 272.000 en España y 85.000 en Estados Unidos

Relaciones bilaterales entre España y Estados Unidos

La relación entre España y Estados Unidos ha sido tradicionalmente fuerte, pero el resultado de las elecciones puede influir en la dirección de esta relación. Un gobierno estadounidense que valore las alianzas transatlánticas y la cooperación internacional podría fortalecer los lazos con España y la Unión Europea. Esto podría traducirse en un mayor intercambio comercial, colaboraciones en proyectos internacionales y un apoyo mutuo en organismos multilaterales como la ONU y la OTAN.

Sin embargo, si el gobierno electo adopta una postura más aislacionista, se podrían enfriar las relaciones bilaterales y limitar las oportunidades de cooperación. En este contexto, España tendría que buscar otros socios internacionales para fortalecer su posición en el escenario global.

Además, no podemos obviar la situación actual de relaciones entre EE. UU. y China triangulando a su vez ambas potencias con la Unión Europea. Se prevé que la rivalidad continúe en cualquiera de los dos escenarios, pero con una aproximación muy diferente en cuanto a la gestión, pudiendo ser más colaborativa basada en acuerdos comerciales puntuales o más agresiva por la vía de la imposición de aranceles. En cualquiera de los dos casos, y dependiendo del avance de la actual situación en Gaza y las tensiones en el mar Rojo, la Unión Europea se puede ver favorecida por la mencionada tensión continuando

como un “aliado necesario” para EE. UU., bien por la vía de grandes acuerdos con la Unión Europea o acuerdos puntuales con los estados miembro.

Según la última publicación del ICEX, en materia de relaciones bilaterales y respecto al comercio bilateral de bienes, el balance de España de exportación/importación es deficitario, mientras que el saldo en comercio bilateral de servicios es positivo.

Si vemos el *stock* de inversión bilateral, nos encontramos con un 19% en España y un 15% en Estados Unidos. Y si hablamos de empleo, ya son 272.000 en España y 85.000 en Estados Unidos.

Recientemente me he interesado por la llamada competitividad europea en el escenario mundial. Es muy recomendable sumergirse en los análisis que sobre economía y escenarios internacionales realizan los expertos del Real Instituto Elcano, que se define como

El análisis muestra que la UE tiene un menor dinamismo en su comercio de servicios (lo que apunta a barreras regulatorias y administrativas en el mercado único)

un *think tank* español líder en estudios internacionales con la misión de elaborar propuestas sobre los retos globales y el papel de España en el mundo. En su análisis sobre la competitividad llegan a la conclusión de que en las últimas décadas la Unión Europea parece estar quedándose atrás económica y tecnológicamente respecto a Estados Unidos. Análisis que confirma en esta línea para comprobar esta premisa el informe de la Comisión Europea, que aborda la competitividad europea en comparación con EE. UU., “Competitividad a largo plazo de la UE: más allá de 2030”¹ y otros indicadores complementarios. El análisis muestra que la UE tiene un menor dinamismo en su comercio de servicios (lo que apunta a barreras regulatorias y administrativas en el mercado único); supera a EE. UU. en inversión privada en porcentaje del PIB, pero su inversión en capital riesgo es mucho menor (limitando el desarrollo de empresas

¹ “Competitividad a largo plazo de la UE: más allá de 2030”. *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones*. Bruselas, 16 de marzo de 2023, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:52023DC0168>.

Relaciones bilaterales con España

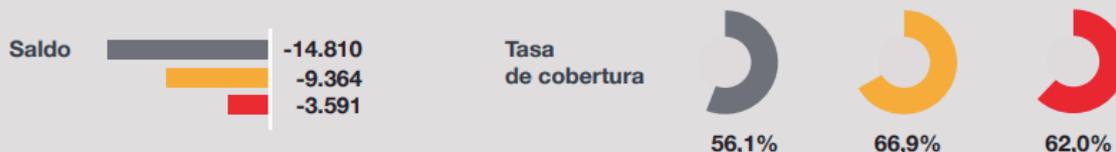
Comercio

Comercio bilateral de bienes

Capítulos arancelarios del Sistema Armonizado (millones de euros)

Exportaciones españolas	2022			2023			2024(*)		
	Valor	% sobre total	Saldo	Valor	% sobre total	Saldo	Valor	% sobre total	Saldo
	18.952		5.847	18.904					
84. Máquinas y aparatos mecánicos	2.753,0	14,6%				806,6			
27. Combustibles, aceites minerales	2.441,4	12,9%				411,1			
85. Aparatos y material eléctricos	1.680,6	8,9%				528,1			
87. Vehículos automóviles, tractores	1.140,8	6,0%				143,3			
15. Grasas y aceites animales o vegetales	818,4	4,3%				472,4			

Importaciones españolas	2022			2023			2024(*)		
	Valor	% sobre total	Saldo	Valor	% sobre total	Saldo	Valor	% sobre total	Saldo
	33.762		9.437	28.268					
27. Combustibles, aceites minerales	9.886,9	35,0%				3.607,4			
30. Productos farmacéuticos	6.365,6	22,5%				1.794,3			
84. Máquinas y aparatos mecánicos	2.389,1	8,5%				807,2			
90. Aparatos ópticos, de medida, médicos	1.460,2	5,2%				524,6			
88. Aeronaves, vehículos espaciales	1.224,7	4,3%				441,9			



Comercio bilateral de servicios (millones de euros)

Exportaciones españolas	Importaciones españolas	Saldo
12.930	7.637	5.293
15.440	7.218	8.222

(*) enero-abril

Inversión

Flujo de inversión bilateral (bruta en millones de euros)

	2021	2022	2023	2024(*)
En España	3.894,02	9.347,88	8.043,15	1.323,34
En Estados Unidos	5.427,51	4.504,96	6.627,25	37,52

(*) enero-marzo

Stock de inversión bilateral (millones de euros, 2022)

	Valor	% sobre total	Empleos directos
En España	106.950,36	19,39%	En España 272.183
En Estados Unidos	81.945,58	14,95%	En EE.UU 85.251

☆ Actualmente no existe un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI) entre el Reino de España y los Estados Unidos de América; sí existe un Convenio para evitar la Doble Imposición y prevenir la evasión fiscal respecto de los impuestos sobre la renta, que entró en vigor el 21 de noviembre de 1990. El 27 de noviembre de 2019 entró en vigor el Protocolo y su correspondiente Memorando de entendimiento que modifican este Convenio.

Fuentes: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa · portal.mineco.gob.es | Bases de datos ICEX · www.icex.es | Banco de España · www.bde.es | Vicepresidencia Primera del Gobierno - Ministerio de Hacienda · <http://www.hacienda.gob.es>

Con una tasa de desempleo del 4,1% en junio de 2024, EE. UU. necesita mano de obra para cubrir el déficit interno y las jubilaciones de los baby boomers alcanzará a 7 millones de migrantes

punteras); además, está ligeramente por detrás de EE. UU. en inversión pública, aunque su sostenibilidad fiscal es mejor. Gasta menos en I+D+i, lo que afecta su potencial de crecimiento. Tiene un mayor uso de energías renovables, pero sus costes energéticos industriales son más altos. Está por debajo de EE. UU. en digitalización, especialmente en pequeñas y medianas empresas, y tiene un menor porcentaje de adultos con competencias digitales avanzadas y especialistas en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Impacto en la migración

Estados Unidos es el tercer país del mundo con más residentes españoles y el Consulado de Miami es el que agrega el mayor número de residentes españoles con la suma de los estados de Florida, Georgia y Carolina del Sur.

Las políticas de inmigración del nuevo gobierno estadounidense tendrán un impacto significativo en los ciudadanos españoles que buscan oportunidades en Estados Unidos, así como en la mano de obra que las empresas españolas pueden contratar localmente.

Un gobierno con políticas migratorias abiertas podría facilitar la entrada de profesionales cualificados, estudiantes y trabajadores temporales, lo cual beneficiaría a las empresas españolas que operan en sectores que requieren talento especializado.

En contraste, políticas migratorias más restrictivas podrían dificultar la entrada de ciudadanos españoles, limitando el acceso a talento internacional y complicando los planes de expansión de las empresas españolas en Estados Unidos. Esto también podría afectar a las familias españolas que ya residen en el país, generando incertidumbre y posibles problemas legales.

La previsión en este punto es, sin embargo, favorable en cualquiera de los dos escenarios políticos puesto que EE. UU. debe lidiar con un problema mayor que el "color" de la Casa Blanca, como es el hecho de que con una tasa de desempleo, tendiendo a lo que conocemos como paro técnico, del 4,1% en junio de 2024, está claro que EE. UU. necesita mano de obra para cubrir el déficit interno y se prevé que las necesidades de mano de obra en

EE. UU. para cubrir las jubilaciones de los *baby boomers* alcanzará a 7 millones de migrantes. Recordemos que el 20% de los trabajadores en Estados Unidos no ha nacido en territorio americano.

Esta situación abrirá sin duda otros debates mucho más profundos acerca del sistema de salud y pensiones, la sostenibilidad del actual sistema Medicare, y los cuidados de mayores cada vez más próximos a vivir más de 100 años.

Aventurando resultados

El famoso historiador Allan Lichtman, de 77 años, es considerado como uno de los principales predictores electorales de Estados Unidos, adelantando a los ganadores de la mayoría de las elecciones presidenciales desde 1984. Solo se ha equivocado una vez: fue en 2000, cuando afirmó que Al Gore ganaría la estrecha elección presidencial contra George W. Bush.

En breve, Kamala Harris se enfrentará a Donald Trump en su primer debate público. Y a un mes de las elecciones el historiador Allan Lichtman, anticipa que Kamala Harris será la próxima presidenta aunque ha afirmado también que dará su predicción final en Agosto después de la Convención Demócrata.

Tal y como ha desvelado *The New York Times*, la presidenciable ha conseguido las siguientes cuatro premisas: cambio de políticas, ausencia de escándalos, economía de corto y largo plazo, y falta de carisma o carisma extremo del retador. A este respecto Trump solo tiene tres.

Como conclusión...

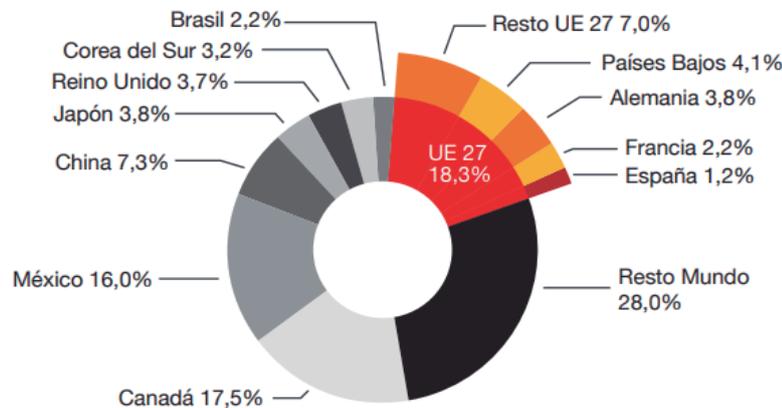
Por encima de la división partidista, sigue habiendo una prioridad nacional en EE. UU. que, además de su bandera, une a todos los americanos sin distinción: un objetivo firme de fortalecer la posición global y el liderazgo del país. La manera de alcanzarlo será distinta según el partido pero, gane quien gane en noviembre, seguirá siendo decisivo a nivel mundial la posición de EE. UU. frente al cambio climático, las migraciones, el comercio internacional, el desarrollo tecnológico, la rivalidad con China, la relación con la Unión Europea o los compromisos en Oriente Medio.

Lo que sí está claro es que veremos unas elecciones muy reñidas, pero sobre todo veremos serias tensiones postelectorales por los resultados.

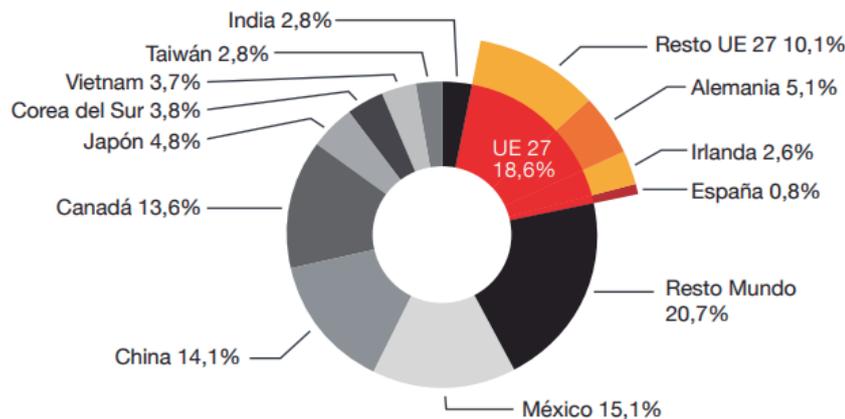
Comercio exterior

Principales países (millones de dólares USA, 2023)

Exportaciones



Importaciones



Principales productos

Capítulos arancelarios del Sistema Armonizado (millones de dólares USA, 2023)

Exportaciones		% variación 23/22	Importaciones				
27.	Combustibles, aceites minerales	323.171	-14,6%	85.	Aparatos y material eléctricos	463.364	-2,9%
84.	Máquinas y aparatos mecánicos	233.010	1,5%	84.	Máquinas y aparatos mecánicos	459.195	-3,5%
85.	Aparatos y material eléctricos	200.655	1,5%	87.	Vehículos automóviles, tractores	381.038	15,6%
87.	Vehículos automóviles, tractores	152.827	13,3%	27.	Combustibles, aceites minerales	266.592	-17,4%
88.	Aeronaves, vehículos espaciales	124.909	21,4%	90.	Aparatos ópticos, de medida, médicos	118.320	2,9%
90.	Aparatos ópticos, de medida, médicos	105.108	6,1%	71.	Piedras y metales preciosos, joyería	89.549	-7,6%
30.	Productos farmacéuticos	90.308	8,2%	39.	Materias plásticas y sus manufacturas	72.347	-19,5%
39.	Materias plásticas y sus manufacturas	77.796	-6,6%	94.	Muebles, sillas, lámparas	69.007	-20,4%
71.	Piedras y metales preciosos, joyería	76.672	-17,1%	29.	Productos químicos orgánicos	66.589	-12,3%
29.	Productos químicos orgánicos	51.731	1,3%	73.	Manufacturas de fundición, de hierro y acero	53.265	-12,9%
Restantes	582.973	-4,4%	Restantes	1.133.268	-9,0%		
Total	2.019.160	-2,1%	Total	3.172.533	-6,0%		

Es licenciado en Periodismo por la Universidad San Pablo CEU y Máster en Elections and Campaign Management por la Fordham University de Nueva York, donde fue becario Fulbright.

Ha trabajado 15 años en televisión donde ha sido reportero, corresponsal y responsable de distintos programas a nivel nacional. Actualmente es el adjunto a la Dirección y coordinador de Políticas Públicas de Maldita.es, una fundación que lucha contra la desinformación y uno de los medios de comunicación de *fact-checking* más conocidos de Europa. También es profesor asociado de la Universidad Carlos III y además analiza la actualidad y la historia de EE. UU. en varios medios de comunicación y revistas especializadas.

Carlos
Hernández-
Echevarría

Adjunto a la Dirección y
coordinador de Políticas
Públicas en Maldita.es



Twitter: @carlos_hem

Harris contra Trump, en Internet

INTELIGENCIA ARTIFICIAL, DESINFORMACIÓN Y PODER

Carlos Hernández-Echevarría

“**T**aylor quiere que votes por Donald Trump”, decía la imagen compartida en redes sociales por el expresidente a mediados de agosto¹. En ella se veía a la cantante Taylor Swift, quizás la mayor estrella de nuestro tiempo, señalando a la cámara disfrazada como en el famoso póster del Tío Sam y pidiendo el voto para un candidato al que hasta entonces solo había atacado². Por supuesto, no tenía nada de real. Era una imagen generada mediante inteligencia artificial.

¿Se creyó alguien que Swift había cambiado de opinión sobre Trump y que lo había hecho por todo lo alto, posando disfrazada del Tío Sam? Quizás, pero la verdadera intención del expresidente cuando compartió la imagen no parece haber sido la de persuadir a unos cuantos fans de la artista más famosa del planeta. Más bien se intuye una burla, un “troleo”, una forma de hacer rabiar a unos cuantos millones de personas. Trump es un experto en todo eso, pero ahora sus seguidores

tienen una forma más barata y fácil de hacer este tipo de memes que luego vuelan en redes sociales.

Al expresidente le gusta compartir las mejores creaciones de sus fieles mediante el uso de la inteligencia artificial generativa: Trump cabalgando sobre un león³ o Kamala Harris hablando ante un congreso del Partido Comunista⁴ son dos de las más famosas, aunque le divierte menos ser él mismo el objeto de esos memes. Ha dicho que la IA “es muy peligrosa”⁵ porque se usa para afirmar cosas que él no ha dicho. Además, aunque no es muy amigo de los *fact-checkers*, ha alabado su trabajo cuando dijeron que una imagen de sus guardaespaldas sonriendo después de que recibiera un disparo era producto de la IA⁶.

Las herramientas de inteligencia artificial generativa han rebajado los costes de hacer este tipo de contenido, tanto para las campañas como para sus seguidores, inundando las redes sociales de burlas y las fantasías políticas: muchos estadounidenses conocieron el

¹ Donald J. Trump (@realDonaldTrump). “I accept!”. *TruthSocial*, 18 de agosto de 2024, 21:50, <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/posts/112984762512136574>.

² Brito, Christopher. “Taylor Swift takes aim at President Trump in powerful tweet”. *CBS News*, 29 de mayo de 2020, <https://www.cbsnews.com/news/taylor-swift-trump-protest-tweet/>

³ Donald J. Trump (@realDonaldTrump). Imagen generada por inteligencia artificial de Trump a lomos de un león acompañada del eslogan de su campaña. *TruthSocial*, 24 de agosto de 2024, 17:50, <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/posts/113017792689787675>.

⁴ Donald J. Trump (@realDonaldTrump). Imagen generada por inteligencia artificial de Kamala Harris liderando una convención con una bandera comunista. *X*, 18 de agosto de 2024, 13:50, <https://x.com/realDonaldTrump/status/1825138139502878806>.

⁵ The Evening Edit. “Donald Trump: I would be 'honored' by an endorsement from RFK, Jr.”. *FOX Business*, 21 de agosto de 2024, <https://www.foxbusiness.com/video/6360773237112>.

⁶ Reuters Fact Check. “Fact Check: Images of Trump, Secret Service Smiling After Shooting are Fake”. *Reuters*, 14 de julio de 2024, <https://www.reuters.com/fact-check/images-trump-secret-service-smiling-after-shooting-are-fake-2024-07-14/>.



aka
@akafacehots

Subscribe

The left continues COMPLETELY MELTING DOWN everytime a SwiftiesForTrump post goes up! They're losing their minds!!



TRUMP ARMY
@TRUMP_ARMY_

There is only one candidate who can MAKE AMERICA GREAT AGAIN!!



Fotos: X

potencial de esas herramientas cuando vieron el famoso video *deep fake* del presidente Obama en 2018⁷, pero fueron las imágenes hiperrealistas de la supuesta (y falsa) detención de Donald Trump⁸ en 2023 las que dejaron claro que esa tecnología ya está en manos de cualquiera.

Sin embargo, el uso de esas herramientas puede ir mucho más allá de burlas partidistas que todo el mundo sabe falsas para cruzar la frontera hacia la manipulación electoral más peligrosa. Hablamos de la creación de contenido sintético hiperrealista que puede engañar a los votantes, pero también de otras consecuencias menos evidentes para el proceso electoral, como que se desarrolle en un ambiente donde todo puede ser falso y nada es percibido como necesariamente cierto.

Más allá del deep fake

Las elecciones en EE. UU. han sido objetivo de campañas de desestabilización en el pasado⁹ y hay ciertos escenarios asociados a la IA generativa que hoy representan una amenaza realista. En Eslovaquia, durante los últimos días de campaña, alguien hizo circular un audio generado con IA en el que un candidato “decía” que había amañado las elecciones y otro en el que “confesaba” que iba a subir el precio de la cerveza¹⁰. Y perdió. ¿Fue por eso? Nadie lo sabe a ciencia cierta, pero se estima que en un país de 5,5 millones de habitantes el audio le llegó a cientos de miles de personas.

⁷ Peele, Jordan. “Obama Deep Fake”. *Ars Electronica Center*, 18 de abril de 2018, <https://ars.electronica.art/center/en/obama-deep-fake/>.

⁸ Devlin, Kayleen y Cheetham, Joshua. “Fake Trump Arrest Photos: How to Spot an AI-Generated Image”. *BBC News*, 24 de marzo de 2023, <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-65069316>.

⁹ U.S. Senate Select Committee on Intelligence. “Russian Active Measures, Campaigns, And Interference in the 2016 U.S. Election”. U.S. *Government Publishing Office*, 2020, <https://www.intelligence.senate.gov/publications/report-select-committee-intelligence-united-states-senate-russian-active-measures>.

¹⁰ Devine, Curt, O’Sullivan, Donie y Lyngaas, Sean. “A Fake Recording Of a Candidate Saying He’d Rigged the Election Went Viral. Experts Say It’s Only the Beginning”. *CNN*, 1 de febrero de 2024, <https://edition.cnn.com/2024/02/01/politics/election-deepfake-threats-invs/index.html>.

En una sociedad como la estadounidense, donde el 48% de la población se informa también en redes sociales¹¹, el posible impacto electoral de una intervención de ese estilo en una elección presidencial es digno de tener en cuenta, sobre todo si esa difusión empieza en redes pero es amplificada desde los medios de comunicación tradicionales y por los propios candidatos. No sería enteramente novedoso. En menor escala, un empresario se enfrenta ya a una posible pena de cárcel y a una multa de más de cinco millones de euros por haber simulado mediante IA la voz del presidente Joe Biden para grabar un mensaje que invitaba a los ciudadanos de New Hampshire a no votar en unas elecciones¹².

El consumo de noticias en las principales redes sociales¹³ va en aumento y su papel como mediadores de la información es indiscutible. Aunque grandes plataformas como YouTube, Facebook o TikTok se quieran presentar como políticamente agnósticas, sus decisiones de moderación de contenidos tienen un efecto fundamental en la creación de opinión pública alrededor de unas elecciones: ¿cómo actuarán si en la víspera de las elecciones surge una campaña de manipulación alrededor de un *deep fake* como el de Eslovaquia? Y más allá de la IA: ¿permitirán a los candidatos difundir repetidamente información demostrablemente falsa a través de sus servicios? ¿Advertirán a sus usuarios de una falsedad?

Muchas de estas plataformas permiten a sus usuarios decir ellos mismos si un contenido que han creado está generado por inteligencia artificial¹⁴. Es una manera de hacer que el contenido humorístico o propagandístico creado por IA esté claramente identificado y no se comparta como si fuera real. Sin embargo, aunque la industria digital trabaja en estándares comunes para identificar contenido sintético¹⁵, está muy lejos de poder garantizar que pueda avisar a sus usuarios cuando el vídeo o la imagen que están viendo o el texto que están leyendo no sean reales sino que hayan sido generados por una herramienta de inteligencia artificial.

Aunque YouTube, Facebook o TikTok se quieran presentar como políticamente agnósticas, sus decisiones de moderación de contenidos tienen un efecto fundamental en la creación de opinión pública alrededor de unas elecciones

Más allá de la capacidad técnica de estas grandes empresas para identificar contenido sintético, hay una cuestión más profunda que tiene que ver con su voluntad de enfrentarse a un problema mucho mayor, el de la desinformación en sus servicios. En las elecciones de 2020, estas empresas no estaban preparadas para un candidato cuyas mentiras sobre el proceso electoral¹⁶ formaban parte de una estrategia de deslegitimación del resultado que terminó en un asalto armado al Congreso para intentar evitar su salida del poder. No está del todo claro que cuatro años después estén mejor preparadas.

Casi todas las grandes compañías de Internet tienen políticas claras contra la manipulación electoral¹⁷, pero no parece que sean capaces de aplicarlas de forma eficiente¹⁸. Muchas están bajo una considerable presión política para no actuar contra la información falsa en estas elecciones, ya que el Partido Republicano encabeza una comisión en el Congreso que las acusa de “censurar” sus puntos de vista si tienen políticas contra la desinformación¹⁹. Recientemente la Corte Suprema ha confirmado que el gobierno no puede imponer a las plataformas digitales cómo moderar

¹¹ Newman, Nic, et al. “Digital News Report 2024”. *Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford*, 2024 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>.

¹² Ramer, Holly y Swenson, Ali. “Political Consultant Behind Fake Biden Robocalls Faces \$6 Million Fine and Criminal Charges”. *The Associated Press*, 24 de mayo de 2024, <https://apnews.com/article/biden-robocalls-ai-new-hampshire-charges-fines-9e9cc63a71eb9c78b9bb0d1ec2aa6e9c>.

¹³ Newman, Nic, et al. “Digital News Report 2024”. *Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford*, 2024 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>.

¹⁴ Flannery Jennifer y Moxley, Emily. “Our Approach To Responsible AI Innovation”. *YouTube Official Blog*, 14 de noviembre de 2023, <https://blog.youtube/inside-youtube/our-approach-to-responsible-ai-innovation/>.

¹⁵ Véase “Coalition for Content Provenance and Authenticity (C2PA)”. <https://c2pa.org/>.

¹⁶ Hernández-Echevarría, Carlos. “Trump y la mentira”. *Tribuna Norteamericana*, no. 38, julio de 2022, pp. 14-19.

¹⁷ Hénin, Nicolas, EU DisinfoLab (V1) y EU DisinfoLab (V2). “Platforms’ Policies on Elections Misinformation”. *EU DisinfoLab*, 22 de junio de 2023, <https://www.disinfo.eu/publications/platforms-policies-on-elections-misinformation/>.

¹⁸ “Platform Response to Disinformation during the EU Election”. *Fundación Maldita.es*, 6 de junio de 2024, https://files.maldita.es/maldita/2024/06/platform_response_to_disinformation_during_the_eu_election.pdf.

¹⁹ Véase “Select Subcommittee on the Weaponization of the Federal Government”, 1 de mayo de 2024, <https://judiciary.house.gov/media/press-releases/weaponization-committee-exposes-biden-white-house-censorship-regime-new-report>.

contenidos²⁰, aunque sí instarlas a ello²¹, pero en general estas compañías son más renuentes a tomar medidas contra el contenido falso que en enero de 2021.

El papel de X

Un caso particular es el de la plataforma X, anteriormente conocida como Twitter. Esta red nunca había sido la más popular ni la más rentable, pero sí era enormemente influyente en la agenda de los medios de comunicación, de los políticos y de las élites culturales. Fue el gran instrumento comunicativo de Donald Trump en su ascenso a la presidencia en 2015 y 2016, y la vía directa de difusión de sus decisiones durante toda su presidencia. Por ello debió lidiar tempranamente con el problema de la desinformación electoral.

Twitter fue pionera en 2016 al aplicar etiquetas a los tuits de Trump que contenían desinformación contra el proceso electoral y bloquear la diseminación de algunos de ellos, aunque sin borrarlos²². También ocultó algunos por promover la violencia, haciéndolos solo accesibles cuando el usuario hacía clic previamente en una advertencia, como ya había hecho con otros mensajes del líder supremo iraní Khamenei²³. Finalmente, le canceló la cuenta tras el asalto al Capitolio por haber incitado a los golpistas. Es poco probable que alguna de estas medidas pueda ponerse en práctica si Trump hace lo mismo antes o después de las elecciones presidenciales del día 5 de noviembre.

Elon Musk adquirió Twitter en octubre de 2022 y la rebautizó como X. Musk le devolvió su cuenta a Trump y declaró que su nueva compañía

Musk replica las mentiras de Trump sobre un supuesto fraude en el voto por correo o sus acusaciones infundadas de que un gran número de inmigrantes irregulares están votando sin tener derecho a ello

seguiría sus principios como “absolutista de la libertad de expresión”²⁴. Aunque las reglas de X siguen prohibiendo su uso “para manipular o interferir en elecciones”²⁵, lo cierto es que no se aplican, quizás porque Musk despidió al 80% de los ingenieros que trabajaban en la seguridad de la plataforma²⁶, o porque él mismo publica habitualmente en X desinformación sobre las elecciones —unos mensajes que han aparecido más de 1.200 millones de veces ante los usuarios²⁷.

Musk replica las mentiras de Trump sobre un supuesto fraude en el voto por correo o sus acusaciones infundadas de que un gran número de inmigrantes irregulares están votando sin tener derecho a ello²⁸, así que es poco probable que vayamos a volver a ver en las etiquetas que aparecían en las elecciones de 2020 acompañando a ese tipo de mensajes y que decían “infórmate sobre el voto por correo”, dirigiendo a los usuarios a información fiable.

El dueño de X, en pleno litigio con las autoridades de la Unión Europea por malas prácticas relativas al contenido

²⁰ Supreme Court of the United States. *Moody, Attorney General Of Florida, et al. V. Netchoice, Llc, Dba Netchoice, et al.*, 1 de julio de 2024, https://www.supremecourt.gov/opinions/23pdf/22-277_d18f.pdf.

²¹ Supreme Court of the United States (2024). *Murthy, Surgeon General V. Missouri, et al.*, 26 de junio de 2024, https://www.supremecourt.gov/opinions/23pdf/23-411_3dq3.pdf.

²² Sanderson, Zeve. et al. “Twitter Flagged Donald Trump’s Tweets With Election Misinformation: They Continued to Spread Both on and off the Platform”. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 24 de agosto de 2021, <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/twitter-flagged-donald-trumps-tweets-with-election-misinformation-they-continued-to-spread-both-on-and-off-the-platform/>.

²³ Cellan-Jones, Rory. “Twitter Hides Trump Tweet For 'Glorifying Violence'”. *BBC News*, 30 de mayo de 2020, <https://www.bbc.com/news/technology-52846679>.

²⁴ Kolodny, Lora. “Elon Musk Says He Wants Free Speech, But His Track Record Suggests Otherwise”. *NBC News*, 25 de abril de 2022, <https://www.cnbc.com/2022/04/25/elon-musk-and-free-speech-track-record-not-encouraging.html>.

²⁵ “Election Integrity Policy”, X, agosto de 2023, <https://help.x.com/en/rules-and-policies/election-integrity-policy>.

²⁶ Brewster, Thomas. “Musk’s X Fired 80% of Engineers Working on Trust and Safety, Australian Government Says”. *Forbes*, 10 de enero de 2024, <https://www.forbes.com/sites/thomasbrewster/2024/01/10/elon-musk-fired-80-per-cent-of-twitter-x-engineers-working-on-trust-and-safety/>.

²⁷ “Musk misleading election claims viewed 1.2bn times on X – with no fact checks”. *Center for Countering Digital Hate*, 8 de agosto de 2024, <https://counterhate.com/research/musk-misleading-election-claims-viewed-1-2bn-times-on-x-with-no-fact-checks/>.

²⁸ Sherman, Amy. “An environment of distrust’: How Elon Musk amplifies falsehoods about immigration, 2024 voting”. *Politifact*, 2 de abril de 2024, <https://www.politifact.com/article/2024/apr/02/an-environment-of-distrust-how-elon-musk-amplifies/>.



Truth Social, la red social desarrollada por Trump / Foto: Truth Social

ilegal y la desinformación en su plataforma²⁹, ha sido muy claro en su apoyo a Trump en estas elecciones³⁰, mientras que el candidato le ha ofrecido un puesto en su futuro gobierno como responsable de una comisión de eficiencia de la administración³¹. Además, Trump, que fundó en 2022 su propia red social y había rechazado volver a X a pesar del “indulto” de Musk, ha vuelto a ser muy activo en la plataforma después de que su nuevo dueño le entrevistara personalmente en directo el pasado agosto.

Una elección en TikTok y sobre TikTok

X no es la única plataforma que tiene esa doble condición de ser un espacio donde se discute sobre las elecciones y, a la vez, un asunto del que se discute

durante las elecciones. TikTok se encuentra también en la situación de ser un espacio prioritario para los candidatos a la hora de comunicarse con los votantes más jóvenes, pero también está en el centro de una polémica política sobre si debería ser posible usar TikTok en EE. UU. o si debería estar prohibido por sus conexiones con el gobierno chino.

Los dos candidatos han llegado recientemente a la plataforma y, aunque Kamala Harris es algo más activa, los vídeos de Trump han encontrado más audiencia. Sin embargo, la clave de su atractivo en esa red no es tanto el contenido que ellos mismos publican como el que hacen sus seguidores. Tanto los republicanos como los demócratas invitaron a diferentes *influencers*³² con cientos de miles o millones de seguidores a acudir a sus convenciones este verano y crear contenido desde allí. Y del mismo modo que Trump populariza los memes de sus seguidores que le hacen aparecer como un líder fuerte, el equipo de Harris potencia aquellos en los que ella parece más divertida o más cercana.

²⁹ “Commission Sends Preliminary Findings to X for Breach of the Digital Services Act”. *European Commission*, 12 de julio de 2024. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_24_3761.

³⁰ Elon Musk (@elonmusk). “I fully endorse President Trump and hope for his rapid recovery”. *X*, 14 de julio de 2024, 12:45. <https://x.com/elonmusk/status/1812256998588662068>.

³¹ Coster, Helen y Slattery, Gram. “Trump Says He Will Tap Musk to Lead Government Efficiency Commission if Elected”. *Reuters*, 6 de septiembre de 2024, <https://www.reuters.com/world/us/trump-adopt-musks-proposal-government-efficiency-commission-wsj-reports-2024-09-05/>.

³² Venkat, Mia, et al. “For the First Time, the DNC Welcomes Influencers to the Stage”. *NPR*, 21 de agosto de 2024, <https://www.npr.org/2024/08/21/1198913105/influencers-online-content-creators-democratic-national-convention>.

Si TikTok representa un problema de seguridad, ¿cómo es posible que el presidente y la vicepresidenta lo usen? Quizás la razón está en la dificultad de llegar a esos votantes jóvenes

Pero más allá de su habilidad para comunicar, estas elecciones entran también a dirimir dudas sobre el propio TikTok. La red social de vídeo es propiedad de la empresa china ByteDance y esto ha provocado temores sobre qué puede hacer el gobierno chino con los datos de la plataforma. La voz de alarma la alzó por primera vez el gobierno de Trump en 2020 con un decreto³³ en el que acusaba a TikTok de permitir al Partido Comunista Chino “obtener la localización de empleados del gobierno, elaborar dossiers con información para hacer chantaje o cometer espionaje industrial”, pero también censurar información crítica sobre el régimen chino o diseminar desinformación en EE. UU.

Trump decidió en el último momento retrasar las sanciones que había impuesto sobre TikTok con ese decreto, las cuales habrían supuesto el fin de sus operaciones en Estados Unidos, pero desde entonces ha dado un giro aún más profundo. Ahora se presenta como el candidato que “salvará TikTok en América”³⁴, después de que Biden firmara una ley aprobada en el Congreso por la que se fuerza a ByteDance a vender TikTok en un plazo de nueve meses o ver cómo la aplicación queda bloqueada en EE. UU.³⁵. Como es habitual, Trump no ha explicado el porqué de su cambio

de opinión o el de los republicanos que impulsaron la ley, más allá de decir “ahora soy una gran estrella en TikTok, estamos rompiendo récords”.

A nadie se le escapa el cambio de opinión de Trump, pero tampoco cierta hipocresía del lado de los demócratas. Si TikTok representa un problema de seguridad, ¿cómo es posible que el presidente y la vicepresidenta lo usen? Quizás la razón está en la dificultad de llegar a esos votantes jóvenes y a los que todavía no tienen ni la edad de serlo mediante estrategias y plataformas de comunicación tradicionales. Aunque solo el 23% de los estadounidenses usa TikTok y solo el 9% para informarse³⁶, de sus 120 millones de usuarios en EE. UU. casi el 70% tiene menos de 40 años³⁷.

La verdad y la mentira en la era de la IA

Esta es la primera campaña presidencial de la era de la IA generativa y, dado que EE. UU. es casi siempre pionero en mercadotecnia electoral, puede darnos buenas pistas de por dónde irán los retos de la sociedad a la hora de tomar decisiones democráticamente. Si la era de las redes sociales empezó con una democratización del discurso político y continuó con un aumento de la polarización y destrucción de los consensos sociales, la que ahora comienza traerá nuevas realidades.

Aunque el escenario recurrente que más se plantea antes de estas elecciones sea el de una oleada de contenido falso generado mediante IA que se tome como real por los votantes, existe otra alternativa todavía más siniestra: que esa oleada de contenido sintético e hiperpartidista permita a muchos votantes no creerse nada que no se alinee con sus sesgos políticos: “He visto un vídeo de mi candidato favorito diciendo/haciendo algo terrible, pero quién sabe si no será uno de esos creados por inteligencia artificial”. La IA generativa también puede legitimar nuestros prejuicios. En un mundo donde las redes sociales han sustituido en buena medida a los mediadores tradicionales de la comunicación política —las empresas periodísticas—, la llegada de las herramientas baratas y sencillas de IA

³³ “Executive Order on Addressing the Threat Posed by TikTok”. *The White House*, 6 de agosto de 2020, <https://web.archive.org/web/20200819085238/https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/executive-order-addressing-threat-posed-tiktok/>.

³⁴ Donald J. Trump (@realdonaldtrump). “FOR ALL OF THOSE THAT WANT TO SAVE TIK TOK IN AMERICA, VOTE TRUMP!”. *TruthSocial*, 4 de septiembre de 2024, 22:51, <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/posts/113081258242253706>.

³⁵ “H.R.815 - 118th Congress (2023-2024): Making emergency supplemental appropriations for the fiscal year ending September 30, 2024, and for other purposes”. *Congress.gov, Library of Congress*, 24 de abril de 2024, <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/815>.

³⁶ Newman, Nic, et al. “Digital News Report 2024”. *Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford*, 2024 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>.

³⁷ Ceci, Laura. “TikTok - Statistics & Facts”. *Statista*, 2 de julio de 2024, <https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/#editorsPicks>.



Montaje que publicó Donald Trump en la previa de la Convención Demócrata de Chicago / Foto: X

generativa es un reto todavía más importante. Cobra más importancia la marca informativa como señal de que lo que vemos es auténtico, pero, ¿será así para todo el mundo? ¿O la marca informativa confiable será, para muchos, el político o el *influencer* hiperideológico?

Esta realidad pone de relieve el papel de las empresas tecnológicas en la sociedad y los estándares éticos que deben tener, por encima y a veces en conflicto con su modelo de negocio, y la importancia de que sean transparentes y tengan reglas claras. También nos obliga a hacernos preguntas difíciles de responder sobre el modo en que funcionan las herramientas de IA generativa y qué consecuencias tiene su diseño en el mundo real y en las elecciones.

Ya en estas elecciones en EE. UU., pero también en el futuro, muchos votantes acudirán a estos sistemas con preguntas fundamentales para decidir si votan y por quién votan. Les preguntarán sobre los programas de los candidatos, sobre la situación de la sociedad... pero también sobre los requisitos para acudir a votar o qué centro de votación les corresponde. ¿Podemos

estar seguros de que la tecnología actual les proveerá de respuestas factuales, reales, que no incorporará sesgos...?

Hoy en día los modelos de IA generativa más populares construyen sus respuestas (su “visión” del mundo) leyendo una y otra vez el Internet abierto. Y hacen sus juicios sobre lo que es real, sobre la “respuesta correcta”, entendiendo que lo más repetido en Internet ha de ser lo correcto. Todos entendemos los riesgos que tiene ese modo de hacer, ya que la información de más calidad, como la de los medios de comunicación o las revistas científicas, está cada vez menos accesible en el Internet abierto, mientras que la desinformación y el contenido polarizante están por todos lados y se ofrecen gratuitamente.

Estas elecciones en EE. UU. serán una fantástica oportunidad para analizar la calidad y la factualidad de las respuestas que ofrecen esos sistemas, a menudo ante realidades complejas y cambiantes. Y la sociedad hará bien en evaluarlas porque esas respuestas serán cada vez más relevantes para las elecciones del futuro y no solo en países con tanta capacidad para influir el desarrollo tecnológico como Estados Unidos.

Tribuna Norteamericana

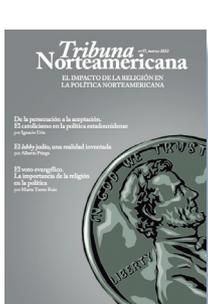
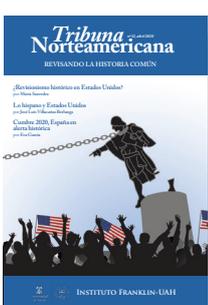
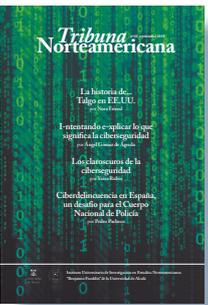
Tribuna Norteamericana está disponible para su descarga en PDF en la página web del Instituto Franklin-UAH: www.institutofranklin.net

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 "Espacio Fundación".

NÚMEROS ANTERIORES







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

