

EL FENÓMENO TRUMP

*Los medios de comunicación como
constructores de imagen*



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Grado en Publicidad y Relaciones públicas

Ismael Moreno Bermejo

Mayo 2016

Dirigido por Antón Rodríguez Castromil

ÍNDICE

1. Resumen.....	1
2. Introducción.....	2
3. Objetivos.....	5
4. Metodología.....	6
5. Contextualización.....	9
5.1. Sistema político estadounidense: El partido republicano y el partido demócrata.....	9
5.2. Definición del personaje. ¿Quién es Donald Trump?.....	13
6. El papel de los medios en la política estadounidense.....	17
7. Análisis de noticias.....	21
8. Conclusiones.....	35
9. Bibliografía y fuentes de información.....	36

Resumen

Con este trabajo se persigue entender cómo ha influido, y está influyendo la cobertura mediática de la prensa estadounidense en el contexto de las Primarias Presidenciales de Estados Unidos de 2016. Para ello se ha analizado el tratamiento y cobertura de los principales medios de comunicación (CNN, FOX, NBS, New York Times, Washington Post, Wall Street Journal) para comprobar si se corresponde a hechos objetivos o bien responden a una intención política y estratégica. Los medios tienen la posibilidad de influir poderosamente en la imagen de los candidatos, y los datos parecen indicar que así está ocurriendo en el caso de Donald Trump. Se está observando como la cobertura tanto negativa como positiva de su campaña, está contribuyendo a forjar una imagen determinada ante la opinión pública.

2. Introducción

Durante los últimos años hemos sido testigos del auge e interés por los temas de índole política, tanto por parte de los medios de comunicación como por parte de la opinión pública. Podemos encontrar el motivo en distintos factores¹ que, sin duda han contribuido en menor o mayor medida, y de forma conjunta, a elevar la política a un estadio de protagonismo presente en la vida social de todos los países.

Posiblemente el punto de inflexión lo encontremos en las elecciones de 2008 de Estados Unidos, donde el candidato demócrata Barack Obama ganó la contienda frente al republicano John McCain. El elemento a destacar de dichos comicios fue la novedosa estrategia tomada por el partido demócrata mediante la que hicieron un uso hasta entonces nunca visto de las redes sociales e internet. Tanto el desarrollo de nuevas herramientas de propaganda y fidelización 2.0, como la construcción de la imagen y el discurso del candidato mediante las páginas web y las redes sociales, dieron un nuevo papel al ámbito digital dentro de la comunicación política.

Los resultados obtenidos de aquella estrategia provocaron un efecto contagio a nivel mundial², y supuso un cambio en la gestión de la comunicación. La opinión pública y el ciudadano pasaron a ejercer un nuevo papel mucho más activo dentro de la esfera política, y el funcionamiento de los medios de comunicación se adaptó a un nuevo contexto donde supondría el nexo de unión entre el político y el ciudadano.

Todo ello sumado a la enorme actividad política de los últimos 15 años, dando lugar a muchas citas electorales y cuestiones de interés general, llevaron a la sociedad a poner en liza unos valores como la equidad, transparencia y justicia, que hasta ese momento no tenían tanta importancia.

¹ La dificultad de resolver los nuevos conflictos internacionales, principalmente en oriente medio y el norte de África por parte de las naciones líderes resultantes de las Naciones Unidas posteriores a 1989, unido a la profunda crisis económica de 2008, han llevado a la política a un escenario de desencanto y descrédito. Todo esto ha puesto en cuestión la eficacia y funcionamiento del actual sistema neocapitalista y ha despertado en los ciudadanos un interés por los asuntos de la vida pública, en un intento de resolver los problemas cambiando a las instituciones. Además, el tendente crecimiento de la población, está poniendo en entredicho la viabilidad de los recursos y está conduciendo a grandes movimientos migratorios que no hace más que profundizar en las fallas e ineficiencias del sistema.

² Se produjo un movimiento de imitación en la gestión de la comunicación por parte de los gobiernos europeos principalmente, los cuales empezaron a dar mucho más protagonismo y participación al ciudadano. Es lo que se denomina Open government o gobierno abierto: «Es colocar el resultado por delante del procedimiento, es abandonar las tautologías administrativas, propiciar la democracia deliberativa en todos los puntos de las administraciones y abandonar el concepto administrado por el de ciudadano» (Calderón and Sebastián, 2010)

Los medios de comunicación vieron incrementado su poder de influencia y participación en la vida pública³, y el ciudadano comenzó a utilizarlos como herramienta de gestión y participación en la política.

Es en ese contexto, en el que debemos poner en cuestión, así como inspeccionar e intentar de aportar algo de luz a la complejidad y procesos que intervienen en la influencia y papel que ejercen los medios como constructores de imágenes y discursos. Tal es así, que los candidatos y líderes políticos hacen uso de los medios para confeccionar y construir su imagen y su discurso.

Además, hay que considerar a los medios como un actor activo en este proceso, con sus propios intereses y valores⁴, que, no siempre están alineados con los políticos ni con las motivaciones que los condicionan. Es en esa interacción y cruces de vectores, donde hay que centrar el foco, considerando también al ciudadano como sujeto principal y objetivo de todo comportamiento.

Es en ese contexto donde se ven imbuidos los candidatos a las elecciones de Estados Unidos de 2016. En dicha contienda, y a la espera de conocer cuáles serán los candidatos ganadores resultantes de las primarias correspondientes, nos centraremos en el partido Republicano. En disputa por obtener la mayoría de los delegados encontramos a Donald Trump, a Ted Cruz, y, a John Kasich.

El interés se centra en el candidato, que a febrero de 2016 es el que, según las encuestas, tiene más posibilidades de obtener la candidatura. Y, más allá de resultados o estimaciones, la elección está motivada por la repercusión que está teniendo su campaña en la sociedad americana, en sus medios de comunicación con principal énfasis, y de una forma derivada, en todo el mundo.

La importancia que juega Estado Unidos en las relaciones internacionales, como protagonista del orden mundial, tanto por su poder militar, como económico y cultural hacen de estas elecciones el principal foco de interés político a nivel mundial.

³ Ante el descrédito de los partidos políticos y las instituciones, el ciudadano busca un referente en torno al cual establecer y conformar sus opiniones y formas de ver la realidad. Este entiende a los medios como un agente interesado en sus propias preferencias y en la defensa de los derechos civiles. Por otro lado, las instituciones son vistas de cara a organismos enfocados a obtener sus propios incentivos de supervivencia en el poder, los cuales difieren profundamente a los de los ciudadanos.

⁴ Los medios de comunicación modernos, como empresas, tienen sus propios intereses mercantilistas, y en definitiva su último fin es la obtención de beneficios; tanto en forma de dividendos como en forma de relaciones e influencias de poder.

Además, hay que tener en cuenta el contexto social en el que nos encontramos, en el que se está produciendo un gran auge del odio y la violencia, tanto física como verbal de la sociedad, plasmada en el auge de movimientos ciudadanos, revueltas y protestas.⁵

Con todos esos condicionantes, nos encontramos ante la posible victoria de un candidato como Donald Trump, con unos valores e ideales⁶ que pueden poner en peligro no solo equilibrio y la estabilidad social americana, sino mundial. Sus principios constituidos sobre la base de un fuerte componente racista, conservador y populista, que centra sus discursos hacia la población blanca de clase media -la cual constituye la mayor parte de la sociedad americana- ponen en cuestión muchos principios que hasta ahora regían el funcionamiento social.

Ante tal amenaza, encontramos una reacción no solo de gran parte de la población, que ve atemorizada como muchos de sus derechos y estilos de vida están en peligro, sino también por parte del propio partido republicano que está desmembrándose y diluyéndose ante la falta de una orientación política clara y sumida en un discurso arribista y contextual, lo que se puede observar en la posición que adoptó ante el plan de inmigración del gobierno de Barack Obama. En una entrevista dada en la CNN, el presidente de la Cámara de Representantes John Boehner, criticó el plan de inmigración que presentó el presidente y dijo que aunque el mandatario no es un 'emperador', se comporta como uno.⁷

Sin embargo, y de forma probada, los argumentos expuestos por el Partido Republicano faltaban a la realidad de los datos, según los cuales, a fecha de 2012, había en el país 11,2 millones de indocumentados, lo que representaba el 3,5 por ciento de la población. Lo que hace más que evidente la necesidad de un plan de regularización migratoria.⁸

Este tipo de argumentos pone de manifiesto el interés del partido por mantener a un votante tipo de clase media y raza blanca que se opone abiertamente a la inmigración.

⁵ El descontento social ha creado un clima de tensión que está desembocando en situaciones como las dadas en las revueltas de las primavera árabes, el aumento de masacres civiles por armas de fuego, o, por ejemplo, casos de violencia racial.

[http://elpais.com/diario/2011/01/16/opinion/1295132404_850215.html]

⁶ Como por ejemplo la discriminación positiva hacia la raza blanca de clase media, privatización de los servicios públicos, maximización del individualismo económico, reducción drástica de los impuestos, o, acercamiento geoestratégico a Rusia.

⁷ <http://cnnespanol.cnn.com/2014/11/20/el-plan-de-inmigracion-de-obama-deporten-a-delincuentes-no-a-las-familias/>

⁸ <http://www.europapress.es/internacional/noticia-inmigracion-ilegal-estados-unidos-cifras-20141121192546.html>

Pero, la reacción más empírica y notable es la se está dando lugar entre los principales periódicos del país⁹, que en su papel de defensores de la estabilidad social se han organizado en una campaña que pretende evitar la victoria del candidato.

Es ese tratamiento y esos discursos los que de una forma paradójica están contribuyendo a construir la imagen de Donald Trump, no solo de forma negativa sino ambiguamente¹⁰. Constituida principalmente por una acentuación de sus carencias y habilidades personales y sus valores racistas y contrarios a la igualdad y justicia social. Todo ello unido a la gestión inteligente de su gabinete de comunicación está dando, de forma lógica, lugar a un protagonismo exacerbado de su figura que no hace más que incrementar el interés y retroalimentarse de una forma geométrica y exponencial. Por tanto, el papel de esos medios y de esa gestión en la construcción de su imagen será el objeto de observación y estudio de este trabajo.

"Si no estáis prevenidos ante los medios de comunicación, os harán amar al opresor y odiar al oprimido". (Malcom X, 1962)

3. OBJETIVOS

Con todo ese contexto, el trabajo se predispone a recabar la información suficiente y necesaria para evidenciar y corroborar la situación actual que se da en la esfera política y mediática. Además, perfilar como esta ha contribuido a potenciar el "fenómeno Trump" hasta convertirlo en un tema de debate protagonista en la sociedad estadounidense y a nivel internacional.

Si bien es el último fin de dicho proceso, para ello es necesario llevar a cabo una recogida de información previa que permita reafirmar las hipótesis obtenidas de observar el contexto. Esto no quiere decir proceder a realizar un trabajo de investigación, pues únicamente se trata de observar cómo se interrelacionan los distintos

⁹ A ranking de 2005, los periódicos con mas tirada nacional son: Wall Street Journal (1.740.450), USA Today (1.653.428), Los Angeles Times (1.067.540), New York Times (1.066.540), y, Washington Post (759.122).

<http://www.misrespuestas.com/cuales-son-los-periodicos-mas-importantes-del-mundo.html>

¹⁰ Si bien se pone énfasis en resaltar sus valores racistas, individualistas y populistas, se obvia por otra parte que muchas de sus consignas están sustentadas por carencias o fallas regulatorias en sendas políticas; economía, inmigración, sanidad, etc.

factores. Así pues, será necesario conocer cuál es el contexto donde se está produciendo el fenómeno; cómo es el sistema electoral estadounidense.

Se está generando los elementos necesarios para que se desarrolle el aumento de popularidad de Donald Trump y los medios han sido los responsables. Es por ello interesante conocer quién es, de dónde proviene y cuáles son los motivos por los que ha llegado hasta su situación actual.

Una vez conocidos de ambos factores será posible cruzarlos realizando una observación del tratamiento que llevan a cabo los medios de comunicación de la información que recogen al respecto. En ese sentido restrinjo la observación a únicamente los medios estadounidenses (CNN, FOX, NBS, New York Times, Washington Post, Wall Street Journal), ya que están más próximos al fenómeno y tendrán una visión más polarizada y esclarecedora. Esto se hará con la intención de establecer grupos ideológicos dentro de los medios, y de averiguar cómo estos influyen en el tratamiento del personaje.

Finalmente, será posible estudiar la gestión que hace el equipo de Donald Trump¹¹ de tal situación, y las estrategias que han y que están llevando a cabo para comprobar cuál es el rédito que están extrayendo y para, de forma conclusiva, corroborar la importancia de esa interacción entre el personaje y los medios en la construcción de imágenes públicas.

4. METODOLOGÍA¹²

Para llevar a cabo el seguimiento y análisis de las noticias se seguirá un modelo constituido por una serie de variables que pretenden configurar un estándar capaz de aplicarse a todos los casos. Las variables han sido escogidas en base a la mayor objetividad posible en consecuencia de los factores que caracterizan el caso, y, por lo tanto, están adecuadamente orientadas. Es importante en ese sentido determinar en primer lugar el tipo de medio de comunicación a partir del cual se va estudiar el

¹¹Entre su equipo cuenta con Corey Lewandowski como jefe de campaña, Paul Manafort como director de estrategia, y Katrina Pierson como portavoz. Así como otros tantos asesores.

<http://www.t13.cl/noticia/mundo/quien-es-quien-equipo-asesores-donald-trump>

¹² El modelo que se ha seleccionado para el estudio no supone una utilización de todos los parámetros y variables en todo momento. Depende del objeto que se esté midiendo, se hará uso de unos o de otros.

tratamiento de la imagen (prensa, radio, televisión o medios digitales¹³), y en segundo lugar concretar específicamente los medios en cuestión.

En relación con el tipo, no dispongo de ninguna restricción pues entiendo que toda la tipología de medios participa de la cobertura mediática de la campaña, aunque se tiene en cuenta la prevalencia de la televisión y la prensa sobre el resto. En sentidos de importancia sí se dispone una restricción por aquellos que sirven de referencia¹⁴.

De tal forma, me decanto por la *FOX*, *NBS*, *New York Times*, *Washington Post*, y, el *Wall Street Journal*, y lo extiendo a determinados medios más polarizados como Univisión, en aquellos contextos en los que se quiere resaltar más las diferencias ideológicas de cobertura.

El seguimiento se extiende desde el 16 de junio de 2015, momento en el que se hace pública la candidatura de Donald Trump a las Primarias, hasta febrero de 2016, cuando comienza el proceso de votación. Es decir, que se ha codificado la precampaña electoral y se hace un acercamiento a la propia campaña.

Toda la información publicada que contiene la palabra "Donald Trump" en relación a las Primarias Presidenciales ha sido susceptible de entrar a formar parte de la muestra. No se limita en tanto el número de noticias como sí su fecha de publicación.

La clasificación utilizada para el tratamiento de la información se basa en la lectura completa de la noticia y su codificación manual a través del conteo en el que destacan las variables de: medio, fecha, importancia, titular, tema, tipo, vocabulario y, sesgo mediático.

Medio: Nombre del medio de comunicación donde se publica la noticia, y, empresa o grupo al que pertenecen. Esto determinará otros inputs posteriores como el sesgo aplicado al contenido noticiable. Se opta por los medios de preferencia estadounidenses, considerando de preferencia aquellos que suponen las principales tiradas de todo el espectro ideológico.

¹³ Todos aquellos sustentados en Internet o plataformas digitales.

¹⁴ Entiendo medios de referencia como aquellos que constituyen el modelo a seguir ideológicamente dentro de su familia política. Como por ejemplo puede ser el tratamiento que haga la Fox, y que sirve de guía para todos aquellos medios conservadores. Lo cual se puede comprobar revisando la importancia y el eco que se le dan a sus publicaciones dentro de la esfera mediática.

Fecha: Día, mes y año de la publicación. Posibilita establecer un orden cronológico y estructurar una línea argumental en base al conjunto de noticias de manera que se puedan configurar conclusiones objetivas y determinantes de manera correlacionada. Se establece el 16 de junio de 2015 como límite temporal, abarcando hasta febrero de 2016.

Importancia: Entendida como interés y atención que se le presta dentro del medio a la noticia. Esto vendrá determinado; por la sección que ocupa, teniendo en cuenta que solo analizamos medios web, por el estilo predominante, conciso, agresivo, analítico, etc., y, por el interés objetivo. Esto último, condicionado por la cercanía del hecho, su proximidad temporal, o temática (interés general, asuntos nacionales o sociales de gran calado). Se establecerá en función del medio, ya que cada uno cuenta con su propia estructura jerárquica.

Titular: Facilita la codificación de las noticias de manera más organizada.

Tema: Clasificación por grandes temas: Terrorismo, educación, religión, inmigración, política social, política internacional, economía, sanidad.

Tipo: No configura una clasificación determinada pero sirve de base para analizar el sesgo mediático de las noticias. De tal forma que se tiene en cuenta si se trata de asuntos personales del candidato, declaraciones¹⁵, artículos de opinión, o anécdotas.

Vocabulario: Expresiones utilizadas y tono de las mismas relacionadas con los distintos temas y que sirve para orientar el posible sesgo mediático de la noticia. Es un parámetro únicamente orientativo y no conclusivo o determinante.

Sesgo mediático: En función de todos los elementos previos se extrae una conclusión sobre el tratamiento de la información. Se tienen en cuenta los intereses ideológicos o publicitarios y se observa la valoración de la noticia (objetividad/subjetividad). Se establece una gradación: Favorable al candidato (+1), neutral (0), desfavorable al candidato (-1). Lo que posibilita medir la negatividad, positividad o neutralidad mediática¹⁶ entre candidatos.

¹⁵ Dentro de las cuales establezco una distinción en función del tono y el lenguaje quedando divididas en: Controvertidas o polémicas agresiones, y, programáticas o referentes a la campaña.

¹⁶ «El negativismo no es más que una forma estratégica de tendenciosidad como también los son el “positivismo” y la neutralidad “de conveniencia» (Castromil, 2015)

5. CONTEXTUALIZACIÓN

Antes de entrar en el análisis propio de noticias que será lo que constituya el núcleo de este trabajo, es necesario contextualizar al objeto de estudio y donde se desenvuelve. De tal forma, se hace requisito imprescindible conocer cómo funciona el sistema político norteamericano y cuál es la implicación del Partido Republicano en dicho sistema. De forma consecuente se debe explicar de qué manera influye el Partido Republicano y, delimitar al personaje al que se va a analizar. Para ello se hará un breve repaso sobre la historia de Donald Trump, con el objetivo de conocer de donde viene y cuál es su recorrido en la vida pública estadounidense y así comprender el motivo de sus acciones y valores.

En todo ese proceso intervienen los medios de comunicación, que sirven de campo de estudio para este caso, y por lo tanto hay que entender cuál es su implicación en Estados Unidos y como intervienen en la vida pública¹⁷.

Una vez comprendido todo ello será posible conocer las causas y dar un motivo y argumento lógico a las conclusiones que se extraigan.

5.1 EL SISTEMA POLÍTICO ESTADOUNIDENSE: EL PARTIDO REPUBLICANO Y EL PARTIDO DEMÓCRATA

Estados Unidos se rige en la actualidad bajo una república presidencial y federal. De tal manera, el poder ejecutivo queda limitado bajo la constitución estadounidense. Se considera una democracia presidencialista pues el jefe del estado lo constituye un presidente ratificado por unos compromisarios o grandes electores.

El poder del presidente es notorio y mayor que en otras democracias modernas. Además de intervenir en el poder ejecutivo a través de los organismos del partido del que forma parte (que ejerce de por sí con el vicepresidente y los miembros del Gabinete) también tiene la capacidad de intervenir en algunas cuestiones del poder legislativo. Tiene las atribuciones de jefe de estado y de gobierno, además de ser el comandante en jefe del

¹⁷ Entendida no solo como opinión pública, sino también relacionada con la actividad política y legislativa de las instituciones. Constituye el clima social presente.

Ejército. Todo ello se debate y pone en cuestión en la cámara de representantes y en el Senado.

Existen tres niveles gubernamentales: estatal, federal y municipal o local. Cada cual se provee de sus propios mecanismos de funcionamiento orgánico así como de sus representantes. De esa forma, los líderes de las administraciones a nivel territorial son electos por sufragio directo o bien por otros candidatos.

Un aspecto diferenciador de este sistema es que el ciudadano no vota directamente al candidato sobre el que tiene preferencia sino que existe una figura intermedia que será la que decida finalmente la persona a postular. En una suerte de sistema de representación, el voto de la población queda comprometido en unos representantes llamados delegados, y que son proporcionales a la muestra a la que refieren. Si bien es cierto que cada partido tiene sus propios mecanismos de representación, el denominador común es el mismo.¹⁸

Otro elemento a destacar es la importancia que tienen los candidatos sobre las propias estructuras de sus partidos. El votante no muestra su apoyo sobre uno u otro partido como si ocurre en Europa, sino que vota directamente al candidato. Todo está orientado de forma presidencialista y las campañas no se hacen poniendo en consonancia los valores del partido, sino que se realiza un trabajo personalista sobre el candidato postulado.

Esto no quiere decir que sean independientes de las estructuras del partido, en la medida que son estas las que sustentan las campañas y candidaturas. Suponen el elemento base sobre el que se dispone el aparato de propaganda y comunicación y, por lo tanto, funcionan como un mecanismo creador de candidatos. La importancia de estos es fundamental, puesto que los candidatos van y vienen en función del contexto y el momento pero el partido permanece.¹⁹

¹⁸ https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_los_Estados_Unidos

¹⁹ El presidencialismo establece una clara distinción entre el poder ejecutivo, legislativo, judicial, y el Jefe del Estado. Es este último el que ostenta el poder ejecutivo mientras que el legislativo recae sobre el congreso. Al ser elegido mediante sufragio universal, el Jefe del Estado puede actuar con mayor independencia al recaer sus incentivos sobre los votantes directamente, evitando caer en partidocracias. Sin embargo, la necesidad de recabar apoyos supone en muchas ocasiones la tendencia al bipartidismo como forma más estable de recaudar financiación.
[\[https://es.wikipedia.org/wiki/Presidencialismo\]](https://es.wikipedia.org/wiki/Presidencialismo)

Como bien dice Liz (Liz, 2013) « por otro lado, las elecciones presidenciales sí ofrecen la ventaja indiscutible de permitir al pueblo elegir al jefe del ejecutivo de manera abierta, directa, por un período predecible, antes que dejar tal decisión a la manipulación de los políticos tras bambalinas . Pero esta ventaja sólo puede existir al producirse un claro mandato». Por lo que los valores y capacidades personales de los candidatos constituyen el elemento diferenciador y punto fuerte de cada uno de ellos.

Por su parte, el sufragio queda limitado a la edad de 18 años, que por otro lado no constituye la mayoría de edad oficial²⁰. Además existen otros condicionantes de tipo jurídico como no poseer ningún antecedente penal o estar sometido a un proceso judicial. Para poder ejercer el derecho a voto es necesario, en la mayoría de los casos, un registro previo en el censo de votantes, lo que explica la diferencia en la participación en función del estado.

Es reseñable destacar que al establecerse en su constitución como un sistema federal (integrado por 50 estados autónomos en su régimen interno), el país posee una multitud de legislaciones distintas en cada territorio, quedando únicamente las materias de estado en orden de dependencia del Congreso en Washington.

Además y de forma simultánea, cada partido establece unas normativas distintas en función del estado, lo que hace sumamente complejo su estudio o análisis. Un hecho claro de esto es el requisito previo de registro para votar, el cual no es necesario en según qué estados.²¹

Estas diferencias se hacen aun más notables en los procesos de primarias de cada partido. El sistema está configurado por un bipartidismo copado por el Partido Demócrata y el Partido Republicano²². Ambos llevan protagonizando la práctica

²⁰ A salvedad de los estados de Alabama y Nebraska que lo establecen a los 19 y Mississippi que lo hace a los 21.

[<http://inmigracion.about.com/od/preguntasfrecuentes/fl/Todo-lo-que-hay-que-saber-sobre-la-mayoria-de-edad-en-Estados-Unidos.htm>]

²¹ La registración o empadronamiento para votar es obligatorio en todos los estados excepto en Dakota del Norte, donde existe un sistema electoral “abierto” y los votantes pueden votar por el candidato de cualquier partido. [<http://www.univision.com/noticias/elecciones/requisitos-para-registrarse-y-votar>]

²² http://elpais.com/elpais/2012/10/29/media/1351526194_343470.html

totalidad de la actividad pública desde 1856, cuando el partido Whig²³ quedo disuelto y se consolido el partido Republicano²⁴.

Dichos partidos representan lo que se supone que ha de ser la polaridad del espectro ideológico. El Partido Demócrata supone la representación de los valores más liberales²⁵ y progresistas con tendencias orientadas al cristianismo, y el Partido Republicano los valores más conservadores y proteccionistas²⁶ asociados a un fuerte componente laico. De esa manera, representan a la mayoría de la población (tienen más del 95% de la representación territorial), quedando otros partidos como el Partido Verde, el Partido de la Constitución o el Partido Libertario sin prácticamente representación en la cámara.

Las legislaturas, por su parte, tienen una duración de cuatro años con posibilidad de una reelección. Además, cada partido realiza unas elecciones primarias previas para determinar al candidato que propondrá como aspirante a presidente²⁷. De esa forma, cada partido establece su propio calendario de votaciones por estado o grupos de estados.²⁸

A febrero de 2016 se están desarrollando las primarias de ambos partidos para la elección del candidato a la presidencia de las elecciones de 2016.²⁹

Donald Trump es el aspirante que lidera las votaciones en las primarias republicanas, tal como muestran todos los conteos³⁰, y por eso es el partido en el que se centrará el estudio y, su calendario de votaciones el que condicionará el análisis de los medios.

²³ Partido antecesor al Partido Republicano (1833-1856) que nació como análogo al partido británico del mismo nombre.

²⁴ [https://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Republicano_\(Estados_Unidos\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Republicano_(Estados_Unidos))

²⁵ El término liberal aquí no tiene el mismo significado y connotación que en Europa. Refiere a una orientación política y no a una posición económica sobre el papel del estado en el funcionamiento de la economía. En Estados Unidos ser liberal constituye apegarse a una ideología progresista y de izquierdas, mientras que en Europa solo supone una visión del modelo económico capitalista, primado por el individualismo y la eliminación de barreras estatales.

²⁶ Este proteccionismo solo hace referencia a la política exterior y a sus relaciones económicas con otros estados. A nivel interno, el partido republicano abogaba por un liberalismo económico en su máxima expresión del capitalismo neoliberal. En Estados Unidos se suele llamar a ésta doctrina, defensora del libre mercado y enemiga de la intervención del Estado.

²⁷ <http://cuantoycomo.com/cuanto-dura-la-presidencia-de-los-eeuu/>

²⁸ Dicho proceso se lleva a cabo un martes específico, que suele ser en febrero o marzo en año de elecciones presidenciales y que recibe el nombre de Supermartes. Es el día con mayor número de estados en elecciones primarias y candidatos delegados en disputa, por lo que suele ser determinante en la elección del candidato. En algunos estados se celebran primarias, es decir, los ciudadanos votan directamente por un delegado. En otros, en tanto, se realizan "caucus", es decir, asambleas partidarias en las que los delegados son designados después de llevar a cabo un debate. ("Todo lo que hay que saber del Súper Tuesday o supermartes", 2016)

<http://www.emol.com/noticias/internacional/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=291391>

²⁹ <http://elpais.com/especiales/2016/elecciones-eeuu/calendario/>

5.2 DEFINICION DEL PERSONAJE: ¿QUIEN ES DONALD TRUMP?

Nuestro objeto de estudio se centra en la persona de Donald Trump, candidato republicano en las primarias hacia la presidencia de Estados Unidos de 2016. Su candidatura ha supuesto una inflexión tanto en la vida política como social del país, así como a nivel internacional. Su estilo transgresor, poco convencional y alejado de toda norma de decoro le han hecho situarse en el centro de todos los debates y noticias desde junio de 2015. Tanto sus rivales directos dentro del partido, como los candidatos demócratas, los medios de comunicación de toda ideología, expertos y líderes de opinión, y asociaciones y empresas se han visto en la obligación de orquestar una campaña que logre defenestrar sus aspiraciones presidencialistas. Las bases que constituyen sus valores e ideología³¹ podrían llegar a suponer una amenaza para la estabilidad del sistema y atraer rémoras del pasado en contextos más conflictivos.

Su estilo directo y agresivo lleno de frases sintetizadas de difícil comprensión y su capacidad para anticipar o sugerir en una expresión afortunada el posible titular periodístico del día siguiente, lo hacen enormemente atractivo ante los medios de comunicación. Se alejaría así de lo que clásicamente se han considerado oradores clásicos, que optaban por ser claros y concretos o por enmarañar y confundir el discurso creando oscuridad, de inanidad, de nada (Rey Morató, 2007: 47)

Pero Donald Trump no apareció de la nada, de un día para otro, para intentar cambiar el mundo bajo su óptica, sino que ya estaba presente en distintos círculos sociales, predominantemente de clase alta y empresariales desde hace años. Es por ello preciso retratar su historia para comprender mas objetivamente cuales son los principios que articulan todo su discurso.

Así pues, nació el 14 de junio de 1946 en Nueva York, en el entorno de una familia de clase media alta. Fred Trump, su padre, era un empresario del sector de la construcción en un momento en el que la ciudad estaba en pleno crecimiento y que demandaba altas cantidades de viviendas³². Su destreza e inteligencia ante los negocios³³ le propició unas

³⁰ <http://www.usatoday.com/pages/interactives/elections-results-primaries-2016/#r>

³¹ Entre los que se pueden contar el rechazo a la inmigración, la oposición a un sistema de cobertura sanitaria pública, o la negación del cambio climático.
[http://elpais.com/elpais/2015/06/30/opinion/1435691189_067227.html]

³² <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/trump.htm>

³³ Principalmente relacionados con el sector inmobiliario en sus inicios, y posteriormente mas asociados a la industria del ocio, como casinos, y a la industria audiovisual con programas concursos de televisión.

grandes riquezas, que más tarde pasarían a administrar sus hijos, especialmente Donald. Estas capacidades de negociación serían una de los principales motivos de su éxito años más tarde.³⁴

Estudió en una escuela militar durante la secundaria y tras finalizar se licenciaría en la Universidad de Fordham y se especializaría en administración de negocios por la Wharton Business School³⁵.

A los 28 años heredó toda la fortuna familiar y comenzó a establecer lo que serían las bases de su imperio de negocios. Nueva York (NY) y Atlantic City (NJ) serían sus dos centros principales de actuación. Es en la primera ciudad donde construiría su primer gran edificio: el Hotel Gran Hyatt.

Poco a poco fue estableciendo una red clientelar de grandes empresarios que veían su iniciativa y decisión como principios muy valiosos. Si bien es cierto que la suerte siempre le acompañó, sus iniciativas emprendedoras le llevaron a cosechar éxitos durante muchos años. El hecho de que tuviera acceso a las esferas económicas más altas de la ciudad, unido a su reputación otorgada por ser el hijo del que fue uno de los pioneros en el negocio de la construcción le han constituido como uno de los empresarios más ricos e importantes del país³⁶.

Uno de los elementos clave de su éxito es su visión de negocio. Durante la década de 1990 se produjo una crisis financiera sobre el sector de la construcción que puso en serio peligro su imperio³⁷. Sin embargo su capacidad de diversificación le hizo salir aún más reforzado, introduciéndose en otros sectores y expandiendo sus influencias. Entre muchos de sus emprendimientos destaca el control de las acciones sobre la organización Miss Universo, Trump Organization³⁸ o, Trump Entertainment³⁹. También comenzó a

³⁴ <http://rpp.pe/mundo/estados-unidos/quien-es-donald-trump-y-por-que-es-tan-influyente-noticia-944642>

³⁵ http://elpais.com/elpais/2015/12/28/eps/1451308180_309888.html

³⁶ En 2015, según Forbes, amasaba una fortuna neta de 4.100 millones de dólares, situándolo en el puesto 324 de personas más ricas del mundo.

³⁷ La crisis del sector inmobiliario le llevó a contraer deudas de hasta 975 millones de dólares, deuda que no solventaría hasta diez años después.

[<http://www.lanacion.com.ar/1863155-como-salio-donald-trump-de-sus-deudas>]

³⁸ Nombre que recibe su corporación y que controla entre otros muchos edificios el Trump World Tower, Trump Hotel Las Vegas, Trump Ocean Club International Hotel & Tower y la serie de hoteles Trump International Tower & Hotel.

³⁹ Corporación centrada en el negocio del ocio de los casinos, principalmente en Dubái.

escribir libros sobre su vida y visión del mundo, lo que hizo aumentar su prestigio y notoriedad.⁴⁰

Es importante destacar su presencia y poder de influencia en la industria audiovisual a través de la cadena NBC. Dichas relaciones han dado como resultado los propios eventos de Miss Universo y Miss Estados Unidos ya citados, e incluso en 2005, un reality show llamado *The Apprentice*, programa en el que participan una serie de empresarios que compiten por un premio monetario y un contrato para dirigir una de sus empresas.⁴¹

Su presencia en la esfera empresarial y social suponían las bases perfectas para lanzar su candidatura. Además, su presencia en la vida política estadounidense también gozaba de cierto recorrido. Sus apoyos dados a un partido o a otro durante los últimos 20 años pusieron en claro sus intenciones políticas. Dichos apoyos otorgaban mucha popularidad e importancia puesto que gozaba de mucha influencia en las empresas de Wall Street.

Durante la década de 1990 demostró apoyo a medidas concretas demócratas como la creación de un sistema sanitario universal o el derecho al aborto. A finales de la década llegó a estudiar presentarse como candidato por el Partido Reformista de Jesse Ventura⁴², opción que acabó descartando⁴³. Es interesante este hecho por los numerosos paralelismos que existieron en su campaña y la actual de Donald Trump; ambos provienen de orígenes más cercanos a la esfera mediática y del espectáculo que de la política, y como ocurre actualmente, ningún medio ni partido político apostaba por su victoria. Tanto Donald Trump como Jesse Ventura son atrevidos y de palabras sueltas, muy en contraste con los candidatos más tradicionales.⁴⁴ Ambos atrajeron gran parte de su apoyo de obreros a disgusto con la política tradicional.⁴⁵

⁴⁰ <http://elpais.com/especiales/2015/donald-trump/>

⁴¹ <http://www.trump.com/biography/>

⁴² Jesse Ventura es un conocido actor, locutor y luchador profesional en las décadas de 1970 y 1980 que decidió introducirse en el mundo de la política presentándose a la candidatura a gobernador de Minnesota en 1999. Ganó y gobernó durante dicha legislatura hasta el año 2003 a través del Partido Reformista, que posteriormente pasaría a ser renombrado como Partido Independiente de Minnesota. Decidió no renovar su mandato.

⁴³ <http://elpais.com/especiales/2015/donald-trump/>

⁴⁴ Aquellos candidatos que representan más fervientemente los intereses del partido y de sus organizaciones. En las actuales primarias Ted Cruz es el más próximo a esta postura.

⁴⁵ <http://www.elnuevodia.com/noticias/internacionales/nota/antesdetrumpejabesseventura-2168853/>

Además, en ese mismo periodo comenzó a mostrar un fuerte rechazo a las posiciones republicanas sobre los principales temas políticos⁴⁶, aproximándose más a posturas menos conservadoras⁴⁷. Conocidos son sus enfrentamientos al ex presidente republicano George W. Bush, por la decisión de iniciar la guerra de Irak en 2004. Esto es manifestado en una entrevista dada por Donald Trump en la CNN en 2007:

"La guerra en Irak es una catástrofe y me gustaría que Bush sacase a las tropas de ahí, pues sólo va a empeorar. Todo en Washington ha sido una mentira, empezando por las armas de destrucción masiva que fue la excusa para atacar Irak. Sólo hay un culpable, el actual presidente"

No fue hasta el año 2011 cuando comenzaron sus virajes hacia el Partido Republicano con, la consiguiente presión que el Tea Party, capitaneada por él, hizo sobre el presidente Barack Obama para que certificara su partida de nacimiento. Ya un año después mostraba abiertamente sus preferencias al apoyar la candidatura de Mitt Romney a las elecciones a la presidencia en una conferencia dada en Las Vegas el 2 de Febrero de 2012:

"Es mi honor, un gran honor y un privilegio apoyar a Mitt Romney. Es duro, es inteligente, es agudo; no permitirá que le continúen sucediendo cosas malas a este país que todos amamos"⁴⁸

Su pragmatismo, más común en la política norteamericana que en la europea, unido a la valentía de sus declaraciones⁴⁹, y todas sus redes empresariales⁵⁰ y de influencia, le

⁴⁶ En relación a un rechazo al intervencionismo militar en oriente medio, bajada de impuestos a las clases medias y mas cargas fiscales a las grandes multinacionales, o distanciamiento diplomático de China y acercamiento a Rusia.

⁴⁷ Los principales temas de debate político en Estados Unidos son: economía, educación, seguridad nacional, salud e, inmigración. Las posturas demócratas y republicanas suelen confrontarse en asuntos como la intervención en oriente medio, el nivel de protección y gratuidad del sistema público, la regulación migratoria, o el sistema de financiación crediticio de estudiantes.

⁴⁸ <http://www.univision.com/noticias/elecciones/donald-trump-apoya-a-mitt-romney>

⁴⁹ Como las ofrecidas en una entrevista en la CNN en cuestión a la relación que mantiene la administración de Barack Obama con el gobierno ruso de Vladimir Putin:

«Hay que acercarse a personas como él. Con Putin hay que llevarse bien. Obama no se lleva bien con nadie. Según él, estamos rodeados de enemigos »

[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151208_internacional_trump_cree_pensamientos_musulmanes_amv]

permitieron proclamar el 17 de junio de 2015 su candidatura a la presidencia. Momento a partir del cual comenzó su campaña mediática.

6. EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA ESTADOUNIDENSE

Es bien conocida la importancia de los medios de comunicación como mecanismos de transparencia de las democracias modernas. Durante las últimas décadas su protagonismo ha ido creciendo conforme iba en aumento la implicación de los ciudadanos en los asuntos de la vida pública.

Los medios ya no solo constituyen una herramienta de información y, en algunos casos entretenimiento, sino que se han situado como los intermediarios entre las instituciones y el ciudadano, en una suerte de garantes de transparencia y portavoces de los intereses de ambas partes. Este papel no parte de una presunción objetiva de su permanencia en dicho mecanismo, sino que se encuentra cruzado con multitud de variables como intereses propios y presiones.

"En el contexto político, donde los medios disfrutan de una total libertad de actuación, suelen actuar como "El cuarto Estado", persiguiendo fines empresariales y, convergiendo o divergiendo del clima político establecido. Los medios de comunicación de masas pueden ser "jugadores" en el juego político, apoyando u oponiéndose a actitudes populistas, tanto intencionadamente como involuntariamente". (Mazzoleni, Stewart & Horsfield, 2003:8)

La red de intereses que predomina en las sociedades de la información modernas⁵¹ condicionan enteramente los mensajes y sus objetivos quedan muchas veces comprometidos por las introspecciones de poderes exógenos.

Los periodistas en ese contexto se convierten en piezas clave de las campañas políticas. Para llegar al ciudadano, el político necesitaría hacerlo a través de la prensa. Esto

⁵⁰ Referente al tejido industrial que fue creando desde la década de 1970 en el sector inmobiliario, y posteriormente en el mediático y televisivo.

⁵¹ Existe un enfrentamiento entre los intereses económicos o corporativos y los profesionales. La necesidad de los medios por subsistir en un contexto de enorme competitividad provoca que en algunas ocasiones se sobrepongan los factores empresariales por encima de la labor del periodista que pretende dar una información imparcial y objetiva. El requerimiento de mantener conexiones y relaciones de favor con las cúpulas empresariales y las instituciones ejerce una enorme presión sobre la labor periodística.

empodera a los medios para evaluar a los candidatos electorales y establecer las aptitudes hacia las instituciones; funciones que los partidos habían tenido en el pasado.

Los partidos políticos no son como la prensa. Están manejados por sus estructuras organizativas e intereses, los cuales, por ejemplo, llevaron en 2002 al Partido Republicano a favorecer a George Bush, un candidato predecible, sobre John McCain, un disidente más autónomo. En contraste, la prensa es más independiente y está condicionada por su necesidad de contar la noticia antes de que ocurra. Es lo que el periodista del New York Times, James Reskton describió como «la estimulante búsqueda después del ahora» (Patterson, 2002:48).

Por lo que los políticos deberán atender a los intereses de éstos, por encima de los propios o impuestos desde los aparatos. Intereses muchas veces alejados de los del partido.

Además, durante los últimos años, y principalmente desde la explosión de las redes sociales, la comunicación se ha vuelto enteramente transversal y multidireccional. El ciudadano ya no es un mero agente pasivo de la comunicación, sino que quiere intervenir activamente, condicionar los temas en función de sus intereses y recibir recompensas a cambio⁵². De igual manera que ejerce esta participación como individuo, también lo hace como ciudadano. Así, la vida política cobra una nueva dimensión y gana multitud de actores y movimientos populares ahora más interesados en obtener réditos reales y obtenibles.

"Es el contexto propicio para la aparición de corrientes ideológicas y políticas que implican nuevos lenguajes y estrategias. El populismo, con el ciudadano como base en torno al que se articula, encuentra un medio propicio para desarrollarse." (Ureña, 2015: 43)

Cabe la posibilidad de trasladar este contexto a cualquiera de las democracias occidentales donde se han articulado los medios de comunicación de masas como

⁵² Si bien, no podemos entender esta nueva perspectiva como una mayor democratización y participación ciudadana en los sistemas políticos. Como ejemplifica y advierte Yannis Papadopoulos: «el auge del populismo a raíz del crecimiento exponencial de las redes sociales no refleja fielmente el pluralismo social, y apunta consecuentemente el riesgo de una captación, por los intereses mejor organizados, que utilizan sus accesos públicos para preservar sus propias rentas» (Hermet, 2008: 40)

garantes del buen funcionamiento y transparencia democráticos. Tal es el caso de Estados Unidos, al que unido a todos los factores previos, debemos añadir una crisis sobre las clases medias y cambio de valor del sueño americano. Las promesas de éxito laboral, familiar y personal que se venían haciendo a las generaciones posteriores a la segunda guerra mundial, se ven ahora truncadas por una crisis económica que pone de relieve una sociedad enormemente desigual. Estados Unidos ya no es la tierra donde cumplir todos tus sueños⁵³, lo que lleva a una clase media a estar cada vez más alejada de las instituciones y más cohesionada hacia sí.⁵⁴

Ese es el contexto en el que un candidato como Donald Trump ha encontrado la oportunidad propicia para lanzar su candidatura.⁵⁵ Su tono y el estilo de lenguaje que emplea encajan de forma coordinada en una sociedad acostumbrada, según Ureña, a «una visión de la política entendida como un espectáculo en el que prima el infoentretenimiento, la publicidad de los candidatos y sus campañas y el storytelling» (Ureña, 2015: 43)

Los medios, a partir de tal situación y como árbitros de la transparencia democrática, ven como el sistema se desestabiliza ante la presencia de un personaje que pone en valor mensajes y principios de odio y dispersión⁵⁶. La voz del ciudadano y los mecanismos de participación democráticos son sustituidos por el odio y la inercia populista del "empuje indignado".⁵⁷

Ante esta situación, es importante entender la naturaleza y condiciones en las que nacieron los medios de comunicación en Estados Unidos, puesto que es lo que explica su comportamiento ante Donald Trump. Así pues, su nacimiento se da paralelamente a la propia democracia y unida fuertemente a sus principios. A diferencia de Europa donde los antiguos regímenes derivaron en sistemas más modernos de participación

⁵³ <http://endoftheamericandream.com/archives/the-death-of-the-american-dream-in-22-numbers>

⁵⁴ http://internacional.elpais.com/internacional/2016/01/22/actualidad/1453462664_308498.html

⁵⁵ <http://bigstory.ap.org/article/f4a2b8445fee431a92dd0a48217b11cf/trumps-rivals-left-few-chances-stop-his-momentum>

⁵⁶ Como por ejemplo la prohibición de entrada de musulmanes en el país «Es obvio para cualquiera que el odio va más allá de toda comprensión. De dónde viene ese odio y por qué es algo que tendremos que determinar», el bombardeo masivo contra el Estado Islámico «¿Sabes por qué son ricos? Porque tienen petróleo. Les arrebataré por completo su fuente de riqueza, que es el crudo. Los bombardearé hasta erradicarlos», o, la vigilancia federal de las mezquitas «Cuando los refugiados sirios comienzan a llegar a este país, no sabemos si son del Estado Islámico o si se trata de un 'caballo de Troya'. Por eso, es necesaria una vigilancia»

⁵⁷ http://internacional.elpais.com/internacional/2016/03/12/estados_unidos/1457744284_540647.html

pero manteniendo las instituciones que los vieron nacer, los medios, aquí, nacieron bajo un contexto ya consolidado y no tuvieron más remedio que adaptarse.

En Estados Unidos, sin embargo, los nuevos derechos plasmados en la Constitución propiciaron un contexto de libertades y valores que desembocaron en unos medios de comunicación menos dependientes de las instituciones. De esa condición nace su poder, y es por ello por lo que se hace más complejo vislumbrar claras tendencias ideológicas en los mismos, reinando un pragmatismo que no responde sino a sus orígenes.

La voz de los medios supone un discurso alejado de los canales institucionales, a los que se les achaca multitud de intereses implícitos no siempre apegados a la neutralidad de los hechos. Lo que se produce como consecuencia lógica de la estructura personal y financiera de los medios que, sin ser comercial, está sujeta a las propias presiones de la publicidad y, sin ser totalmente pública desde el punto de vista financiero, está sujeta a las exigencias de los políticos (de personal y objetividad) propias de una cadena pública. (Canel, 1997: 150). A pesar de ello, siguen constituyendo la principal fuente de información a la que acudir para conformar la opinión.

El supuesto de imparcialidad y objetividad mediática también se ve cuestionado por factores económicos y empresariales. Como corporaciones capitalistas, los medios persiguen objetivos empresariales y políticos y, estos, condicionan los mensajes. Los grandes holdings a los que pertenecen intervienen en la vida pública y condicionan al poder legislativo a través de los lobbies⁵⁸. De manera que cada editorial responde a su propia configuración de agenda y establece unos patrones de estilo y publicación. No se parte por tanto de una posición central sino que los medios construyen sus discursos y mensajes a partir de los encuadres respectivos a los distintos temas.

⁵⁸ La legislación norteamericana promueve la iniciativa individual de cada senador o congresista, que puede actuar de forma interesada y personalista atendiendo únicamente a las preferencias del votante y no a la disciplina de partido; lo que supone el contexto propicio para la aparición de lobbies. Los dirigentes gubernamentales toman constantemente decisiones políticas que afectan intereses vitales de individuos, empresas, sindicatos, grupos religiosos, instituciones benéficas y otras entidades. Los responsables públicos necesitan recibir información detallada de los intereses afectados y conocer la opinión de las partes con el fin de tomar decisiones políticas fundamentadas. En el ejercicio de su derecho a intentar influir en la política, los intereses acostumbran a contratar representantes oficiales que sigan la evolución de los acontecimientos y defiendan sus posiciones, o bien utilizar lobistas a través de su participación de asociaciones gremiales. Decenas de miles de hombres y mujeres son lobistas y representan sin excepción todo tipo de intereses. (Código ético, American League of Lobbyists, 2015)

Es lo que viene a ser explicado según la teoría del establecimiento de la agenda setting, según la cual se estudian los temas de debate público a partir de los cuales se forma la opinión pública. (Rodríguez Castromil, 2012:164)

Así pues, nos encontramos con un contexto en el que los medios de comunicación gozan de un papel de intermediadores democráticos, pero que a su vez se ven influidos por sus propios intereses.

“ [...] agenda setting es considerablemente más que la clásica afirmación de que los medios de comunicación nos dicen acerca de lo qué debemos pensar. Los medios también nos dicen cómo debemos pensar acerca de ello” (Guinsberg, 2003: 178).

Y en esa misma línea, podemos encontrar distintos postulados que ponen de manifiesto el sistema opresivo en el que los medios de comunicación de masas actúan como los propagadores de los mitos, normas y valores de las minorías oligárquicas y, como tales, instrumentos de la comunicación vertical y alienante encargados de ayudar al logro de la subyugación de los oprimidos. (Beltrán, 1981: 15)

Así por tanto, los mensajes quedan condicionados por múltiples factores⁵⁹ que habrá que poner de relevancia para evitar el maniqueísmo y entender cuál es el tratamiento que se hace a Donald Trump y cómo contribuye esto a su imagen pública.

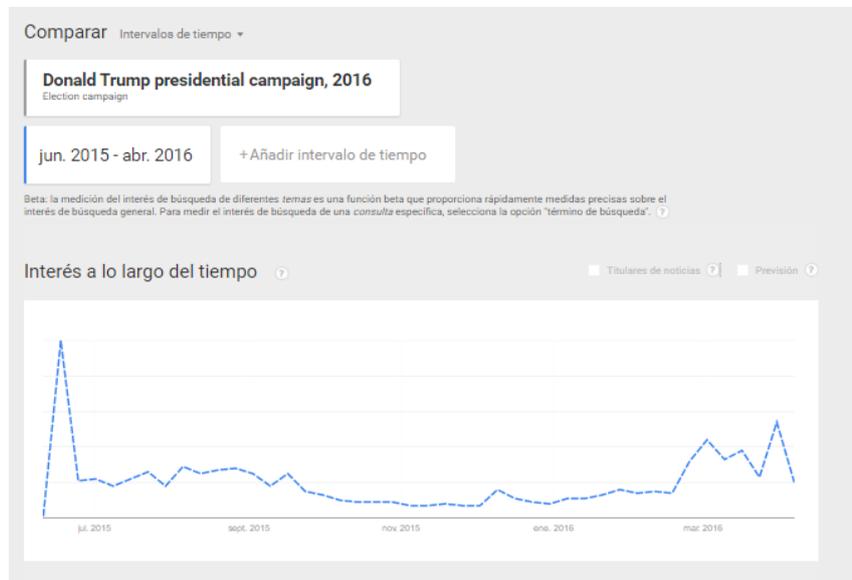
7. ANÁLISIS DE NOTICIAS

Una vez definido el marco y el contexto donde se dan las publicaciones de las noticias, aplicando la metodología de análisis, se perseguirá establecer unas conclusiones generalizables y válidas para todos los casos. De esta forma se analizarán todas las noticias de igual manera para poder crear un estándar.

En el espectro de tiempo establecido para la búsqueda, se puede observar dos momentos, como son el 16 de junio, día de la presentación de la candidatura y el 1 de

⁵⁹ Debe considerarse el hecho de la participación de distintos actores en la escena mediática con sus propios criterios e intereses. De esa manera hay dos variables que hay que tener en cuenta a la hora de establecer los temas; «el criterio de los periodistas, y el criterio de los ciudadanos. Y, aunque los primeros definen la agenda de temas que suele polarizar la atención de la opinión pública, es posible que una y otra agencia no siempre coincidan.» (Rey Morató, 2007: 141)

febrero, inicio de las votaciones, como puntos de inflexión en cuanto a la presencia de Donald Trump en los medios (FOX, NBS, New York Times, Washington Post, Wall Street Journal.) Según la herramienta Google Trends⁶⁰ se puede apreciar:



Fuente: Google Trends

Por lo que podemos centrar nuestro foco de interés en:

1) El día de la presentación de la candidatura: El 15 de junio de 2015, Donald Trump presenta su candidatura a la presidencia en un acto proclamado en la ciudad de Nueva York. En un primer momento se produce un gran impacto mediático por el "sorpasso"⁶¹ que esto provocaba en la tendencia republicana hacia las elecciones. Al ser un candidato inesperado y ya conocido en la sociedad estadounidense, por sus éxitos pero también sus polémicas, atrajo un interés notable. Tanto la ciudadanía como los medios querían conocer los motivos de su candidatura y los efectos que esto conllevaba sobre la carrera hacia la presidencia, como bien se refleja en los principales titulares de medios republicanos del momento. Se empieza a analizar los efectos sobre el partido conservador desde periódicos como The Wall Street Journal, que publica: «Donald

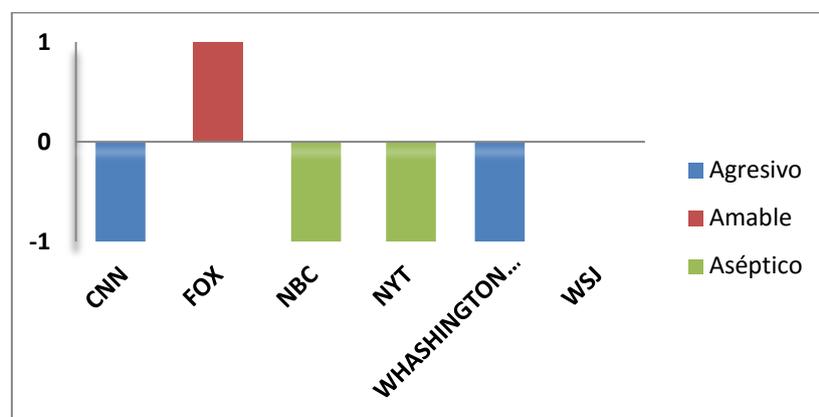
⁶⁰ Herramienta de Google Labs que permite medir la presencia de un objeto en las búsquedas de su propio motor. Infiere su popularidad en la red y los medios que en ella publican.

⁶¹ "El término "sorpasso" hace referencia al fenómeno por el que, en unas elecciones, un grupo político supera sobradamente a otro." (Fundeu.es, 2014). En nuestro caso lo utilizamos para hacer referencia al movimiento inesperado de Donald Trump sobre el resto de posibles candidatos republicanos.

Trump jura detener la muchedumbre republicana a la carrera presidencial» (Eppstein y Haddon, 2015)⁶², o cadenas de televisión como la Fox: «¿Donald Trump para presidente? La campaña de 2016 va a ser simplemente divertida» (Allyn, 2015)⁶³.

El caso de la Fox es paradigmático al ser uno de los pocos que se muestra favorable hacia su candidatura, y, que se convierte en la voz de los votantes republicanos de Trump.

GRÁFICO 1. *Sesgo de noticias el día de la candidatura*



Fuente: Elaboración propia.

También hay que destacar la repercusión que supuso las declaraciones sobre inmigración en la cadena de televisión NBC, con la cual Donald Trump tenía diversos contratos comerciales a raíz de sus programas de televisión⁶⁴. Sus tendencias racistas, manifestadas el día de su candidatura hacia los inmigrantes mexicanos provocó la ruptura de las relaciones comerciales. «Cuando México envía a su gente, no están enviando a los mejores. No te están enviando a ti, están enviando a gente que tiene muchos problemas y nos están trayendo esos problemas a nosotros. Están trayendo

⁶² <http://www.wsj.com/articles/donald-trump-to-unveil-plans-for-2016-presidential-race-1434448982>

⁶³ <http://www.foxnews.com/opinion/2015/06/16/trump-s-in-and-2016-race-just-got-fun-could-be-right-man-at-right-time0.html>

⁶⁴ Tanto Miss USA, como Miss Universo quedan suspendidos, a salvedad del programa "Celebrity Apprentice" que se mantendría en antena gracias a sus buenos niveles de audiencia.

drogas. Están trayendo crimen. Están trayendo secuestradores... Y algunos, supongo son buena gente.» (Trump, 2015)⁶⁵

Por lo que el tratamiento hacia su candidatura siempre va a ser negativa pese a que domine cierta neutralidad en su lenguaje. Ese mismo mes se comunicaba el fin de los acuerdos que mantenían a través de un comunicado en su página web: « A raíz de las recientes declaraciones degradadoras de Donald Trump en las que pone en entredicho a los inmigrantes, NBC Universal finaliza sus relaciones comerciales con Mr.Trump.»⁶⁶

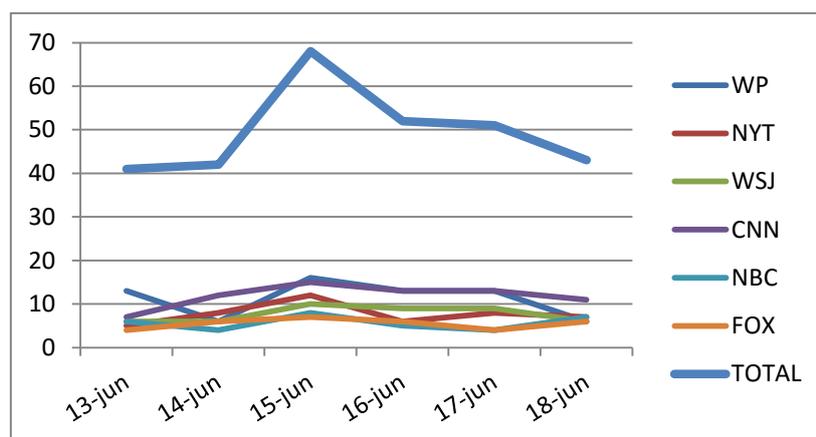
Numerosos medios y marcas comerciales se unieron rápidamente a la respuesta y también terminaron sus relaciones contractuales. Muchos de los acuerdos con los que fue labrando su imperio económico y televisivo durante años quedaron suspendidos. Se produjo un auténtico boicot empresarial proveniente principalmente de sus negocios en Latinoamérica. La cadena de televisión hispana más grande de Estados Unidos inició la repulsa rompiendo sus relaciones comerciales. Posteriormente la NBC Universal, propietaria de Telemundo anunció que no emitiría más Miss Universo ni Miss USA, concursos de los que era copropietario. Además también cancelaba su participación en "The Apprentice".

Sus negocios con las asociaciones profesionales de golf en Estados Unidos (US PGA, PGA of America, U.S. Golf Assotiation y LPGA Tour), con la industria automovilística de la Nascar, con la cadena de tiendas de ropa Macy's, así como hasta una cervecería (5 Rabbit) y una marca de colchones (Serta), finalizaron su relaciones comerciales con él.⁶⁷

⁶⁵ <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2015/07/08/donald-trumps-false-comments-connecting-mexican-immigrants-and-crime/>

⁶⁶ <http://www.nbcuniversal.com/press-release/nbc-statement-regarding-donald-trump>

⁶⁷ <http://www.elespectador.com/noticias/cultura/el-boicot-donald-trump-articulo-570831>

GRÁFICO 2. *Negatividad mediática*⁶⁸

Fuente: Elaboración propia

El hecho de que sea una personalidad ajena a la política multiplica el factor de interés, lo que a su vez le da mayor visibilidad y le permite acaparar grandes públicos en sus primeros mítines. Es posiblemente por ello por lo que nos encontramos ante el momento de mayores polémicas y agresividad por parte de los medios, que le ven como un elemento peligroso para la estabilidad del sistema. Además debemos considerar que es también el momento de la presentación de las primeras propuestas y líneas de pensamiento ante la esfera mediática. Coincide con una de sus propuestas más polémicas; la construcción de un muro en la frontera con México para frenar la inmigración ilegal. Tal como se recoge en una de sus primeras entrevistas en la CNN, el tono y las intenciones siempre escondieron una clara tendencia racista: « Están cruzando la frontera mexicana asesinos y secuestradores » (Trump, 2015)⁶⁹

Las formas y tono del mensaje no solo causaron trascendencia en los medios de comunicación, sino también a nivel social. Personalidades famosas⁷⁰ de las distintas industrias culturales y de influencia en la vida mediática estadounidense comenzaron a

⁶⁸ Número de noticias con una tendencia negativa hacia Donald Trump. Se tienen en cuenta tanto los momentos previos como posteriores al día de la publicación de su candidatura. La clasificación se establece en función del lenguaje y tono de las noticias. La búsqueda se lleva a cabo a través de los propios buscadores de las páginas web, aplicando los filtros cronológicos adecuados en cada caso. Los medios elegidos son los de mayor tirada a nivel nacional.

⁶⁹ <http://edition.cnn.com/videos/politics/2015/06/28/donald-trump-mexico-immigration-wall-intv-tapper-sotu.cnn>

⁷⁰ Entre los que se pueden encontrar estrellas como Miley Cyrus, Shakira, Jennifer Lawrence, América Ferrera, Aaron Paul, Whoopi Goldberg, o Lady Gaga.
[\[http://www.eluniversal.com.co/farandula/famosos-de-hollywood-que-odian-donald-trump-220830\]](http://www.eluniversal.com.co/farandula/famosos-de-hollywood-que-odian-donald-trump-220830)

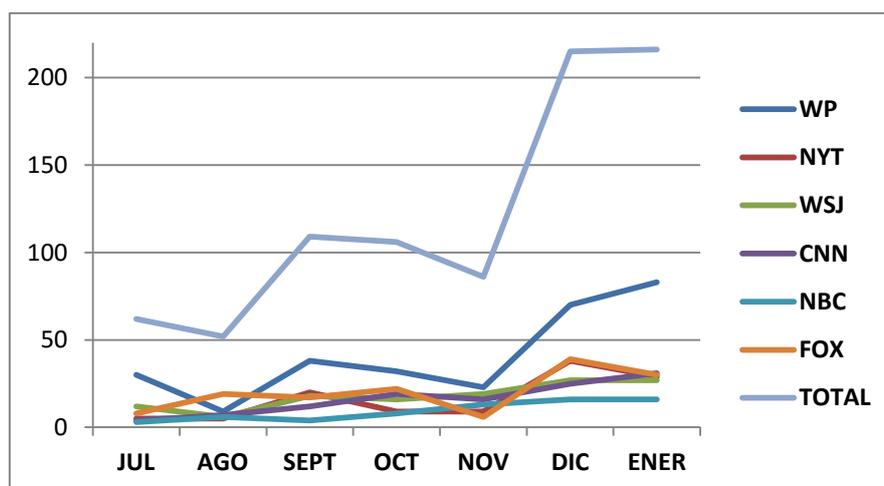
manifestar su desagrado hacia Donald Trump: «La controversia anti-México une a las estrellas latinas» (Billboard, 2015)⁷¹

2) Transición hacia los "caucus": Tras las primeras semanas de declaraciones y proposiciones, se entra en un periodo en el que es momento de comprobar el impacto producido sobre los grupos de interés para poder recopilar apoyos y fuentes de financiación. En el sistema de electoral estadounidense es importante delimitar los grupos de interés de cada candidato, pues serán los que proporcionen las fuentes de ingresos que posibiliten mantener la campaña hasta el día de las elecciones.

A diferencia de Europa, las candidaturas se hacen públicas una media de 20 meses previos a el día de las votaciones. Esto, por un lado, permite una mayor planificación, pero a su vez implica un mayor costo debido a la cantidad de actos y acciones publicitarias que hay que mantener. Es donde entra en juego el sistema de financiación de partidos, regulado por las PAC⁷².

⁷¹ <http://www.billboard.com/articles/columns/latin/6612821/donald-trump-mexico-reactions-latin-stars-unite>

⁷² "Los Comités de acción política (PAC) son grupos de interés que fueron creados con el único propósito de recaudar dinero de sus miembros y aportarlos a los candidatos y a los partidos políticos. En los Estados Unidos, la creación de PAC fue autorizada en 1974 por el Acta Federal de Campañas Electorales. Esta Acta permitió a las corporaciones, a los sindicatos laborales y a otros grupos de interés especial la creación de un PAC para recaudar e invertir el dinero de sus miembros en las campañas. La intención de esta ley era limpiar el financiamiento electoral. Sin embargo, el gasto de las PAC ha aumentado sustancialmente y se ha convertido en un importante conflicto en el financiamiento de las campañas". (Aceproject, 2016)

GRÁFICO 2. *Frecuencia de aparición en medios*⁷³

Fuente: Elaboración propia.

Lejos de entrar en detalles sobre una cuestión que sin duda abarca sendos y profundos análisis, solo remarcaré la importancia que tienen los medios sobre las esferas políticas mediante este sistema, y como eso refuerza el bipartidismo excluyendo a terceros.⁷⁴

Durante los meses previos a las primeras votaciones, que suelen iniciarse en el estado de Iowa, los medios establecen sus preferencias y construyen sus discursos en torno a los distintos candidatos. Es el momento en el que podemos discernir cuales son los apoyos de unos y otros. Existe la salvedad de ciertos temas que suscitan polémica a nivel social por afectar a todo su conjunto, en los que los medios aparcan sus diferencias para posicionarse de una manera u otra sin tener en cuenta la ideología.

⁷³ La medición se ha llevado a cabo a través de un conteo de las noticias que contienen los términos "Donald Trump", ya sea en su titular o su cuerpo. En el eje de ordenadas se establece el número de publicaciones, y en el eje de abscisas los meses en orden cronológico. La búsqueda se ha realizado mediante los servidores que proporciona cada medio en su página web, aplicando los filtros temporales correspondientes. Se establece un periodo cronológico en función, por un lado del anuncio de su candidatura (15 de junio), y, por otro, de la votación en el primer estado (Iowa) el 1 de febrero, seleccionando el día 15 de cada mes. Se opta por la quincena puesto que el día de inicio del conteo es el 16. Ambos meses son desestimados por distorsionar los datos al contener un nivel más elevado de noticias que el resto de meses. Por otro lado no se distingue la importancia ni el contenido de las propias noticias pues solo interesa cuantificar la presencia en los medios de una forma general. Esto indica cual es su incidencia media en los mismos, e, infiere en cierto modo, por un lado cierta correlación con su estrategia comunicativa y, por otro, una clara vinculación con el calendario y el contexto.

⁷⁴ En una suerte de economía de escala donde los nuevos partidos encuentran profundas barreras de acceso al sistema al no poder contar con los suficientes apoyos de financiación. Lo que consecuentemente y de forma retroactiva nos lleva a una ausencia de su presencia en los medios, los cuales están implicados directamente con uno u otro de los dos partidos principales, a expensas de futuros incentivos más probables.

Tales como el terrorismo, la política social o la sanidad. Si bien la orientación sí marca una cierta preferencia hacia unas posturas u otras, debido al marcado carácter transgresor y controvertido de las propuestas de Donald Trump, encontramos una homogeneidad en todos los medios.

Si bien es cierto que los intereses empresariales son lo que determinan en última instancia los temas de publicación y su tono, también hay que tener en cuenta el propio discurso del candidato, respecto al que hay una adaptación y mediante el cual configuran en parte sus agendas. Hay que tener en cuenta que no siempre se publicarán aquellas noticias de interés general, entendiéndolo como hechos más relevantes o de trasfondo social, sino que muchas veces primarán las preferencias del propio grupo de comunicación. De esa manera, un medio como Univisión⁷⁵ estará más interesado en abordar las cuestiones que tienen que ver con inmigración, condicionado por el público al que se dirige, que otro como Fox, que tiene un público social y económicamente distinto.

En función de la popularidad que estima el medio que tienen los distintos temas en relación con el candidato, publican una cantidad mayor o menor de noticias. Dicha relación se cruza con los propios intereses del medio, y con los intereses de sus públicos, de los que se perciben los ingresos por ventas. De esa forma, podemos observar en dos medios contrapuestos ideológicamente como son Univisión por un lado y FoxNews:

A) Univisión: Al componerse su audiencia primariamente por población hispana, inmigrantes y clases medias bajas, así como sectores demócratas, prima por temas de índole más social y menos institucionales⁷⁶. De tal forma, encontramos una clara tendencia hacia las noticias de inmigración, sanidad, educación y política social. Ya que es un medio de claras tendencias demócratas, se observa una prioridad por cuestiones

⁷⁵ Cadena de televisión de habla hispana fundada en 1986, con sede en Miami y cuyos espectadores son principalmente los inmigrantes latinoamericanos.

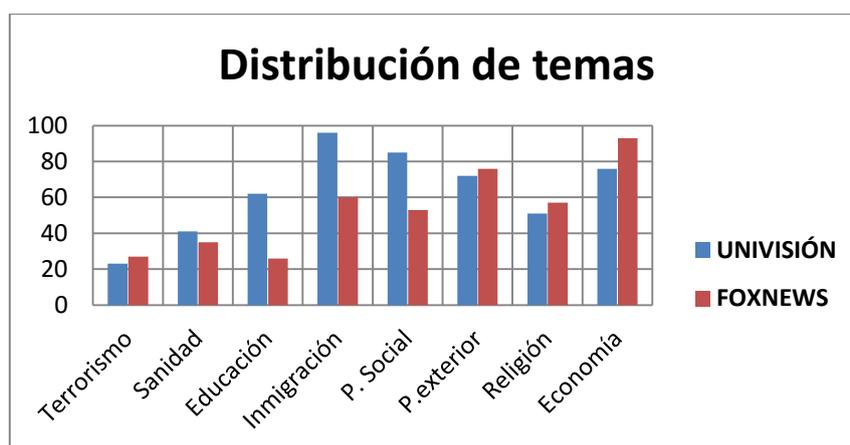
⁷⁶ El centro de investigación mediática (MRC por sus siglas en inglés) determina en un monitoreo de noticias de 2014, dirigido a las principales cadenas hispanoparlantes, Noticiero Univisión y Noticiero Telemundo, la clara tendencia liberal de estos medios. De 667 informes sobre política o política pública estadounidense, 300 informes o el 45% sostuvieron una inclinación hacia la izquierda de más de seis veces que los que se inclinaban hacia la derecha (43 informes o el 6%).

[<http://www.newsbusters.org/blogs/latino/ken-oliver-m%C3%A9ndez/2015/08/02/%C2%BFes-univisi%C3%B3n-tan-imparcial-y-equilibrada-como-sostiene-su>]

relacionadas con el sistema de bienestar. Además, dichos temas también están relacionados a su vez con las fortalezas de los candidatos demócratas y con las debilidades de Donald Trump. Una vez que el medio identifica cuales son aquellas cuestiones que más incentivos le van a reportar, configura su agenda en función de estos. Declaraciones como el levantamiento de un muro en la frontera con México⁷⁷, las críticas hacia el Obamacare⁷⁸, o las relacionadas con la exclusión social de las minorías étnicas⁷⁹, ponen de manifiesto los flancos más susceptibles a críticas y ataques.

La posición del medio queda contrastada ante la reacción del equipo de Donald Trump con los periodistas del medio, a los que ha negado la entrada a muchos de sus mítines.⁸⁰

GRÁFICO 3. Distribución de los 8 principales temas en relación a Donald Trump.⁸¹



Fuente: Elaboración propia.

⁷⁷ <http://www.univision.com/noticias/indocumentados/la-gran-muralla-de-trump-afrenta-desafios>

⁷⁸ " El ObamaCare (Ley de Cuidados de la Salud Asequibles o Affordable Care Act) es una reforma de salud en E.E.U.U. que extiende y mejora el acceso a los cuidados de salud y disminuye el gasto mediante regulaciones e impuestos.

El principal objetivo de la Ley de Cuidados de la Salud Asequibles (Affordable Care Act) es dar acceso a más Americanos a cuidados de salud asequibles mejorando la calidad de los mismos y regulando la industria de los seguros médicos y reduciendo así el gasto en cuidados de la salud en E.E.U.U. La ley contiene cientos de diferentes disposiciones y conjuga diferentes aspectos de "la crisis de cuidados de la salud" en los E.E.U.U." (Obamafacts, 2016)

⁷⁹ <http://www.univision.com/noticias/trump-reafirma-sus-comentarios-xenofobos>

⁸⁰ <http://imparcialoaxaca.mx/nacional/6u2/niega-trump-entrada-a-mitin-a-periodistas-de-univisi%C3%B3n>

⁸¹ En el eje de ordenadas encontramos el número de publicaciones relacionadas con los distintos temas y en relación con los términos "Donald Trump". En el eje de abscisas se disponen las distintas temáticas. La búsqueda se ha llevado a cabo a través de los buscadores de noticias insertados en las propias páginas de los medios y aplicando los distintos filtros que ofrecen. Se asocian estos a los términos "Donald Trump" y se contabilizan las noticias. El periodo temporal se establece desde el 15 de julio de 2015 hasta el 15 de enero de 2016, contabilizando cada día de ese mes correspondiente. Se suman y se llega a unas cantidades totales que permiten la comparación.

B) FoxNews: Por su parte, el medio californiano opta por aquellos temas que considera más interesantes para su audiencia como pueden ser la economía, la religión o la política exterior. Hay que tener en consideración que los principales votantes de Donald Trump están compuestos por las clases medias blancas descontentas con las instituciones⁸². La merma de sus capacidades económicas en favor de una mayor redistribución de la riqueza entre la nuevas clases inmigrantes, y los efectos del desempleo (es la clase más afectada), suponen una preferencia por temas relacionados con cuestiones económicas.

Por su parte, su interés sobre los temas de política exterior estribarían en el descontento de las clases medias blancas⁸³ por la pérdida de liderazgo de Estados Unidos en la esfera internacional y en el contexto de las Naciones Unidas. El nuevo rumbo que tomó la política exterior a partir de la llegada de Barack Obama al poder en 2008 supuso una redirección de las posiciones adoptadas por los anteriores gobiernos republicanos. La asunción de nuevos actores internacionales pujantes como China o Rusia, han dejado en un segundo lugar las políticas imperialistas consideradas hasta entonces.

Todo esto ha de considerarse de una forma sistémica, de manera que todos los temas están relacionados entre sí, y que los intereses del medio, los del votante, y los del candidato suelen coincidir. Los distintos medios, en función de sus incentivos e ideología contribuyen a reforzar o debilitar la imagen de los distintos candidatos configurando los temas de debate.

Se podría pensar que no solo la orientación ideológica y los intereses condicionan las agendas de los medios sino que otros factores como la localización geográfica también condicionan, no tanto en el número de noticias, como sí en el tono y mensajes de las mismas. Durante todo el análisis se ha mantenido un espectro nacional de observación a fin de evitar la distorsión que causaría centrarse en un estado u otro.⁸⁴ Sin embargo, es

⁸² <https://www.quora.com/Is-there-a-profile-of-the-average-Trump-supporter>

⁸³ A estas clases se las suele referir como WASP (White Anglo-Saxon Protestant) y que como define La Wikipedia: "Se trata de un término informal, descriptivo de un grupo cerrado de estadounidenses de elevada posición social, descendientes de británicos y de religión protestante que, supuestamente, ostentan un poder social y económico desproporcionado en los Estados Unidos, y es asociado a los estadounidenses blancos que defienden los valores tradicionales y rechazan la influencia de cualquier etnia, nacionalidad o cultura ajena a la suya".

⁸⁴ Se deben también considerar las tendencias de voto en los distintos estados y como estos, a pesar de las campañas llevadas a cabo por los candidatos, siempre suelen recurrir a un voto tradicional y continuista. Históricamente, los estados rojos o republicanos han sido los situados al sur y norte-centro, y los estados azules o demócratas han tendido a agruparse en la costa oeste y este.
<http://www-personal.umich.edu/~mejn/election/2012/>].

interesante observar cómo ni si quiera en su estado natal, Nueva York, Donald Trump consigue el apoyo de los medios.

Si bien es cierto que Queens -barrio de Nueva York- es una zona predominantemente liberal y progresista, resulta destacable el tratamiento negativo que recibe del New York Times, por otra parte de claras tendencias demócratas: «Las encuestas bajan a Trump de su nube»⁸⁵, «No, Trump no, nunca»⁸⁶, «Trumpo, el hermano Marx no gracioso»⁸⁷. Al contrario de suponer un apoyo, y poder reforzar su honestidad y valores apelando de una forma sensacionalista a su origen, encontramos una vía para encontrar gran número de ataques. El desprecio se hace evidente en tipo de publicaciones como «El barrio de Donald Trump en Old Queens contrasta con la diversidad de las zonas a su alrededor» (Horowitz, 2015)⁸⁸ que intentan poner de manifiesto las contradicciones evidentes de su discurso.

3) Período de votación: A partir del 1 de febrero, se abre un nuevo período en las campañas ya que se producen las primeras votaciones. Los calendarios de votación de los estados variarán en función del partido, así como el sistema de votación.⁸⁹ Es en dicho momento cuando se produce un cambio de tendencia y el número de noticias crece de forma abrupta. Es el tramo final hasta noviembre, momento en el que se decide el ganador de las elecciones. Por ello, los medios incrementan su atención e intensifican el debate, siendo mucho más susceptibles a todo tipo de declaraciones. Coincide además con la concreción de propuestas reales más allá de consignas idealistas, por parte de los candidatos.

Los momentos clave como son las primarias, convenciones, y los debates de octubre son oportunidades para captar el interés de los ciudadanos sobre las elecciones. Estos no

⁸⁵ <http://www.nytimes.com/es/2016/04/06/el-mapa-electoral-enfrenta-a-la-campana-de-trump-con-la-realidad/>

⁸⁶ <http://www.nytimes.com/2016/03/18/opinion/no-not-trump-not-ever.html>

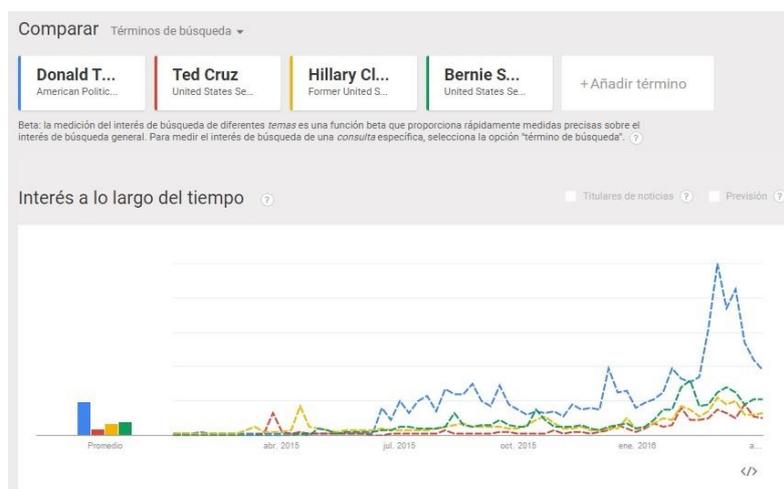
⁸⁷ <http://www.nytimes.com/2016/04/16/opinion/trumpo-the-unfunny-marx-brother.html>

⁸⁸ http://www.nytimes.com/2015/09/23/us/politics/donald-trumps-old-queens-neighborhood-now-a-melting-pot-was-seen-as-a-cloister.html?_r=0

⁸⁹ Hay dos variables a tener en cuenta: El partido, y el estado. En función del primero, si se trata del partido demócrata, los delegados se reparten proporcionalmente al número de votos en cada estado. El partido republicano sin embargo no hace un reparto proporcional, sino que el candidato que más votos perciba se lleva la totalidad de delegados disputados en ese distracto. Y por otro lado, en función del estado, se puede requerir una preinscripción previa para votar en función de un partido u otro, o abrirse el voto de forma libre, tal como ocurre por ejemplo en Wisconsin. En estos estados también pueden votar los republicanos.

suelen mostrar mucha atención sobre el proceso electoral, por lo que cuanto más afines a sus intereses sean esos momentos, mas interés mostrarán a cambio.

El hecho de que Donald Trump acapare ahora mayor atención que los demás candidatos no es coincidente, pues este fue capaz de centralizar el foco de los medios desde el día de su candidatura. De esa manera siempre sobresalió tanto por encima de sus propios competidores de partido, como por encima de los candidatos demócratas.⁹⁰



Fuente: Google Trends. Presencia en las búsquedas de Google de los principales candidatos

Este proceso es comprensible desde la óptica capitalista, en la que entendemos a los medios de comunicación no como un instrumento democráticos, sino como simples empresas que quieren ganar dinero. Lo que lleva a un infraentretenimiento; «El contenido de entretenimiento que parece más capaz de atraer la atención de una mayor cantidad de los miembros del público es el contenido de bajo gusto. Puesto que el objetivo más esencial del sistema de medios es el lucro económico, el contenido de sexo y violencia, o cualquiera otro que suscite la atención y la mantenga, pasa a ser funcional, en el sentido de que aunque sea de bajo gusto, lleva una cifra máxima en los volúmenes de público expuesto ante la publicidad comercial» (De Fleur, 1993: 185)

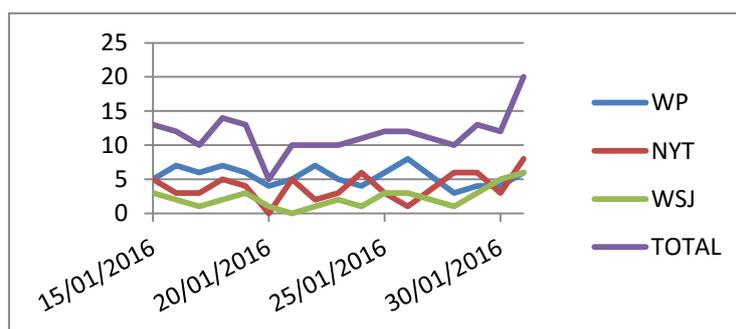
⁹⁰ <http://www.people-press.org/2011/04/20/trump-most-visible-among-possible-gop-contenders/>

En ese contexto, aquellas noticias que más visitas o lectores reporten serán las que tengan mayor probabilidad de publicarse, y en ese sentido, Donald Trump resulta mucho más interesante que los otros candidatos.

El impacto de los medios por tanto es sustancial sobre el ciudadano. Los periódicos proveen día a día una ventana al mundo de la política. Pero los estadounidenses no aceptan a la prensa como una visión completa de la realidad enteramente. Las audiencias filtran las noticias a través de sus necesidades personales, intereses, prejuicios, actitudes y creencias. Aun así, los medios siguen contribuyendo a configurar el pensamiento de las personas sobre sus líderes políticos e instituciones. En ese sentido la política es una experiencia secundaria, vivida a través de la historias de los periodistas. (Patterson, 2002: 65)

La aparición, por otra parte, del candidato, no solo varía en función del número de publicaciones sino que también lo hace en importancia. En función de la localización de la noticia dentro de la edición de cada periódico, puede situarse en portada o en otras subsecciones interiores. Para poder medir el grado de notoriedad en los medios, se lleva a cabo una contabilización del número de noticias relacionadas con él presentes en portada. Esto nos indica la consideración que hace el periódico en cuestión, y que varía según pasan los días y nos aproximamos a la fecha de las primeras votaciones.

GRÁFICO 4. *Número de apariciones en portada*⁹¹



Fuente: Elaboración propia

⁹¹ Se han seleccionado como objeto de estudio únicamente periódicos ya que siguen estructuras de jerarquización similares. Los tres observados constituyen los de mayor tirada a nivel nacional e importancia. En el eje de ordenadas encontramos el número de noticias en portada relacionadas con Donald Trump. Se ha seguido como metodología una selección de las 10 primeras noticias de cada medio, buscadas a través de sus páginas web y aplicando los distintos filtros que ofrecen para cada día. Son mostradas en orden de relevancia. El periodo de observación se ciñe a los últimos 15 días de enero, puesto que son los últimos de precampaña antes de comenzar las votaciones.

A nivel individual, entre periódicos nos se observan diferencias significativas pues todos parten de un mismo marco contextual en el que muchas de las noticias configuran su importancia socialmente. Sin embargo, cada periódico y en función de su agenda, determina las noticias que considera más interesantes para sus lectores y en ese sentido podemos hacer una doble lectura; Por un lado se considera los medios más contrarios a Donald Trump y de tendencias más liberales que configuran la jerarquización de sus noticias no solo en función del interés social, sino también según los posibles incentivos⁹². Por otro lado tenemos a aquellos medios más favorables que actúan en el mismo sentido pero con una tendencia contraria, en dirección a fortalecer su imagen frente al resto de candidatos. Quizás se pueda establecer una conexión entre ambos tipos de medios de manera que cada uno de ellos se centre más en atacar al resto de candidatos más que a reforzar el propio. Se puede observar de esa forma, como, por ejemplo, el Wall Street Journal tiene un menor número de noticias en portada.

Sin embargo lo que parece demostrar la gráfica es la clara tendencia positiva de las noticias en portada según se aproxima el primer día de las votaciones. Los medios constatan y consolidan un mayor debate social en torno a los candidatos en función de la proximidad a la fecha clave. Conocedores de la importancia que tiene el nivel de información sobre la decisión final de voto, ofrecen mayor cantidad de noticias a sus lectores.

CONCLUSIONES

Hemos llegado hasta aquí suponiendo ciertas premisas que han ido confirmando a lo largo del estudio. Por un lado corroboro la importancia que juegan los medios de comunicación en la vida política de Estados Unidos, un país donde las empresas gozan de una gran autonomía de actuación, y que participan del juego de intereses y presiones cruzadas con las instituciones. Tanto el sistema político de corte presidencialista como la desafección de cierta parte de la ciudadanía con las instituciones, han creado el contexto idóneo para la aparición de un personaje como Donald Trump.

⁹² Entendidos como los puntos débiles del candidato. Con sus apoyos, los medios consiguen decantar e influenciar mucho el voto. El partido ganador resultante de las elecciones tiene consecuencias directas sobre la esfera empresarial y los distintos entramados de financiación de los medios, por lo que el interés por su parte es elevado.

Los motivos de su aparición son por lo tanto explicables, sin embargo, es interesante destacar la intensidad y fuerza que ha ido cobrando su campaña con el paso de los meses, desde que hiciera pública su presentación en junio de 2015. En ese proceso queda clara la importancia que tiene la gestión y utilización de los medios de comunicación para forjar la imagen.

Donald Trump está teniendo en cuenta los múltiples intereses que cruzan la actividad informativa para reforzar y conseguir votantes en el sector demográfico que le interesa. Es por ello que no tiene reparo en hacer declaraciones polémicas o controvertidas, pues tiene claro a quién se tiene que dirigir. Además, el éxito que está cosechando a nivel de popularidad mediática dejan clara la poca importancia que tienen los orígenes.

Por otro lado, los medios, respondiendo a los intereses e incentivos que condicionan su actividad, responden a la información de una manera u otra, creando y forjando una imagen de determinada. Configuran con la negatividad o positividad, temas y lenguaje de sus noticias, el imaginario colectivo en torno al cual los ciudadanos establecerán su opinión. El peso de la gestión de la relación con los medios está por encima del propio mensaje. Importa más el cómo y a quién.

Queda por tanto solo resaltar, cómo está dinamizando y forjando su popularidad mediante el uso estratégico del lenguaje y la relación con los medios siendo consciente del proceso que siguen estos para configurar sus agendas.

La labor periodística está imbuida de una red de conexiones e intereses de la que participan tanto los ciudadanos como los políticos. La asimilación de ese hecho está determinando el triunfo del realismo sobre el idealismo. El juego de intereses pone en entredicho la objetividad de la información y tiende a polarizar las opiniones de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- "Partido Republicano (Estados Unidos)". (2016). *Es.wikipedia.org*. Visitado 5 Abr 2016, en [https://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Republicano_\(Estados_Unidos\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Republicano_(Estados_Unidos))
- "Política de los Estados Unidos". (2016). *Es.wikipedia.org*. Visitado 5 Abr 2016, en https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_los_Estados_Unidos
- "Preguntas y respuestas sobre el "Súper martes" estadounidense". (2008). *Emol*. Visitado 5 Abril 2016, en <http://www.emol.com/noticias/internacional/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=291391>
- "Todo lo que hay que saber del Super Tuesday o supermartes". (2016). *Univision.com*. Consultado 5 Abr 2016, en <http://www.univision.com/noticias/destino-2016/todo-lo-que-hay-que-saber-del-super-tuesday-o-supermartes>
- "With fresh momentum, Trump tells GOP to embrace his bid." (2016). *The Big Story*. Visitado 5 Abr 2016, en <http://bigstory.ap.org/article/f4a2b8445fee431a92dd0a48217b11cf/trumps-rivals-left-few-chances-stop-his-momentum>
- Aceproject, (2016). Comités de acción política (PAC) —. [online] *Aceproject.org*. Disponible en: <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eif02b.htm> [Accedido el 7 Abr. 2016].
- ALLYN, W. (2015). Donald Trump for president? The 2016 race just got fun | Fox News. [online] Fox News. Disponible en : <http://www.foxnews.com/opinion/2015/06/16/trump-s-in-and-2016-race-just-got-fun-could-be-right-man-at-right-time0.html> [Accedido el 6 Abr. 2016].
- American League of Lobbyists (2015). "Ethical". *Grprofessionals.org*. Consultado 5 Abr 2016, en <http://grprofessionals.org/news-view/ethical/>
- BASSETS, M. (2015). "Viaje al 'planeta Trump'". *El País*, p. 1. Visitado en http://elpais.com/elpais/2015/12/28/eps/1451308180_309888.html
- BELTRÁN, L. (1981). Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal". *Comunicación y Sociedad*, [online] N°6, p.15. Disponible en : <http://alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/42/41>.
- Billboard, (2015). Donald Trump's Anti-Mexico Controversy Unites Latin Stars. [online] *Billboard*. Disponible en: <http://www.billboard.com/articles/columns/latin/6612821/donald-trump-mexico-reactions-latin-stars-unite> [Accedido el 7 Abr. 2016].

- CALDERÓN, C. y, SEBASTIÁN, L. (2010). Open Government: Gobierno Abierto. 1ª ed. [ebook] Jaén, España: Algón Editores MMX, p.15. Disponible en : <http://bibliotecadigital.org:8080/handle/001/163> [Accedido el 29 Abr. 2016].
- CANEL, M. (1997). La objetividad periodística en campaña electoral. Palabra Clave, [online] 2(1), p.150. Disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/344/486>.
- CNN. (2015). Trump: I will make Mexico pay for a wall on the border - CNN Video. [online] Disponible en : <http://edition.cnn.com/videos/politics/2015/06/28/donald-trump-mexico-immigration-wall-intv-tapper-sotu.cnn> [Accedido el 6 Abr. 2016].
- DE FLEUR y MELVIN L. y Ball-Rokeach, Sandra J. (1993). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- EPSTEIN, R. and HADDON, H. (2015). Donald Trump Vows to Disrupt Crowded GOP Presidential Race. The Wall Street Journal, [online] p.1. Disponible en : <http://www.wsj.com/articles/donald-trump-to-unveil-plans-for-2016-presidential-race-1434448982> [Accedido el 6 Abr. 2016].
- F.PEREDA, C. (2016). "Donald Trump, un relato de ruido y furia". *El País*, p. 1. Visitado en <http://elpais.com/especiales/2015/donald-trump/>
- FAUS, J. (2013). "Los 'lobbies' alargan su poder en la sombra en Washington". *El País*, p. 1. Disponible en Catasús, J. (2013). "Los 'lobbies' alargan su poder en la sombra en Washington." *EL PAÍS* Visitado 5 Abr 2016, en http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/25/actualidad/1385391136_931553.html
- Fundeu.es. (2014). "adelantamiento y superación, alternativas a sorpasso". [online] Disponible en: <http://www.fundeu.es/recomendacion/adelantamiento-y-superacion-alternativas-a-sorpasso/> [Accedido el 6 Abr. 2016].
- GUINSBERG, E. (2003). Medios masivos, control social y persuasión. Anuario de Investigación, [online] pp.178-193. Disponible en: http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/37-1290aib.pdf.
- HOROWITZ, J. (2015). Donald Trump's Old Queens Neighborhood Contrasts With the Diverse Area Around It. New York Times, [online] p.1. Disponible en: http://www.nytimes.com/2015/09/23/us/politics/donald-trumps-old-queens-neighborhood-now-a-melting-pot-was-seen-as-a-cloister.html?_r=0 [Accedido el 10 Abr. 2016].
- Le Monde diplomatique - edición española. (2016). "Monde-diplomatique.es." Visitado 5 Abril 2016, en <http://monde-diplomatique.es/2003/03/alterman.html>
- LIZ, J. (2013). Los peligros del presidencialismo. Revista Latinoamericana de Política Comparada, 7(1), p.17.

- MAZZOLENI, G., STEWART, J., & HORSFIELD, B. (2003). *The media and neo-populism*. Westport, Conn.: Praeger.
- Obamafacts, (2016). ¿Qué es ObamaCare?. [online] Obamacare Facts. Disponible en: <http://obamacarefacts.com/en-espanol/que-es-obamacare/> [Accedido el 9 Abr. 2016].
- PATTERSON, T. (2002). *The vanishing voter*. New York: Alfred A. Knopf.
- Redacción (2016). "¿Quién es Donald Trump y por qué es tan influyente?". *rpp.pe*. Visitado 5 Abr 2016, en <http://rpp.pe/mundo/estados-unidos/quien-es-donald-trump-y-por-que-es-tan-influyente-noticia-944642>
- RODRÍGUEZ CASTROMIL, A. (2012). *Negativismo mediático y campaña electoral en las Elecciones Generales de 2008*. *Reis*, 139, 164-165. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.139.163>
- RODRÍGUEZ, CASTROMIL, A. (2014). El negativismo mediático, ¿una cuestión de estrategia?. [online] *Alternativas*. Disponible en : <http://blogs.elpais.com/alternativas/2014/05/el-negativismo-medi%C3%A1tico-una-cuesti%C3%B3n-de-estrategia.html> [Accedido el 29 Abr. 2016].
- UREÑA, D. (2015). El arte de hacer campaña en España y Estados Unidos: ventajas y similitudes. *Tribuna Norteamericana*, [online] 19, p.43. Disponible en: http://www.institutofranklin.net/sites/default/files/files/tribuna-19_4_web.pdf [Accedido el 7 Abr. 2016].