

El regreso de Trump: una era dorada del periodismo

La Casa Blanca **margina** a las grandes agencias, **privilegia** a medios afines y **reconfigura el acceso informativo** en Washington, alterando décadas de precedentes y cuestionando el papel del periodismo tradicional.

DAVID ALANDETE

Washington.- El pasado 14 de febrero, hubo una anomalía en la rutina de entrada al Despacho Oval en la Casa Blanca. Eran las 14:05 horas, el presidente Donald Trump, en el cargo apenas 25 días, se disponía a firmar una serie de decretos ante la prensa. Un grupo de periodistas -entre ellos, el corresponsal de Associated Press (AP) Zeke Miller y el fotógrafo de la misma agencia Alex Brandon- se preparaba para entrar al despacho del presidente. Yo, como corresponsal del diario ABC y la Cadena COPE, estaba en la sala de prensa, situada justo ante la entrada a las dependencias presidenciales. A la izquierda del podio, desde donde la portavoz ofrece las ruedas de prensa, hay una puerta discreta, sin distintivos, que conecta directamente con la Rosaleda y el Despacho Oval. Por allí

se organiza el acceso de la prensa cuando hay convocatorias presidenciales, y todos los reporteros que van a ver al presidente deben pasar por allí.

Pocos segundos antes de que el grupo empezara a avanzar, vi cómo dos miembros del equipo de prensa de la Casa Blanca interceptaban a Miller y Brandon, y los hacía a un lado. No alcancé a oír el intercambio completo, pero una de las asistentes de prensa, visiblemente incómoda, negó el acceso con un escueto “no, lo siento”. Mientras el resto del grupo cruzaba la puerta, ellos permanecieron un momento inmóviles, congelados, con gesto serio, y terminaron retirándose, cabizbajos. Poco después, abandonaron la sala sin hacer comentarios. AP había sido excluida oficialmente de la cobertura presidencial.

David Alandete es corresponsal en la Casa Blanca de ABC, Cadena COPE y Telemadrid

Esa agencia cubre la presidencia estadounidense desde su fundación en 1846. Es una de las organizaciones de noticias más grandes y respetadas del mundo. Opera de una forma totalmente independiente. No se debe a dueños o accionistas, sino que cada medio de comunicación miembro aporta financieramente al funcionamiento de la agencia y, a cambio, tiene acceso a su cobertura informativa. Su acceso a la Casa Blanca no es simbólico: cumple desde hace largas décadas una función esencial como representante y apoyo del conjunto de los medios que integran lo que en inglés se conoce como *pool* presidencial, es decir, los encargados de cubrir de forma rotatoria eventos con espacio limitado y compartir el material con el resto de la prensa.

Que se impidiera su entrada, sin explicación oficial, rompe con décadas de precedente, algo completamente inusual que no hizo ninguno de los predecesores de Trump. La ausencia de AP fue notoria entre los presentes, más aún entre quienes conocíamos el precedente. Se escribieron notas sobre ello en otros medios, y en la Casa Blanca aparecieron carteles con el lema “Estamos con AP”.

Se trataba de un veto deliberado por parte del presidente, que abría una nueva etapa de acceso a los espacios de poder. Pero no puedo decir que cambiara en exceso la cobertura del presidente. Dentro del Despacho Oval, Trump recibió a su equipo económico y varios nue-

vos miembros del gabinete. Las preguntas que suele hacer AP las hicieron otras agencias, y como suele suceder en cada intervención de Trump, sus respuestas dieron pie a varios titulares.

En las ruedas de prensa, la primera y la última pregunta han dejado de reservarse a AP. La primera recae ahora en un medio digital y emergente

Desde el regreso de Trump al poder, su equipo de prensa permitió el acceso a otros periodistas, analistas y opinadores, bajo el argumento de que la cobertura del presidente debía ampliarse a nuevos medios y formatos innovadores que lleguen a más audiencias, especialmente a aquellas que consumen información a través de plataformas digitales y redes sociales. Según la portavoz de la Casa Blanca, Karoline Leavitt, la decisión busca diversificar el abanico informativo en el Despacho Oval y otorgar espacio a voces emergentes que representan distintas comunidades y perspectivas.

Para los medios tradicionales, fue un golpe tras otro. El acceso al presidente, antes gestionado por la Asociación de Corresponsales de la Casa Blanca, pasó a depender directamente del equipo de Trump, eliminando la intermediación

profesional y rompiendo décadas de precedentes. AP, emblema del periodismo independiente en Washington, quedó relegada de varios eventos clave, hasta que un juez federal ordenó a la Casa Blanca restituir su acreditación. Sin embargo, el daño ya estaba hecho: Leavitt, la portavoz, dejó de otorgar la primera pregunta en las ruedas de prensa a AP, una tradición inamovible durante décadas.

Además, eliminó el gesto simbólico de que el corresponsal de esa agencia daba por finalizada la comparecencia al confirmar que todos los temas habían sido tratados. Era un ritual del rito informativo en Washington, y su desaparición simbolizó la ruptura entre la Casa Blanca y el periodismo tradicional.

El desaire a la prensa generalista no terminó ahí. En su primera gira internacional al Golfo Pérsico, Trump rompió con décadas de tradición: las grandes agencias de noticias quedaron excluidas del Air Force One y, por primera vez, debieron volar por su cuenta para seguir al presidente. Era un gesto que evidenciaba un cambio profundo en la relación con los medios históricos.

Además, la Casa Blanca introdujo un cambio simbólico y rotundo: la primera pregunta de cada rueda de prensa recaería en un medio digital y emergente. Cabeceras que nunca habían logrado asiento junto a los grandes medios como *Semafor*, *NewsNation*, *Axios* y *Breitbart News* ocuparon ese lugar privilegiado, marcando desde el inicio el tono de las

comparecencias y consolidando un giro en la narrativa informativa.

Después, la Administración Trump planteó abiertamente la posibilidad de eliminar la asignación tradicional de asientos en la sala de prensa, un sistema que reservaba las primeras filas para las grandes cadenas de televisión, los diarios nacionales y las agencias internacionales. Era un desafío directo a la clase mediática dominante en Washington, un intento por redistribuir el poder informativo y dar protagonismo a voces hasta entonces marginales en la cobertura presidencial.

La propuesta generó un sismo en el mundo informativo de Washington. No se trataba solo de un cambio logístico, sino de una redistribución del poder mediático. Colocar a medios emergentes, alternativos y de opinión pura y dura en igualdad de condiciones que los históricos significaba reconfigurar el equilibrio informativo en la capital estadounidense, un movimiento que consolidaba la apuesta de Trump por descentralizar el poder de los gigantes mediáticos y amplificar las voces de quienes le son afines. Lo más importante, el acceso al poder ha cambiado.

En Washington, como en otras capitales políticas, el periodismo tradicional ha ido privilegiando cada vez más el acceso sobre el reporterismo y la investigación. Esta tendencia, lejos de fortalecer la calidad informativa, ha terminado por erosionar los reflejos del oficio y, en última

instancia, la credibilidad de los medios. Los corresponsales han pasado a medir su prestigio no por la profundidad de sus investigaciones, sino por la cercanía que logran con el poder, por quién obtiene antes las supuestas exclusivas, ya sean decisiones políticas consolidadas o simples globos sonda para tantear el pulso de la opinión pública.

El acceso a los despachos oficiales, las invitaciones a las conferencias restringidas y la posibilidad de preguntar en ruedas de prensa se han convertido en los indicadores de relevancia para muchos medios, en detrimento del trabajo en campo y de la verificación exhaustiva. El periodismo, en esa lógica, ha cedido terreno al espectáculo del acceso, a una proximidad con el poder que a menudo diluye su capacidad de escrutinio. En esa proximidad, las preguntas incisivas se sustituyen por gestos calculados, en los que sobresale el corresponsal de turno, en momentos medidos para que triunfen en redes sociales.

Trump, maestro de la telerrealidad y pionero en el uso estratégico de las redes sociales, entendió desde el primer momento el valor del espectáculo en política. Con esa lógica, reconfiguró de manera calculada el acceso mediático en la Casa Blanca, alterando el equilibrio que durante décadas había dominado la relación entre prensa y poder en Washington.

Lo hizo, además, con una convicción clara: en su primer mandato, una rela-

ción más ortodoxa con los medios no le sirvió de nada. A su entender, le siguieron tratando del mismo modo que antes de llegar al Despacho Oval. En el mejor de los casos, como un provocador imprevisible; en el peor, como una caricatura política. Trump comprendió entonces que, para doblegar ese relato, debía transformar el escenario, modificar las reglas del juego y decidir él mismo quién tenía acceso, quién preguntaba y quién se quedaba fuera.

El acceso mediático dejó de ser un derecho adquirido por las grandes cabeceras y se convirtió en un privilegio otorgado por su Administración. Los medios emergentes, sobre todo los más afines a Trump, aunque no solo ellos, encontraron un espacio privilegiado; mientras que los tradicionales, acostumbrados a marcar el ritmo de la información en Washington, veían reducido su acceso, relegados a un segundo plano en un tablero que Trump rediseña a su medida.

El argumento oficial señala que, en una era marcada por el acceso inmediato a la información, es necesario para la Casa Blanca ampliar el alcance y actualizar los canales por los cuales se transmite el mensaje presidencial. Esto incluye invitaciones con medios independientes, *influencers* políticos y plataformas multimedia que puedan ofrecer una narrativa más cercana y accesible al público joven o más desencantado con las grandes cabeceras y cadenas de radio y televisión. Mientras AP quedaba fuera de la convo-

catoria, un número creciente de medios alternativos tomaba su lugar, registrando cada palabra y cada gesto del presidente.

Lo más llamativo en este cambio ha sido el desembarco en los actos oficiales del presidente Trump de profesionales de la información que, junto a las preguntas tradicionales, intercalan verdaderos editoriales, comentarios más propios de la opinión que del periodismo tradicional. Es el caso, por ejemplo, de Brian Glenn, de la cadena Real America's Voice. Glenn se ha convertido desde el regreso de Trump a la Casa Blanca en una figura extremadamente influyente en la Casa Blanca, dada su relación sentimental con una diputada que es estrecha aliada del presidente y gran defensora suya, Marjorie Taylor Greene.

El acceso mediático al presidente dejó de ser un derecho adquirido por las grandes cabeceras y se convirtió en un privilegio otorgado por su equipo

Glenn ha logrado algo hasta ahora impensable para un medio minoritario, que sobre todo opera en *streaming* y que apenas tiene cuatro años de funcionamiento y una audiencia limitada: acceso continuado y permanente al Despacho Oval. Glenn, por ejemplo, estuvo en pri-

mera fila el pasado 28 de febrero, cuando el presidente ucraniano, Volodímir Zelenski, visitó a Trump. En una de sus preguntas, Glenn le espetó a Zelensky: “¿Por qué no llevas traje?”. Fue una de las pullas que fue elevando la tensión. Zelensky, visiblemente incómodo, respondió: “Me lo pondré cuando acabe la guerra, tal vez un traje peor o mejor que el que usted lleva, ya veremos”.

La pregunta no solo descolocó al presidente ucraniano, sino que evidenció el estilo provocador de Glenn, capaz de incomodar incluso en los momentos de mayor simbolismo diplomático.

La nueva estrategia mediática de la Casa Blanca permite un acceso más amplio y directo a esos medios emergentes, pero también representa un riesgo doble: las preguntas pueden estar muy cargadas de intención, como aquel caso; y, además, Trump habla sin filtros, a menudo improvisa, y no puede haber una verificación en tiempo real de sus afirmaciones.

Ese es otro síntoma inequívoco del trumpismo: una verborragia apabullante. El presidente comparece casi a diario, y no pocas veces en más de una ocasión. Invita a los periodistas al Despacho Oval para presenciar la firma de decretos, los reúne en recepciones improvisadas en la residencia y, en otras ocasiones, se planta ante el Ala Oeste o en el jardín para responder a preguntas lanzadas a gritos, sin filtro ni discriminación. Habla de todo y de nada, desde el fútbol has-

ta conflictos armados en África, en una suerte de monólogo inagotable que mezcla la política con el espectáculo.

El 20 de enero tuve la oportunidad de experimentar de primera mano esas dificultades de informar de forma rigurosa desde el Despacho Oval. Acompañado de un grupo de periodistas, entramos en la sala poco después de que Trump jurara su segundo mandato. Allí estaba el presidente, detrás del emblemático escritorio conocido como Resolute, mientras le acercaban varios decretos para firmar. A medida que estampaba su firma, respondía a preguntas con su estilo característico, aprovechando cada ocasión para lanzar críticas a Joe Biden, que acababa de abandonar la Casa Blanca. (“Con el tipo de antes no hablabais tanto, ¿verdad?”, preguntaba, con aire socarrón).

Durante esa breve pero intensa comparecencia, tuve la oportunidad de plantearle una cuestión sobre los países europeos que no alcanzaban el 2% del PIB en gasto de defensa, tal y como exige la OTAN. Le mencioné específicamente los casos de España y Francia, que se encontraban bajo presión para cumplir con ese objetivo antes de junio. Al escuchar el nombre de España, Trump no dudó en responder con un gesto de desaprobación: “Muy mal, muy poco gasto”, afirmó, mirándome fijamente, y luego añadió algo que dejó perplejos a los presentes: “España es una nación BRICS. Es BRICS”. Sorprendido, le repliqué que eso no era correcto, que los BRICS son

solo Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica. Pero él insistió: “Ya verás, ya verás, pronto verás”.

Aquella declaración, inesperada y enigmática, nunca fue aclarada. Intenté repreguntar en ese mismo momento, pero el presidente pasó a otro tema sin más explicaciones. En los días siguientes, consulté a sus portavoces, quienes se limitaron a decir que “las palabras del presidente hablaban por sí mismas”. Hasta hoy, queda la incógnita sobre si se trató de un desliz, una broma o un mensaje velado sobre la posición de España en el tablero geopolítico, alineándola, quizá, con países como China o Rusia. Sea cual sea el caso, aquellas palabras aún resuenan como un enigma sin resolver.

Un síntoma inequívoco del trumpismo es su verborragia apabullante. Habla de todo y de nada, en una suerte de monólogo inagotable que mezcla la política con el espectáculo

Lo mismo sucedió el pasado 8 de mayo, cuando León XIV fue elegido papa, convirtiéndose en el primer estadounidense en ocupar el trono de San Pedro. Aquel día, mientras un grupo de periodistas aguardábamos en la entrada del Ala

Oeste, Trump apareció de improviso, flanqueado por su equipo tras recibir al golfista Tiger Woods. La escena era curiosa: Trump, aún con la sonrisa de la reunión anterior, se detuvo a pocos metros de nosotros, permitiendo que lanzáramos preguntas.

Una periodista italiana se adelantó y le preguntó si había estado en contacto con el nuevo papa, el cardenal Robert Prevost. Trump, sin dudar, respondió con seguridad: “Ya nos han llamado”. La afirmación dejó perplejos a varios de los presentes, ya que, hasta ese momento, en el Vaticano nadie había confirmado comunicación alguna con la Casa Blanca. La Santa Sede, de hecho, negó haber establecido contacto oficial tras el nombramiento de León XIV. Estaban aún preparando la llegada del papa a sus dependencias.

No quedó claro a qué se refería el presidente. ¿Era un simple desliz? ¿Una exageración propia de su estilo? ¿O un intento de marcar una cercanía inexistente con el nuevo pontífice? Nadie lo sabe; y los portavoces de la Casa Blanca, interrogados al respecto, se limitaron a decir, una vez más, que las palabras de Trump “hablaban por sí mismas”. Una declaración más que se suma a la larga lista de enigmas diplomáticos en esta nueva etapa de su mandato.

Trump es incontenible en cada una de sus comparecencias. No se limita a responder preguntas, sino que convierte cada oportunidad en un espectáculo

de confrontación directa con los medios, que luego se difunde en redes sociales para júbilo de sus seguidores. El presidente se crece en los ataques a los periodistas, a quienes acusa de tergiversar la realidad y promover una agenda contra su Administración. Para él, los medios tradicionales son “*fake news*” y “enemigos del pueblo”, unas expresiones que repite sin descanso desde su primer mandato.

En la sala de prensa, en el Despacho Oval o en el avión Air Force One, el presidente no disimula su desprecio por las grandes cabeceras, sean del signo que sean. Al corresponsal del *Wall Street Journal* lo acusó de trabajar para China por sus preguntas sobre los aranceles; a los reporteros de ABC News los señaló como “falsarios” por preguntar por el regalo de un avión por parte de Catar, y al equipo de *The Washington Post* le espetó que estaban al servicio del Partido Demócrata. En más de una ocasión, sus asesores han intentado cortar las sesiones para evitar mayores tensiones, si bien Trump persiste, desafiante, alimentando el espectáculo y aprovechando cada intercambio para fortalecer su narrativa.

Lo cierto es que esta estrategia de confrontación con la prensa, aunque radical, tampoco es exclusiva de Trump. Yo mismo fui testigo de un episodio que quedó grabado en la memoria de muchos periodistas: el 24 de enero de 2022, en un evento sobre el estado de la eco-

nomía, el entonces presidente Joe Biden perdió los estribos cuando Peter Doocy, reportero de Fox News, le preguntó por el impacto de la inflación. Sin apagar el micrófono y sin ocultar su frustración, Biden murmuró: “Estúpido hijo de perra”, un insulto que fue captado en directo por todas las cadenas de televisión.

El episodio de Biden quedó como un claro ejemplo de lo tensas que pueden llegar a ser las relaciones entre la prensa y el poder en Washington, sin importar quién ocupe el Despacho Oval. Sin embargo, Trump ha llevado esa confrontación a un plano casi institucionalizado: cada comparecencia se convierte en un combate abierto, un ajuste de cuentas en directo contra aquellos que considera enemigos de su narrativa.

La diferencia es evidente: mientras que Biden, consciente del desliz, llamó de inmediato a Peter Doocy para disculparse, Trump se jacta abiertamente de no pedir perdón jamás. Para él, reconocer un error es una muestra de debilidad, y prefiere redoblar sus ataques antes que retractarse. Esa postura intransigente forma parte esencial de su estrategia, una marca de su liderazgo que divide profundamente a la opinión pública.

Si el resultado del periodismo se mide por su cercanía al poder, por su acceso a las fuentes, podría decirse que Trump ha entorpecido el trabajo de la prensa tradicional. Sin embargo, si se mide por lo que se expone, por la información que se obtiene y la visibilidad del poder en

acción, el panorama cambia radicalmente. Durante este mandato, el interés por la presidencia se ha disparado. A diario, la Casa Blanca se llena de cientos de reporteros provenientes de todos los rincones del mundo.

Lo más llamativo ha sido el desembarco de profesionales de la información que, junto a las preguntas tradicionales, intercalan verdaderos editoriales

Cualquiera, en teoría, puede llegar al presidente, porque no solo habla desde el Despacho Oval, sino que aparece con frecuencia en otros foros, a menudo de manera inesperada, brindando oportunidades para preguntas que en otros tiempos habrían sido imposibles. Yo mismo he visto cómo se le pregunta al presidente por Ucrania, Ruanda, Venezuela, Angola, India o Italia, y cómo responde a todo.

Para la prensa extranjera, el cambio ha sido sustancial. Lo que antes era un monopolio de unos pocos medios se ha diversificado enormemente. Yo he tenido la oportunidad de preguntar en varias ocasiones al presidente en actos públicos, un acceso que durante la Administración de Joe Biden era prácticamente

imposible. Leavitt, su portavoz, ha insistido en que Trump es “el presidente más accesible y transparente con la prensa en la historia reciente”, y en eso tengo que darle la razón.

Las oportunidades para cuestionar al presidente se multiplican, y con ello, es cierto, el margen para la confrontación y el intercambio directo. Trump no evita las preguntas incómodas, se enfrenta a ellas con su estilo característico, a menudo utilizando la ocasión para lanzar ataques contra sus críticos y reafirmar sus políticas. En más de una ocasión, hemos visto cómo esos momentos se transforman en auténticas batallas dialécticas, en las que el presidente responde a las preguntas más incisivas con acusaciones directas de manipulación informativa.

El precio a pagar por un acceso tan constante es la confrontación, una dinámica que parece alimentar las denuncias de Trump sobre los medios como actores parciales y sesgados, y a la vez hacen a estos posicionarse como antagonistas del poder, algo que a la prensa, históricamente, no le ha ido mal. Fueron grandes exclusivas las que forzaron la dimisión de Richard Nixon durante el escándalo del Watergate o las que desmontaron toda la quimera de las armas de destrucción masiva en Irak de la Administración de George W. Bush.

Algo semejante podría haber ocurrido si la prensa hubiera descubierto un entramado para ocultar el deterioro cognitivo de Joe Biden, no solo por lo que

esto implicaba para su presidencia, sino porque pretendía volver a presentarse y prolongar su mandato hasta 2029. Por eso, su intervención en el debate de julio de 2024 fue tan devastadora: para todos quedó patente que Biden luchaba por proyectar una imagen de control absoluto, pero los errores acumulados, los vacíos de memoria y la falta de claridad en sus respuestas dejaron al descubierto un desgaste evidente.

Los grandes medios llevaban meses informando de algo falso: que, según sus fuentes, el presidente en privado estaba en plena forma. Quienes osaban publicar sobre los problemas de Biden se enfrentaban a grandes presiones, acusaciones de sensacionalismo, de publicar meros rumores.

Su portavoz ha insistido en que Trump es “el presidente más accesible y transparente con la prensa en la historia reciente”

Yo mismo viví en carne propia ese tipo de presiones. En más de una ocasión, al cubrir la Casa Blanca durante la Administración Biden, recibí quejas de portavoces o diplomáticos por plantear cuestiones incómodas en temas sensibles sobre su edad, como me consta que sucedió con más de un editor. No fui el único: otros corresponsales inter-

nacionales también se enfrentaron a este tipo de quejas, lo que ponía en evidencia una estrategia de control informativo que contrastaba con el acceso abierto que ahora promueve la Administración Trump, aunque este último también tenga sus propias limitaciones y condicionantes.

Una de las justificaciones para esta apertura a nuevos medios es, según Leavitt, la pérdida de confianza en los medios tradicionales. Ella ha insistido en que “la cobertura mediática sobre el estado de salud de Joe Biden durante su mandato contribuyó significativamente a esa desconfianza”. Para la portavoz, el hecho de que “millones de estadounidenses vieran al presidente Biden tropezar en múltiples ocasiones, perder el hilo de sus discursos y cometer errores en público, mientras la prensa callaba o minimizaba esas imágenes, fue un punto de inflexión”.

Durante una rueda de prensa en abril, Leavitt afirmó: “Los estadounidenses vieron con sus propios ojos lo que estaba pasando, y los medios se negaron a contarlo. Esa desconexión entre lo que la gente veía y lo que los medios decían es lo que destruyó su credibilidad”.

Su respuesta ha sido tomar el control del acceso al presidente. Durante décadas, este estuvo marcado por el férreo control de la Asociación de Corresponsales de la Casa Blanca. Esta organización, fundada en 1914, opera de manera independiente y se encarga de coordinar

el acceso de los periodistas a los eventos presidenciales, asegurando una rotación equitativa para que las agencias más representativas de la prensa nacional e internacional tuvieran presencia en actos limitados por espacio o seguridad. El término “*pool*” (significa “piscina” en inglés) y tiene un origen curioso: se refiere a la antigua piscina cubierta que se encuentra justo debajo de la actual sala de prensa de la Casa Blanca.

Ahora el *pool* lo decide la Casa Blanca a diario, incluyendo a medios emergentes, *influencers* políticos y canales de *streaming* de marcado carácter conservador o directamente trumpista. Real America’s Voice, One America News Network, Lindell TV y *Breitbart News* comenzaron a ganar una visibilidad inédita en las conferencias de prensa y en los eventos presidenciales, ocupando espacios que antes estaban reservados para los grandes conglomerados mediáticos.

La argumentación oficial era clara: diversificar las voces y ofrecer un acceso más amplio a profesionales que, según la Administración, habían sido ignorados por los medios tradicionales. Leavitt defendió esta estrategia como un paso hacia una mayor representación y pluralidad informativa, alineada con el espíritu del trumpismo de desafiar a las élites mediáticas y acercar el poder a aquellos que, en su narrativa, habían sido silenciados o ignorados por los grandes medios de comunicación.

La verdad es que algunas preguntas de estos medios emergentes se asemejan más a editoriales que a cuestionamientos periodísticos. En muchos casos, sus intervenciones se convierten en alabanzas explícitas al presidente, hasta el punto de generar cierta incomodidad en el propio Trump. Otras veces, estos periodistas aprovechan el acceso para atacar directamente a sus colegas de los medios tradicionales, acusándolos de ocultar información comprometedora, como el deterioro cognitivo de Biden durante el final de su presidencia.

Ahora el *pool* lo decide la Casa Blanca, incluyendo a medios emergentes, *influencers* y canales de *streaming* de marcado carácter conservador o directamente trumpista

Un ejemplo claro ocurrió en una rueda de prensa reciente, cuando Cara Castonuova, corresponsal de Lindell TV, preguntó a Leavitt cuál era el secreto de Trump para verse “más saludable que nunca” y si estaba haciendo ejercicio con Robert Kennedy Jr., su secretario de Sanidad, amante del CrossFit.

Y debo decir que la transformación en el acceso al presidente también afecta a otro tipo de prensa, sobre todo la extran-

jera. Tradicionalmente, el acceso para corresponsales internacionales estaba limitado a un pequeño número de rotaciones dentro del *pool*, controlado por limitaciones muy marcadas y rigurosas. Esto cambió. Medios de Latinoamérica, Asia y Europa han tenido más oportunidades de formular preguntas directas al presidente y su equipo. Se ha permitido a nuevas voces de Brasil, India o Angola entrar en el *pool*, con preguntas tan válidas y bien encaradas como la de los profesionales que antes tenían el acceso exclusivo al presidente.

En mi caso, he podido preguntar en varias ocasiones en actos públicos, algo que durante la Administración Biden era prácticamente imposible: sobre el gasto militar en Europa, sobre la muerte del papa, sobre el régimen de Venezuela. Este tipo de apertura me era impensable bajo el mandato de Biden, donde el acceso estaba estrictamente regulado y las comparecencias eran medidas al milímetro por su equipo de comunicación. En una ocasión pude preguntar al expresidente por Cuba y Venezuela, en una breve conversación informal en el patio de la Casa Blanca.

Biden entraba a las conferencias de prensa con un listado detallado de los periodistas a los que debía llamar, mencionándolos por su nombre y medio, en un orden predeterminado y cuidadosamente controlado. Trump, en cambio, no sigue un guion. Se presenta de improviso, permite preguntas de medios

que antes apenas lograban acreditación y, a menudo, deja espacio para cuestionamientos abiertos, sin importar el formato o la afiliación del periodista.

Este tipo de interacciones refuerza la idea de un acceso abierto, pero pocas noticias de enjundia salen de ahí. En esas comparecencias todo queda en un “Trump dice esto”, “Trump dice lo otro”. Promete cosas inalcanzables, como ampliar Guantánamo o reabrir Alcatraz. Descalifica a oponentes, a los que llama escoria o cortos de entendaderas. Se mete con los periodistas, tienta las aguas, lanza globos sonda. Controla, siempre, la narrativa.

El periodismo de verdad se hace exponiendo los hechos, más que las palabras. Y en los últimos tiempos, algunas de las exclusivas más importantes han surgido precisamente de investigaciones rigurosas que han sacado a la luz realidades ocultas. Por ejemplo, Reuters reveló cómo la laxitud en la regulación oficial permitía que precursores químicos provenientes de China inundaran el mercado estadounidense, facilitando la

producción de fentanilo por parte de cárteles mexicanos. *Politico* adelantó que el Tribunal Supremo se disponía a revocar la sentencia que legalizó el aborto a nivel federal entre 1973 y 2022. Y *The Atlantic* reveló, por un puro error del Gobierno, cómo la nueva Administración Trump debatía planes de ataques en Yemen a través de mensajería comercial cifrada.

Son solo algunos ejemplos de cómo el verdadero periodismo sigue siendo capaz de romper barreras, de colarse en los espacios donde el poder busca ocultarse y de arrancar, sencillamente, la verdad de quienes la ocultan. No se trata de comparecencias ni de frases grandilocuentes lanzadas en jardines presidenciales. Se trata de horas de investigación, de contactos en despachos olvidados y de documentos que, una vez expuestos, sacuden los cimientos del poder.

Mientras, se puede seguir cubriendo de cerca, como muchos compañeros hacemos, el día a día de Trump, que suscita mucho interés, y acaba siendo un género, pero cada vez más parecido al de espectáculos. ■