

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

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

## Elena Herrero- Beaumont

Socia y directora de  
Reputación &  
Stakeholders de  
Vinces



Twitter: @ElenaHeBe



# Los lobbies DEMÓCRATAS en la Era de Donald Trump

Elena Herrero-Beaumont

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

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

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

## 1 *El cometido institucional ideal del lobista*

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

2

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Hasta que han dejado de serlo.

### 3

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

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

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

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

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



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

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

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

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

## 4

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

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

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

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

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

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

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

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