

La influencia de los medios de comunicación como constructores de imagen: el caso Donald Trump en las elecciones de 2016



TRABAJO DE FIN DE GRADO EN PERIODISMO

BELÉN JUAN FERRER

DIRIGIDO POR ANTÓN R. CASTROMIL

[3 DE JUNIO, 2021]

*“Si no estáis prevenidos ante los medios de comunicación, os harán amar al opresor y odiar al oprimido.”*  
(Malcolm X)

## ÍNDICE

<b><u>INTRODUCCIÓN: JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</u></b> .....	6
JUSTIFICACIÓN .....	6
OBJETIVOS .....	12
METODOLOGÍA .....	13
<b><u>CONTEXTUALIZACIÓN</u></b> .....	15
SISTEMA ELECTORAL ESTADOUNIDENSE.....	15
DEFINICIÓN DEL PERSONAJE. ¿QUIÉN ES DONALD TRUMP?.....	19
<b><u>LA VICTORIA DE DONALD TRUMP Y LAS REDES SOCIALES</u></b> .....	23
EL PERFIL DEL VOTANTE DONALD TRUMP.....	25
NUEVAS FORMAS DE HACER POLÍTICA .....	30
LA CAMPAÑA EN TWITTER Y FACEBOOK .....	32
<b><u>“AMERICAN FIRST: DEL ANTIESTABLISHMENT AL MOVIMIENTO TEA PARTY”</u></b> 36	
DE LA ADMINISTRACIÓN OBAMA A LA ADMINISTRACIÓN DE DONALD TRUMP .....	36
INMIGRANTES Y CAMBIO CLIMÁTICO .....	36
<b><u>LA POPULARIZACIÓN DE LA POLÍTICA Y EL SISTEMA MEDIÁTICO EN ESTADOS UNIDOS</u></b> .....	39
POLÍTICA E INFOENTRETENIMIENTO.....	39
ESTRATEGIA MEDIÁTICA.....	41
<b><u>EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA ESTADOUNIDENSE</u></b> .....	44
NACIMIENTO DE LOS MEDIOS EN ESTADOS UNIDOS .....	44
REVALORIZACIÓN DE LA POLÍTICA .....	49
<b><u>ANÁLISIS DE NOTICIAS</u></b> .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
<b><u>CONCLUSIONES</u></b> .....	59
<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b> .....	64

## RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) tiene como objetivos explorar la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública estadounidense en el contexto de las Primarias Presidenciales de Estados Unidos de 2016.

La victoria de Donald Trump en 2016 ha sido objeto de estudio debido a que todas las encuestas y estudios le daban la victoria a Hillary Clinton. Por eso, se ha analizado el tratamiento y cobertura de la prensa digital norteamericana a través del *Washington Post*, el *New York Times*, la cadena de televisión FOX y la CNN.

Tras el análisis de noticias, las conclusiones de la investigación dan como resultado una alta influencia de los medios de comunicación estadounidenses en el papel que ejercen como constructores de imágenes y discursos. Así, se transmite a la sociedad una imagen positiva o negativa de los candidatos, en este caso de Donald Trump, y su campaña.

La participación de Donald Trump en las redes sociales, en especial Twitter, y en los medios de comunicación, unido a un discurso o una campaña de la demócrata de Hillary Clinton, que apenas conectó con la ciudadanía, habría podido ser decisivo en su victoria.

## **INTRODUCCIÓN: JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

Cuando en junio de 2015, Donald Trump anunció su candidatura a las primarias republicanas, su victoria era impensable. Ni los medios de comunicación, expertos o periodistas apostaban por el empresario. Su candidatura fue vista con escepticismo. Cuando se incorporó a las primarias del partido republicano y dejó atrás a sus 16 competidores, obtuvo el mayor apoyo de la historia del partido y llegó hasta la Casa Blanca tras ganar las elecciones norteamericanas. Cuatro años después, sigue siendo un reto explicar su victoria electoral.

En este trabajo analizo la forma en que los medios han tratado su candidatura y la cobertura que le han dedicado. Este caso servirá para poder entender el papel de los medios de comunicación como constructores de la imagen en un candidato político y la influencia que tienen en la sociedad.

En la primera parte realizo una contextualización del sistema electoral estadounidense, con sus pros y contras, además de la trayectoria en la esfera pública de Donald Trump, desde sus orígenes hasta su faceta como empresario de éxito. De esta forma intentaré poner en antecedentes y contextualizar el análisis de noticias que conforma la segunda parte y cuerpo principal del TFG. Para dicho análisis he optado por una horquilla temporal desde el periodo de campaña hasta las primarias republicanas, cuyas fechas comprenden desde junio de 2015 hasta febrero de 2016.

### **JUSTIFICACIÓN**

Los cien periódicos de mayor tirada en EE. UU. apoyaron a Hillary Clinton<sup>1</sup>. No es noticia que *The New York Times* haya publicado varios editoriales a favor de

---

<sup>1</sup> A Hillary Clinton la respaldaron 229 diarios; a Donald Trump, apenas 13 (2016). Infobae, 9 de noviembre. Disponible en: <https://www.infobae.com/americamundo/2016/11/09/a-hillary-clinton-la-respaldaron-229-diarios-a-donald-trump- apenas-13/> [Consultado: 3- 01- 2021].

ella<sup>2</sup>. O tal como afirmó *The Washington Post*: "Donald J. Trump, hasta ahora un problema republicano, se convirtió esta semana en un desafío que la nación debe enfrentar y superar. El magnate inmobiliario no está calificado para ser presidente, en experiencia y carácter", indicó en el editorial<sup>3</sup>.

*The Arizona Republic*, que solo ha respaldado a candidatos republicanos desde su fundación en 1890, apoyó a Hillary Clinton<sup>4</sup>. Donald Trump solo contó con el apoyo de 20 periódicos entre los que se encuentra *Las Vegas Review-Journal*<sup>5</sup> o *Florida Times-Union*, los únicos con una circulación mayor a los 100.000 ejemplares al día. En cambio, de los 100 periódicos con mayor circulación en EE. UU., 57 de ellos apoyaron a Hillary Clinton (Zambra, 2020). Sin embargo, pese al poco apoyo, demostró que es un carismático concedor de los medios de comunicación, lo cual obtuvo ventajas significativas sobre los políticos tradicionales y las organizaciones políticas convencionales en la era de Internet.

---

<sup>2</sup> Board (2016). "Hillary Clinton for President". *Nytimes.com*, 24 de septiembre. Disponible en: [https://www.nytimes.com/2016/09/25/opinion/sunday/hillary-clinton-for-president.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-top-region&region=opinion-c-col-top-region&WT.nav=opinion-c-col-top-region&\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/09/25/opinion/sunday/hillary-clinton-for-president.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-top-region&region=opinion-c-col-top-region&WT.nav=opinion-c-col-top-region&_r=0) [Consultado: 3-01-2021].

<sup>3</sup> Consejo Editorial (2016). "Donald Trump es una amenaza única para la democracia estadounidense". *The Washington Post*, 22 de julio. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next\\_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fdonald-trump-is-a-unique-threat-to-american-democracy%2f2016%2f07%2f22%2fa6d823cc-4f4f-11e6-aa14-e0c1087f7583\\_story.html%3ftid%3dpm\\_pop\\_b&tid=pm\\_pop\\_b](https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fdonald-trump-is-a-unique-threat-to-american-democracy%2f2016%2f07%2f22%2fa6d823cc-4f4f-11e6-aa14-e0c1087f7583_story.html%3ftid%3dpm_pop_b&tid=pm_pop_b) [Consultado: 3-01-2021].

<sup>4</sup> *Endorsement: Hillary Clinton is the only choice to move America ahead.* (2016). *Azcentral*, 27 de septiembre. Disponible en: <https://eu.azcentral.com/story/opinion/editorial/2016/09/27/hillary-clinton-endorsement/91198668/> [Fecha de consulta: 3- 01- 2021].

<sup>5</sup> Editorial (2016). "Donald Trump for president". *Las Vegas Review-Journal*, 7 de noviembre. Disponible en: <https://www.reviewjournal.com/opinion/editorials/editorial-donald-trump-for-president/> [Fecha de consulta: 4-01-2021].

La candidata demócrata iba a ser presidenta, o así lo afirmaba la web Real Clear Politics<sup>6</sup> quien daba a Hillary Clinton el 47,2% en la intención de voto frente al 44,3% de Donald Trump (Real Clear Poltics, 2016). Los principales periódicos con más tirada nacional (*Wall Street Journal*<sup>7</sup>, *USA Today*, *Los Angeles Times*, *New York Times*<sup>8</sup>, *Washington Post* o periódicos de menor magnitud, como el *Chicago Tribune*<sup>9</sup>, pusieron énfasis en resaltar los valores racistas y populistas de Donald Trump. De hecho, la revista *Time* calificó al aspirante a presidente de matón y *showman* en su portada<sup>10</sup>.

---

<sup>6</sup> Real Clear Politics (2016). Real Clear Politics. Disponible en: [https://www.realclearpolitics.com/epolls/2016/president/us/general\\_election\\_trump\\_vs\\_clinton-5491.html](https://www.realclearpolitics.com/epolls/2016/president/us/general_election_trump_vs_clinton-5491.html) [Consultado: 15-01-2021].

<sup>7</sup> Hook, J.; McCain, N. y Reinhard, B. (2016): “Donald Trump Elected President, Riding Populist Wave”, *Wall Street Journal*, 9 de noviembre. Disponible en: <https://www.wsj.com/articles/donald-trump-rides-populist-wave-1478678410> [Fecha de consulta: 15-01-2021].

<sup>8</sup> Kristof, N. (2016): “¿Donald Trump es racista?”, *The New York Times*, 1 de agosto. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2016/08/01/espanol/opinion/donald-trump-es-racista.html> [fecha de consulta: 15 de enero 2021].

<sup>9</sup> Ramos, J. (2016): “Veo a Trump, pero oigo a Chávez”, *Chicago Tribune*, 5 de octubre. Disponible en: <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8723205-veo-trump-pero-oigo-chavez-story.html> [Fecha de consulta: 16-01-2021].

<sup>10</sup> *Make Your Own Donald Trump Cover* (2016). Revista Time, Disponible en: [https://time.com/4245556/donald-trump-time-cover/share/trump-1457122251716/?xid=time\\_socialflow\\_twitter](https://time.com/4245556/donald-trump-time-cover/share/trump-1457122251716/?xid=time_socialflow_twitter) [Consultado en: 16-01-2021].



"Matón, showman, aguafiestas, demólogo y ¿45º presidente de EE. UU.?". Fuente: Time.com

Los medios de comunicación cayeron en el error de obviar fallos económicos y políticos que presentó el candidato republicano. En octubre de 2017, Donald Trump y Bob Corker, senador republicano por Tennessee, intercambiaron una serie de insultos antes de una reunión en el Congreso sobre la reforma fiscal<sup>11</sup>. La discusión continuó vía Twitter y dominó la cobertura en los medios de comunicación, además de ocupar la portada de *The New York Times*<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Redacción. (2017): "Un senador republicano clave para Trump le llama "mentiroso en grado máximo", en *HUFFPOST*, 24 de octubre. Disponible en: [https://www.huffingtonpost.es/2017/10/24/un-senador-republicano-clave-para-trump-le-llama-mentiroso-en-grado-maximo\\_a\\_23254212/](https://www.huffingtonpost.es/2017/10/24/un-senador-republicano-clave-para-trump-le-llama-mentiroso-en-grado-maximo_a_23254212/) [Fecha de consulta: 15-01-2021].

<sup>12</sup> Martin, J. y Landler, M. (2017). "Bob Corker Says Trump's Recklessness Threatens 'World War III'". *The New York Times*, 08 de octubre. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/10/08/us/politics/trump-corker.html> [Consultado en: 16-01-2021].

Desde los primeros patinazos de Donald Trump contra los inmigrantes mexicanos en el verano de 2015, tanto los medios como la sociedad norteamericana optaron por reírse de este candidato poco habitual. En vez de explicar o denunciar, lo trataron con condescendencia y lo presentaron como un payaso.

El magnate no escondió en sus mítines las opiniones negativas que tenía sobre la prensa y los periodistas<sup>13</sup> y utilizó las redes sociales como medio de comunicación con los electores (vía de comunicación ciudadana). Podemos hablar de dos fenómenos en esta victoria:

1) La importancia creciente de las redes sociales como vehículos de comunicación interpersonal y como formadoras de opinión pública. Y cómo influye el fenómeno percibido en la campaña de 2016 en los EE. UU. en la reformulación de la estructura y dinámica de los partidos políticos.

2) La utilización de las redes sociales con una eficacia superior (según los resultados de las elecciones de 2016 en EE. UU.) a la de los medios de comunicación social de operatividad tradicional fue un hecho en la campaña electoral norteamericana que culminó en la elección del republicano. Se produce un cambio en la gestión de la comunicación.

Además, el ciudadano se interesaría más por la política a través de los medios de comunicación, los cuales aumentaron su poder de influencia y participación en la vida pública ante un ciudadano crispado por la crisis económica y la globalización. También, el ciudadano estadounidense se sentía insatisfecho con los partidos políticos y las instituciones.

---

<sup>13</sup> Durante la conferencia de prensa, Donald Trump atacó a varios periodistas por sus preguntas, y los calificó de "enemigo del pueblo". El Diarios. (2018). *Trump se enzarza con varios periodistas tras las elecciones: "Qué pregunta tan racista"*. [Youtube]. 07 de noviembre. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=J0kq23mOfFM> [Consultado: 11-01-2021].

El ciudadano encuentra en los medios un agente interesado en sus propias preferencias y en la defensa de los derechos civiles. Por eso, debemos poner especial atención en la influencia y papel que ejercen los medios como constructores de imágenes y discursos, hasta el punto de que los propios candidatos y políticos hacen uso de ellos para construir su imagen y discurso. Y las elecciones en EE. UU. son sin duda un foco de interés político a nivel mundial, donde los candidatos obtienen una gran repercusión en su campaña en la sociedad americana.

## OBJETIVOS

Con todo, el pretexto de este trabajo responde, ante todo, a analizar la tendencia de los medios de comunicación estadounidenses en influir en la opinión pública para crear una imagen del candidato republicano. Y como Donald Trump ha sabido sacar provecho de ello para construir su imagen y discurso.

El objeto principal del presente estudio es de una naturaleza descriptiva. Se limita a la descripción e interpretación de la realidad. Se pretende reflexionar sobre la implicación de los medios de comunicación como constructores de la imagen de un candidato durante el proceso electoral estadounidense.

Los objetivos específicos son:

- Hacer una aproximación a los datos electorales, a la trayectoria y la imagen de Donald Trump para explicar en parte su estrategia ganadora
- Conocer sus orígenes y cómo se convirtió en un personaje público es importante. Conocer su personalidad, cómo se ha convertido en un personaje mediático. ¿Son los medios los responsables? Ha roto todos los esquemas, no venía del mundo de la política. Ha desechado los paradigmas de lo políticamente correcto y se ha convertido en el presidente de una de las grandes potencias mundiales
- Claves de la victoria electoral de Donald Trump
- Claves de su éxito empresarial y político, por eso, se analizará su éxito empresarial y electoral
- Verificar si el presidente Donald Trump, aplica a la política el método empresarial. Johnston (2016) llega a sostener que para el presidente la política es un negocio y aporta documentos de los que derivan cómo el presidente ha sacado beneficios de la política. En sus discursos habla de sus éxitos producto de su fe en sí mismos y pretende que creen que la política es un campo semejante al mundo de las empresas y alude a la negociación y renegociación como medios ordinarios para conseguir éxito

## METODOLOGÍA

Con estos objetivos analizaré a través de la prensa digital norteamericana y la televisión la imagen pública en los medios de comunicación de Donald Trump en las elecciones de 2016. Aunque no obvio ningún medio de comunicación para analizar la cobertura mediática de la campaña.

Los medios elegidos son el *Washington Post*, el *New York Times*, la *FOX* y la *CNN*. El marco temporal elegido será desde el periodo de campaña hasta las primarias republicanas (desde junio de 2015 hasta febrero de 2016 respectivamente). Además, se hará una contextualización para explicar el sistema electoral norteamericano y un repaso por su biografía y trayectoria, con el objetivo de explicar este fenómeno.

Para llevar a cabo el seguimiento y análisis de las noticias el método empleado es el descriptivo, ya que la investigación se limita a la descripción y la interpretación de la realidad, a través de una serie de variables creadas para configurar un estándar capaz de aplicarse a todos los casos.

Las variables han sido escogidas en base a la mayor objetividad posible en consecuencia con la información recogida en base de un amplio repertorio de artículos periodísticos e investigaciones previamente realizadas. Es importante determinar en primer lugar el tipo de medio de comunicación a partir del cual se va a estudiar el tratamiento de la imagen (prensa, radio, televisión o medios digitales) y, en segundo lugar, concretar específicamente los medios en cuestión.

En relación con el tipo se ha optado por los medios digitales, aunque no se hace ninguna restricción ya que toda la tipología de medios es importante en la campaña mediática. De tal forma, me decanto por el *Washington Post*, el *New York Times*, la *FOX* y la *CNN*.

El marco temporal elegido será desde el periodo de campaña hasta las primarias republicanas (desde junio de 2015, inicio de campaña, hasta febrero de 2016). Además, se hará una contextualización para explicar el sistema electoral norteamericano y un repaso por su biografía y trayectoria, con el objetivo de

explicar este fenómeno y entender mejor la situación política estadounidense y el sistema político norteamericano, su sistema electoral, y de esta manera, el sistema mediático. Además, con el objetivo de entender la personalidad de Donald Trump, se hará un breve repaso por su biografía y su relación con los medios de comunicación.

#### Hipótesis

1. Los medios de comunicación no tomaron en serio las propuestas de Donald Trump y se centraron en su vida personal y escándalos o las noticias falsas
2. Los medios de comunicación infravaloraron a Donald Trump y dieron por hecho que la ganadora sería Hillary Clinton
3. Los medios no conectaron con los problemas de los norteamericanos, a diferencia de Donald Trump, que durante su campaña electoral sí trató los principales problemas que preocupaban a la población de los EE. UU.
4. Los medios de comunicación y el candidato republicano se centraron en temas diferentes

## **CONTEXTUALIZACIÓN**

Antes de entrar en el análisis de noticias que será un punto clave de este trabajo, es necesario contextualizar el objeto de estudio. De tal forma, es imprescindible conocer cómo funciona el sistema electoral estadounidense y delimitar al personaje que se va a estudiar y analizar. Para ello se hará un breve repaso sobre la historia de Donald Trump, con el fin de conocer sus orígenes y cuál es su trayectoria en la vida pública estadounidense, tanto antes como después de llegar a la presidencia.

Por tanto, los medios de comunicación se convierten en campo de estudio para este trabajo, por lo que hay que entender cuál es su implicación y participación en Estados Unidos.

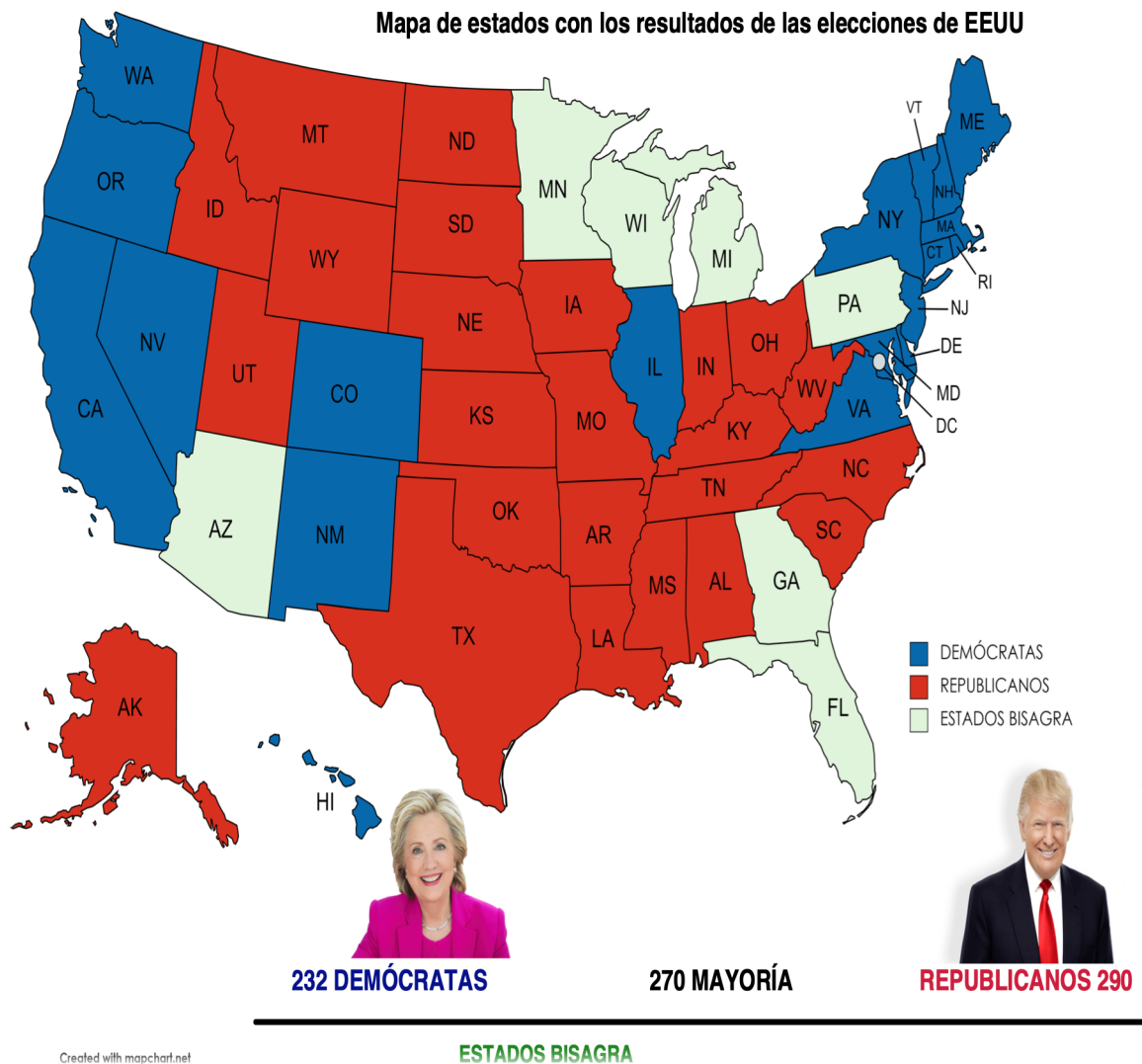
## **SISTEMA ELECTORAL ESTADOUNIDENSE**

Estados Unidos se rige bajo un régimen presidencialista y un sistema federal. Se celebran elecciones tanto para escoger las cámaras legislativas como para elegir al presidente. Las elecciones al congreso se celebran cada dos años. Pueden coincidir con las presidenciales (estas son cada cuatro años y son Elecciones Presidenciales: las últimas en 2020 y las próximas en 2024) o pueden celebrarse entre dos Presidenciales, y en tal caso se llaman Elecciones Intermedias.

El sistema electoral estadounidense se basa en la votación indirecta: los ciudadanos no votan directamente al presidente, sino a unos representantes (compromisarios) que después delegan su voto y se realiza a través del Colegio Electoral. Por eso, en las elecciones estadounidenses hay dos tipos de votos: el voto popular (los ciudadanos votan a los representantes) y el voto electoral (los representantes votan al candidato a la presidencia), tal y como explica la profesora Yolanda Casado (2016).

Normalmente estos dos votos suelen coincidir, pero en el caso de las elecciones de 2016, Donald Trump obtuvo menos votos populares que Hillary Clinton y acabó siendo presidente porque tenía más votos de electores. La candidata demócrata consiguió casi 3 millones más de votos populares que su adversario, pero se tradujeron en 74 votos electorales menos. Esto ocurrió

también en 1824, 1876, 1888 y 2000. Esta última llegó hasta el Tribunal Supremo de los EE. UU. al producirse una situación extraña entre el Demócrata A. Gore y el republicano G.W. Bush. El Tribunal ordenó detener el recuento de votos en Florida, dando la presidencia a Bush (271 a 266), a pesar de que A. Gore obtuvo la mayoría de los votos populares en todo el país (más de un millón).



Resultado electoral en las elecciones de 2016. Fuente: elaboración propia.

Esto es habitual en muchos sistemas electorales. Por ejemplo, en España (Soriano & Alarcón, 2001) se puede dar el caso en el que partidos con menos votos consignan más escaños que partidos con más votos debido a la ley

electoral LOREG<sup>14</sup>. Esto se debe a que el voto de todas las personas que acuden a votar no vale lo mismo en todas las circunscripciones, lo cual se traduce en que el número de escaños dependa de otros factores, como por ejemplo la diferencia de población. El sistema de elección es la llamada ley D'Hondt<sup>15</sup>, la cual beneficia a los partidos grandes, y perjudica a los pequeños, y ocurre en ocasiones que un partido con menos votos logre obtener más escaños.

Volviendo a nuestro objeto de estudio, en el sistema electoral estadounidense el proceso hacia la nominación de cada uno de los partidarios comienza año y medio antes de la elección del presidente con la presentación oficial de las candidaturas. Es importante enfatizar que los candidatos se postulan individualmente, con sus propios medios y recursos, sin mediación de los partidos políticos para evitar las situaciones políticas en las que se produce un abuso del poder de los partidos<sup>16</sup>.

Según el informe National Archives and Records Administration<sup>17</sup>, actualmente y desde 1964, el Colegio Electoral lo forman 538 compromisarios. Este número se debe a que cada Estado, junto con el distrito de Columbia, aportan un número de compromisarios en función de su población. Estos representantes son quienes votan a uno de los dos candidatos presidenciales. Los electores se

---

<sup>14</sup> Ley Orgánica del Régimen Electoral General, aprobada en el año 1985 y modificada en 2011.

<sup>15</sup> Sistema de cálculo proporcional creado a finales del siglo XIX por el jurista belga Víctor D'Hondt. En cada circunscripción se excluyen en primer lugar aquellas candidaturas que no hayan obtenido, al menos, el 3% de los votos válidos. El resto se ordena de mayor a menor, según el número de votos obtenidos.

<sup>16</sup> Betancor, A. (2018): "Abuso de poder desde el Gobierno". *El Mundo*, 2 de agosto. Disponible en: <https://www.elmundo.es/opinion/2018/08/02/5b618955268e3e21098b45a8.html> [Fecha de consulta: 22-01-2021].

<sup>17</sup> The U.S. National Archives and Records Administration. (2017). *¿Qué es el Colegio Electoral?* Disponible en: <https://www.archives.gov/espanol/colegio-electoral> [Consultado: 3 - 02- 2021].

reparten entre los 50 estados, pero no todos los estados tienen el mismo número de electores: por ejemplo, California tiene 55 electores y Texas, 38<sup>18</sup>.

Desde 1961 a la cifra se añaden los tres compromisarios por el Distrito de Columbia, sede de la capital Washington. Será elegido presidente el candidato que consiga la mayoría simple de los compromisarios, actualmente al menos 270 votos. En caso de empate, la Cámara de Representantes elegirá al presidente, teniendo cada Estado un voto, y el Senado elegirá con el mismo sistema al vicepresidente. El que gana se lleva todos los votos que corresponden al Estado<sup>19</sup>. El peligro de los compromisarios “desleales” a la voluntad popular mayoritaria del Estado ha sido excepcional, y su acción nunca ha puesto en riesgo el resultado final.

La participación electoral en elecciones presidenciales suele situarse entre el 50% y el 60% de la población en edad de votar, una participación alta comparada con los otros procesos electorales. Hay una tendencia descendente de la participación política que se observa en las últimas décadas en Estados Unidos. La participación electoral, tanto en las elecciones generales como a la Cámara de Representantes y al Senado, ha sido tradicionalmente más baja que en otros países democráticos desarrollados, como es el caso de los países de Europa occidental. En las últimas décadas se encuentra por debajo del 60% de participación, y es aún más baja en las elecciones al Congreso (Cámara de Representantes y Senado), las llamadas *Midterm elections*, donde menos de la mitad de los estadounidenses con derecho a voto participan (en 2014 participó solo un 36,4 por cien de los ciudadanos con derecho a voto).

---

<sup>18</sup> Wolf, Z. (2020): “Qué es el Colegio Electoral y cuál es su función en las elecciones de EE. UU.?”. *CNN*, 28 de agosto. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/08/28/que-son-los-colegios-electorales-y-cual-es-su-funcion-en-las-elecciones-de-ee-uu/> [Fecha de consulta: 07-02-2021].

<sup>19</sup> Se le aplica el *winner takes all*, que otorga todos los votos electorales al candidato más votado.

Puede deberse a un menor esfuerzo movilizador por parte de los partidos políticos norteamericanos, que cuentan con un menor número de militantes, los ciudadanos acuden a menos mítines, hay menos trabajo voluntario en las campañas y la participación ciudadana en la movilización electoral ha descendido considerablemente. Se observa un declive paralelo en la confianza en instituciones políticas, especialmente en el gobierno, el Congreso y los partidos políticos, según una investigación llevada a cabo por el Pew Research Center<sup>20</sup>. Lee Rainie, jefe de investigación de internet y tecnología de este centro, apuntó que a los estadounidenses les preocupa que la desconfianza hacia el gobierno “perjudique a la nación”. Además, el estudio señaló que Donald Trump es en parte responsable.

Por otra parte, desde la elección del 2000, se usan los colores rojos (Republicano) y azul (Demócrata) para describir los Estados de la Federación y los partidos políticos. Tal y como apunta Jean-Eric Branaa (2017) los dos partidos principales se representan con mascotas que son el elefante para los republicanos y el asno para el Partido Demócrata. El origen de estas representaciones se le atribuye al dibujante Thomas Nast, que las había dibujado en el año 1870 para el *Harper's Weekly*.

## **DEFINICIÓN DEL PERSONAJE. ¿QUIÉN ES DONALD TRUMP?**

El 15 de junio de 2015, Donald Trump anunció su candidatura para la Presidencia de los Estados Unidos en la Torre Trump<sup>21</sup>, un edificio de 58 pisos en la ciudad de Nueva York. Desde ese momento hasta la actualidad, se ha convertido en

---

<sup>20</sup> AFP. (2019). “Estadounidenses “desconfían” del gobierno y los medios, según una encuesta del Pew Research Center. *El Universo*, 23 de julio. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/22/nota/7437978/estadounidenses-desconfian-gobierno-medios-segun-encuesta-pew/> [Fecha de consulta: 14-02- 2021].

<sup>21</sup> Rubio, F. (2015): “Donald Trump anuncia su candidatura republicana a la presidencia de EE. UU.”. *Euronews*, 16 de junio. Disponible en: <https://es.euronews.com/2015/06/16/donald-trump-anuncia-su-candidatura-republicana-a-la-presidencia-de-eeuu> [Fecha de consulta: 4 -03- 2021].

uno de los hombres más conocido de la escena mediática, pero ¿quién es Donald Trump?

Donald John Trump nació en el Jamaica Hospital Medical Center, barrio de Queens (Nueva York) en 1946 en una familia acomodada, de clase media alta. A través de su padre, Fred Trump, un exitoso promotor inmobiliario, Donald Trump decidió seguir sus pasos y con tan solo doce años fundó una empresa junto a su madre, Elisabeth Trump & Son. Decidió licenciarse en la Universidad de Fordham, especializándose en administración de negocios por la Wharton Business School, de la Universidad de Pensilvania. A los 28 años heredó la fortuna familiar y dos años más tarde, convirtió el negocio de su padre en un imperio inmobiliario, a través de la construcción de viviendas de lujo, casinos y hoteles (Trump & Schwartz, 1987).

Nueva York fue la primera ciudad donde construyó el Hotel Gran Hyatt, su primer gran edificio, que sería la base de su imperio.

“El padre de Trump [...] quedó huérfano a los doce años y formó su fortuna construyendo viviendas de clase media, hasta llegar a tener miles de pisos en los barrios neoyorquinos de Queens, Brooklyn y Staten Island. Desde muy pequeño Donald Trump, el cuarto de un total de cinco hijos acompañó a su padre en la inspección de los bloques y en el cobro de los alquileres” (Ruiza, et al., 2004).

Poco a poco fue estableciendo una red de clientes en la que se encontraban grandes empresarios. Por eso, en la década de los ochenta ya contaba con una reputación: hombre de negocios, exitosos y millonario. En 1983 levantó la Trump Tower, sede de la organización Trump, seguida del Trump Plaza (1984) y del casino Trump's Castle Casino Resort (1985). Además, durante esta década adquirió el equipo de fútbol New Jersey General con el objetivo de crear una liga de fútbol americano: la Liga Estadounidense de Fútbol (USFL).

Su carrera en la política empezó en 1987, pero no partió desde cero porque su presencia en la vida pública estadounidense gozaba de cierto recorrido gracias a sus empresas de Wall Street.

Invirtió más de cien mil dólares en la compra de espacios en los principales periódicos para criticar la política norteamericana de proteger los petroleros que navegaban por el Golfo Pérsico. Además, compró una página entera en los cuatro periódicos principales de la ciudad para exigir la ejecución de cinco jóvenes acusados de violar a Trisha Meili, una joven de veinte ocho años que corría por el Central Park. Donald Trump pidió al estado que restaurase la pena de muerte y que fuese aplicada.

Aunque en la década de 1990 se produjo una crisis financiera en el sector de la construcción, logró salir más reforzado. Decidió introducirse en otros sectores y ampliar así sus influencias. Entre sus emprendimientos destaca su labor en Miss Universo (1996) por diez millones de dólares, la Trump Organization o Trump Entertainment.

Además, empezó a escribir libros sobre su vida, muchos de ellos se convirtieron en superventas. Su primer libro fue *Trump: el arte de la negociación* (Trump, 1989), un libro de memorias empresariales donde expone algunas de sus ideas a través de las negociaciones competitivas o vivencias como la construcción de Hotel Grand Hyatt o el Trump Tower en Manhattan. Le siguieron: *Trump, sobrevivir al triunfo* (1990) , *Trump: cómo hacerse rico* (2004), *Así llegué a la cima* (2005), *Trump: Los mejores consejos de bienes de raíces que he recibido* (2006), entre otros. El título de su último libro fue *Crippled America: How to make America Great Again* (2015) .

De 2005 a 2015 protagonizó el *reality show El aprendiz* para la cadena de televisión NBC<sup>22</sup>, un programa en el que un grupo de empresarios compiten por conseguir un contrato para dirigir alguna de sus empresas, además de un premio en metálico, algo que hizo que su popularidad aumentase<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Gluecement. (2010). *The Apprentice – The Entire 1st Season in 10 minutes*. [ YouTube]. 10 de marzo. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xQiW0zXpT6o&t=20s> [Consultado 15 -02- 2021].

<sup>23</sup> AFP. (2016): “El Aprendiz, el programa que hizo entrar a Trump a los hogares de EE. UU”. *El Mundo*, 10 de diciembre. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/el->

“You’re fired” (estás despedido), era la temida sentencia que escuchaban los concursantes de *El Aprendiz*.

---

aprendiz-el-programa-que-hizo-entrar-a-trump-a-los-hogares-de-ee-uu/ [Fecha de consulta: 22-01-2021].

## LA VICTORIA DE DONALD TRUMP Y LAS REDES SOCIALES

Uno de los factores más señalados en la victoria de Donald Trump fue el uso de las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook (Rodríguez, 2018). Ambas desempeñaron un papel fundamental en las elecciones de 2016 en los Estados Unidos. El uso de las redes sociales en la política se remonta a las elecciones de 2008 entre John McCain y Barack Obama (Costa, 2009). El predecesor de Donald Trump hizo un uso extensivo de ellas para crear una imagen y un discurso político. Apostó por Facebook, Twitter y YouTube como redes principales. A través de mensajes inclusivos, con su famoso “Yes, we can”, consiguió crear un sentimiento de comunidad entre los votantes.

La página web de la campaña de Barack Obama consistió en que los votantes pudiesen acceder a información, además de ver y compartir vídeos, mirar y distribuir anuncios de la campaña, publicar comentarios y escribir en blogs. Contempló todas las exigencias que la cultura política americana exige<sup>24</sup>.



Página web del expresidente Barack Obama en 2008. Fuente: 4President.us

<sup>24</sup> Gomez, W., Fernandez, B., Reis, L. y Silva, T. (2009): “La campaña online de Barack Obama en 2008”. *Research Gate*, diciembre. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/303637965\\_LA\\_CAMPANA\\_ONLINE\\_DE\\_BARACK\\_OBAMA\\_EN\\_2008](https://www.researchgate.net/publication/303637965_LA_CAMPANA_ONLINE_DE_BARACK_OBAMA_EN_2008) [Fecha de consulta: 16 -02- 2021].

Los simpatizantes tenían una sección para hacer donaciones a la campaña, había una biografía de los candidatos y de sus mujeres, además de una red social propia: My.Barack.Obama<sup>25</sup>.

La campaña fue pionera en las tácticas de minimarketing digital. Se apuntó que dicha campaña fue reconocida como una innovación importante en el uso de tecnologías de la información y la comunicación (Robertson, et al., 2010).

Tal y como Hendricks y Denton (2010) manifestaron “la campaña de 2008 fue única y se convirtió en la primera campaña nacional en la que los medios tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos fueron eclipsados por las nuevas tecnologías de comunicación e Internet”.

Por su parte, el equipo de Donald Trump supo sacar el máximo provecho de estas plataformas para conectar con los propios electores, lanzar mensajes para desmotivar a los votantes de Hillary Clinton o ganar protagonismo mediático, aunque no puede afirmarse que las redes sociales fuesen el motivo principal de su victoria. Retransmitió sus mítines en directo, lanzó mensajes polémicos a través de su cuenta en Twitter y minó la imagen de la candidata demócrata entre sus propios votantes. Además, acusó a Hillary Clinton de racista por el discurso que pronunció en 1996, en el que hablaba de los crímenes cometidos por jóvenes negros en Estados Unidos, calificándolos de “superdepredadores”<sup>26</sup>.

"El hecho de que tenga ese poder en términos de números con Facebook, Twitter, Instagram, etcétera, creo que me ayudó a ganar en

---

<sup>25</sup> Obama, B. (2017). The office of Baravk and Michelle Obama. Disponible en: <https://barackobama.com/about/> [Consultado: 18-02-2021].

<sup>26</sup> Hillary Clinton utilizó dicho termino en 1996 para referirse a algunos jóvenes negros mientras daba un discurso sobre violencia juvenil. C-Span. (2016). 1996: Hillary Clinton on “superpredators” (C-SPAN). [Youtube]. 25 de febrero. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=j0uCrA7ePno> [Consultado: 06-05-2021].

una carrera en la que otros gastaron más dinero que yo. Y yo gané”  
(Trump, 2016).

Declaraciones de Donald Trump para una entrevista de la cadena  
CBS.

### **El perfil del votante Donald Trump**

Para entender el perfil de los votantes del candidato republicano debemos entender la idea fundamental de su campaña. A través del conservadurismo nacionalista, Donald Trump impuso la idea de que América debía atender a sus propios intereses. Esta ideología provoca el aislamiento de Estados Unidos, retirándose de la escena internacional, pactos o acuerdos con sus aliados y adversarios, como Irán y Cuba. Esta idea ya nació durante el mandato de Ronald Reagan, quién personificaba la recuperación del conservadurismo (Sanmartín, 2003).

La política exterior de Donald Trump se desarrolló a través de la renegociación del tratado de Libre Comercio de América del Norte, el rechazo al Tratado Transatlántico de Libre Comercio o la guerra comercial desatada con China. Sus principales propuestas fueron una reforma económica, reforma migratoria y defensa de la Segunda Enmienda de la Constitución de EE. UU., que otorga el derecho a los ciudadanos de poseer y portar armas.

Sus votantes tenían miedo a una pérdida de identidad y su discurso migratorio, fue clave, ya que la mayoría de sus votantes considera que la inmigración es un gran problema porque piensan que roban sus puestos de trabajo y que son más propensos a cometer delitos graves. De ahí, la propuesta del republicano de construir un muro fronterizo. Además, el partido tenía especial interés por mantener a un votante de tipo de clase media y raza blanca que se opone abiertamente a la inmigración.

M. Basets, corresponsal en EE. UU., entrevistó a muchos ciudadanos antes y durante la campaña electoral a la presidencia de 2016 y relató algunas frases de sus encuestados, entre los cuales se refleja el sentimiento de miedo a la pérdida de identidad y las cuestiones sobre la inmigración:

“Los acuerdos de libre comercio provocan el cierre de fábricas de Estados Unidos y dejan sin oportunidad a la clase trabajadora” o “los inmigrantes nos quitan el trabajo y amenazan nuestra identidad” o “estamos hartos de guerras y el próximo presidente debe dedicarse a resolver nuestros problemas, no los de los demás”<sup>27</sup>.

Donald Trump conectó con un sector de la población descontenta con su situación y amenazados por el aumento de la inmigración ilegal, por lo que planteó una política exterior liberal, para proteger derechos personales y civiles, promover el gobierno democrático y expandir el alcance y la efectividad de la economía de mercado global, además de cubrir necesidades básicas de una vida digna. Tanto el republicano como Hillary Clinton se enfrentaron a una crisis moral, ciudadana, política y cultural.

Su unilateralismo nacionalista se basa en que cada decisión de política exterior siempre pondrá por delante la seguridad de los ciudadanos en primer lugar, a través de una teoría constructivista<sup>28</sup>.

De esta idea nació el argumento de la pérdida de la cultura de EE. UU., su identidad como nación. Hizo de las políticas xenófobas y nacionalistas un eje clave de su campaña, además de reforzar la idea de que había que limpiar Washington de la corrupción. Consiguió el voto oculto de los xenófobos, al conectar con los supremacistas culturales: Estados Unidos representa la cultura superior, a la que ha llegado por medio de la educación y el esfuerzo, y debe proteger su identidad evitando la mezcla con otras culturas, por ello su denuncia.

---

<sup>27</sup> Bassets, M. (2016): “La América de Trump”. *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/especiales/2016/elecciones-eeuu/la-america-de-donald-trump/> [Fecha de consulta: 06-05-2021].

<sup>28</sup> Ramos, P. (2019): “Una aproximación a la política exterior de Donald Trump: hacia un nuevo enfoque”. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 22 de octubre. Disponible en: [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2019/DIEEO95\\_2019PEDRAM\\_Trump.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2019/DIEEO95_2019PEDRAM_Trump.pdf) [Fecha de consulta: 07-05-2021].

Para el republicano estos asuntos sobre seguridad nacional exigirían mayores controles migratorios para aquellos que deseaban llegar a los EE. UU.

- Decretó un veto contra siete países de mayoría musulmana, pero fue suspendido por el magistrado James Robart<sup>29</sup>.

La Casa Blanca emitió un comunicado calificando de “indignante”, la decisión tomada por el juez de Seattle. "El Departamento de Justicia presentará lo antes posible una petición de emergencia para suspender esta indignante orden y defender la orden ejecutiva del presidente"<sup>30</sup>.

- Impidió la entrada en suelo estadounidense de inmigrantes musulmanes de determinados países, mediante una orden ejecutiva del 27 de enero de 2017. El presidente firmó un decreto que prohibía durante 90 días la entrada desde Irán, Irak, Yemen, Sudán, Somalia, Siria y Libia<sup>31</sup>. Posteriormente fue suprimido Irak de la lista en otra orden ejecutiva del 6 de marzo de 2017. El conflicto llegó al Tribunal Supremo quien avaló la política del presidente (es curioso constatar que Arabia Saudita, patria de Bin Laden y de los terroristas que llevaron a cabo las acciones del 11 de

---

<sup>29</sup> Agencias. (2017): “Donald Trump ve “ridículo” al juez que bloqueó su decreto migratorio. *La Vanguardia*, 4 de febrero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20170204/413991324131/juez-bloquea-decreto-migratorio-trump.html> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

<sup>30</sup> EFEUSA. (2017): “La Casa Blanca considera “indignante” el bloque judicial del veto migratorio”. *Efe*, 4 de febrero. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/ame-hispanos/la-casa-blanca-considera-indignante-el-bloqueo-judicial-del-veto-migratorio/20000034-3169249> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

<sup>31</sup> Bassets, M. (2017). “Trump veta la entrada de refugiados e inmigrantes de varios países musulmanes”. *El País*, 27 de abril. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/01/27/estados\\_unidos/1485551816\\_434347.html](https://elpais.com/internacional/2017/01/27/estados_unidos/1485551816_434347.html) [Fecha de consulta: 07-05-2021].

septiembre de 2001, país en el que Donald Trump tenía intereses económicos, no fue incluida en la lista).

“Los musulmanes nos odian. Una cultura que es ejemplo del mal, por tanto, hay que combatirla cerrando las fronteras de EE. UU.”.

Aunque hubo un segundo periodo en el que expresó que la cultura musulmana debía ser respetada. Por eso, su discurso inició con una minusvaloración de la cultura musulmana y cambió posteriormente como puede observarse durante su discurso en la cumbre de líderes árabes y musulmanes en Arabia Saudí<sup>32</sup>.

“Esta no es una batalla entre distintas religiones, sectas o civilizaciones. EE. UU. no está ni estará en guerra con el islam”.  
Declaraciones de Donald Trump en Arabia Saudí.

Hubo un debate en los países de la Unión Europea y en EE. UU., en cuanto no se desengancha de la consideración del terrorismo y de las consideraciones vinculadas a la seguridad nacional, por eso, el fundamentalismo islámico se presenta como aurora para el fanatismo de sus seguidores.

Este fundamentalismo tiene que ver con el triunfo de Donald Trump y con las medidas de comienzo de su mandato relativas a las migraciones, en cuanto los resultados de la llamada Primavera Árabe impulsada por los EE. UU. en el gobierno de Barack Obama, cuando Hillary era secretaria de Estado (fue uno de los temas polémicos de la campaña electoral).

El islam fue identificado con el terrorismo y el candidato prometió vetar la entrada de musulmanes en EE. UU. Entre 2015 y 2016 el número de grupos islamófobos aumentó un 200%, de 34 a 101, y se incrementaron los ataques a mezquitas en

---

<sup>32</sup> Lemire, J. y Pace, J. (2017): “WATCH: Trump delivers speech at Arab and Muslim leaders’ summit”. *PBS New Hour*, 21 de mayo. Disponible en: <https://www.pbs.org/newshour/politics/watch-live-trump-delivers-speech-arab-muslim-leaders-summit> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

todo el país. La recurrencia al estereotipo remueve el sedimento racista, tal y como explica el periodista y escritor Argemino Barro.

Por otra parte, la televisión ya dio espacio a Donald Trump cuando en 2011 dijo que Barack Obama no había nacido en EE. UU. Por tanto, la política migratoria de Donald Trump es restrictiva (Carrasco, 2017), pero una parte de sus votantes están a favor de sus propuestas. Su programa se resume en dos propósitos:

1. Echar del territorio de EE. UU. a todos los inmigrantes irregulares, incluidos los niños, sin necesidad de juicios previos. Se trata de un duro contraste con Barack Obama, que pretendió regularizar la situación de once millones de inmigrantes
2. Conceder la ciudadanía a un porcentaje y a los niños nacidos en suelo americano de padres que atravesaron la frontera en situación de irregularidad y admitir a nuevos inmigrantes con cuentagotas y que posean las siguientes condiciones: independencia económica y compromiso de no solicitar prestaciones a los servicios públicos.

“Los futuros inmigrantes deben probar que podrán mantenerse económicamente en EE. UU. y aceptar que no recibirán ayuda de los programas de bienestar social por un periodo de cinco años a partir de su entrada al país”<sup>33</sup>.

El empresario se presentó como el candidato antisistema. La revista *The Economist*, el 5 de septiembre de 2015 alertó la ira de los que se sienten traicionados por las élites<sup>34</sup>, de los que han sido abandonados o de los que no

---

<sup>33</sup> Notimex. (2017). “Trump anuncia planes para un “muro solar” y cambios migratorios. 20Minutos, 21 de junio. Disponible en: <https://www.20minutos.com.mx/noticia/235378/0/trump-anuncia-planes-para-un-muro-solar-y-cambios-migratorios/> [Fecha de consulta: 16-02- 2021].

<sup>34</sup> *The art of the demagogue*. (2015). *The Economist*, 5 de septiembre. Disponible en: <https://www.economist.com/briefing/2015/09/05/the-art-of-the-demagogue> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

disfrutaban de la recuperación o de las protecciones sociales, y “hay decenas de miles de personas con este sentimiento en los Estados Unidos”.

Por tanto, la campaña del candidato republicano se volcó ostensiblemente hacia la población WASP<sup>35</sup>, es decir, la Norteamérica blanca que él promete salvar del declive. El argumento que dio en la diana porque el empresario sedujo al 58% de sus votantes, 21 puntos más que su rival<sup>36</sup>.

### **Nuevas formas de hacer política**

Es innegable que las redes sociales han aumentado su poder respecto a los comicios en 2008 y 2012, por lo que se plantean si han cambiado las formas de hacer política, al producirse un cambio en la gestión de la comunicación (Barredo, et al., 2015). Aumentan su poder hasta convertirse en poderosas herramientas de comunicación y se consolidan como un medio de comunicación más. No podemos afirmar que las redes sociales hayan sustituido a los medios de comunicación tradicionales, pero es innegable que los medios tradicionales han sido desplazados como los únicos trasmisores y constructores de comunicación política.

El Estudio del Pew Research Center (Gottfried & Shearer, 2016) en Estados Unidos, afirma que el consumo de noticias en redes sociales por parte de los ciudadanos es igual al de los medios online y páginas webs donde el porcentaje es del 62%.

Por su parte, Donald Trump confió desde el primer momento en las redes sociales como un canal de comunicación esencial para llegar más a sus seguidores, a diferencia de los canales informativos tradicionales. Y aunque ya contaba con una presencia en estas plataformas gracias a su pasado mediático como presentador en el programa televisivo *The Apprentice*, su equipo digital,

---

<sup>35</sup> Siglas en inglés: White, Anglo Saxon, Protestant (blanca, anglosajona y protestante).

<sup>36</sup> Webster, T. (2016). *Behind the numbers: the 2016 national election exit poll*. Disponible en: <https://www.edisonresearch.com/behind-numbers-2016-national-election-exit-poll/> [Consultado: 08-03-2021].

dirigido por Brad Parscale, supo sacar el máximo provecho de estas plataformas<sup>37</sup>.

“Tomé cada centavo que pude y lo moví a Michigan y Wisconsin. Y comencé a comprar anuncios digitales y de televisión”.  
Declaraciones de Brad Parscale para el programa *60 Minutes* de la cadena CBS.

Además, invirtió en datos para reunir información sobre sus votantes. Su equipo trabajó con el Big data, encuestas online y llamadas telefónicas, para poder delimitar a sus votantes. Se recaudaron fondos para orientar los mensajes y la publicidad en los medios y electores clave.

Brittany Kaiser, exempleada de Cambridge Analytica explicó a *The Guardian* las técnicas utilizadas en la campaña de Donald Trump en las elecciones presidenciales de 2016<sup>38</sup>. Mensajes cuidadosamente diseñados para llegar a los votantes estadounidenses.

Sin duda, su éxito es un ejemplo de la mediatización en la política y de los cambios que ha sufrido esta a lo largo del tiempo. Es un caso de como los dirigentes políticos deben adaptarse a las nuevas formas de hacer política para llegar a la opinión pública. Los partidos y los políticos saben que las redes sociales potencian la comunicación entre sus votantes, una modernización de la comunicación política que ha forzado a los actores políticos a digitalizarse y a estar presente en las redes sociales.

---

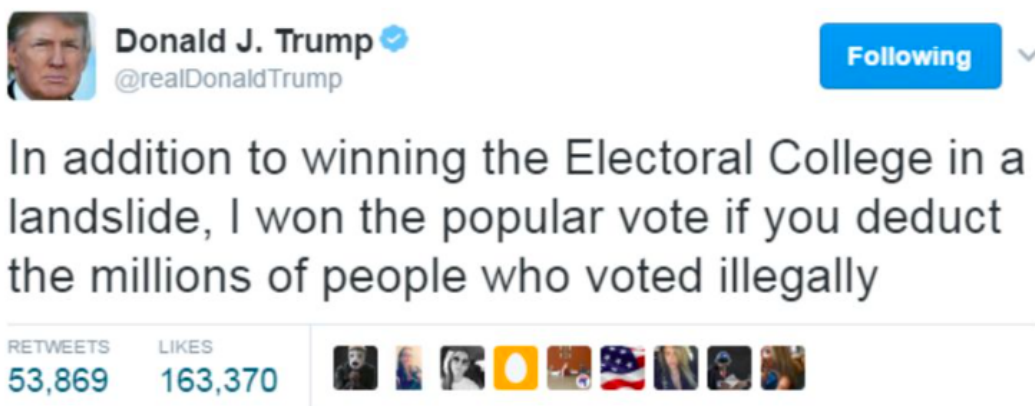
<sup>37</sup> Redacción. (2018). “Así es el genio de las redes que liderará la campaña para la reelección de Trump”. *La Vanguardia*, 28 de febrero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180228/441130964966/brad-parscale-redes-sociales-campana-trump.html> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

<sup>38</sup> Bracero, F. (2019): “Brittany Kaiser, la demócrata que ayudó a ganar a Trump”. *La Vanguardia*, 23 de noviembre. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/20191123/471792117015/brittany-kaiser-consultora-libro-manipulacion-perfil-trump.html> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

## La campaña en Twitter y Facebook

Fueron las dos redes sociales protagonistas en la campaña digital del magnate. A través de Twitter (Figueroa, 2018), su red social preferida, escribió antes del ocho de noviembre una media de tres tuits al día<sup>39</sup>.

La guerra de tuits destacó por un discurso bastante agresivo por parte del candidato republicano. Algunos de los tuits más escandalosos fueron cuando denunció que millones de personas votaron “ilegalmente” a Hillary Clinton, acusándola de fraude electoral<sup>40</sup> o cuando negó el cambio climático<sup>41</sup>.



Fuente: Donald J. Trump (@realDonaldTrump). Noviembre 27, 2016.

---

<sup>39</sup> Es importante señalar que no se sigue el mismo ritmo a la hora de tuitear. Donald Trump publicó algunos días un gran número de tuits (8 de noviembre) y otros en cambio solo uno (31 de octubre).

<sup>40</sup> Trump, D.J. [realDonaldTrump]. (2016). *Además de ganar en el Colegio Electoral con gran diferencia, gané el voto popular si deducen los millones de personas que votaron ilegalmente.* [Twitter].

<sup>41</sup> Trump, D.J. [realDonaldTrump]. (2017). *En el Este, podría ser la Víspera de Año Nuevo MÁS FRÍA. Tal vez podríamos usar un poco de ese buen y viejo (concepto de) calentamiento global.* [Twitter].



Fuente: Donald J. Trump (@realDonaldTrump). Diciembre 29, 2017.

Algunos de los factores que pudieron contribuir al éxito de Donald Trump se pueden resumir en la implicación personal del candidato republicano en las redes sociales, en las cuales tuiteaba constantemente, incluso a altas horas de la madrugada, lo cual le permitió interactuar más con sus seguidores, a diferencia de Hillary Clinton, que se limitó a escribir mensajes propios a través de una cuenta más profesionalizada. Igualmente, esta idea refuerza que los mensajes a través de las redes sociales fueron más influyentes ante los votantes que aquellos que se publicaron en los medios tradicionales. Prueba de ello, es el segundo debate entre ambos, el cual se convirtió en el más tuiteado de la historia, con más de 10 millones de tuits<sup>42</sup>. Incluso, la propia cuenta de Twitter lo confirmó a través de esta red social<sup>43</sup>.

Donald Trump, utilizó Twitter para difundir afirmaciones sensacionalistas y no verificadas, que llegaron a dominar la agenda informativa. Mencionó que el padre

---

<sup>42</sup> *El debate más tuiteado de la historia*. (2016). *El Periódico*. 10 de octubre. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20161010/asi-fue-el-debate-en-twitter-5477262> [Consultado: 21-05-2021].

<sup>43</sup> Twitter. [Twitter]. (2016). *Tonight's #debate was the most Tweeted ever, with more than 17 million debate-related Tweets sent*. [Twitter]. 10 de octubre. Disponible en: <https://twitter.com/Twitter/status/785322512280276992> [Consultado: 20-05-2021].

de Ted Cruz, su rival para el nombramiento había estado vinculado con el asesinato del presidente John F. Kennedy<sup>44</sup>.

“Su padre estuvo con Lee Harvey Oswald antes de que le dispararan a Oswald, ya sabes. Quiero decir, todo es ridículo. ¿Qué es esto, justo antes de que le dispararan, y nadie lo menciona? Ni siquiera hablan de eso. Nadie habla de eso ”.

Declaraciones de Donald Trump durante una entrevista telefónica con *Fox News*<sup>45</sup>.

Además de cuestionar que el presidente Barack Obama no había nacido en Estados Unidos<sup>46</sup>. Unas afirmaciones falsas que la Casa Blanca desmintió años atrás divulgando el certificado de nacimiento del expresidente demócrata<sup>47</sup>. Declaraciones que son un ejemplo de la cobertura que los medios de comunicación proporcionaron al republicano, independientemente de su veracidad.

---

<sup>44</sup> DPA Washington. (2016): “Trump relaciona al padre de Ted Cruz con el asesino del presidente Kennedy”. *La Vanguardia*, 3 de mayo. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20160503/401538405504/donald-trump-padre-ted-cruz-asesino-kennedy-lee-harvey-oswald.html> [Fecha de consulta: 16-02- 2021].

<sup>45</sup> Mccaskill, N. (2016): “Trump accuses Cruz’s father of helping JFK’s assassin”. *Político*, 3 de mayo. Disponible en: <https://www.politico.com/blogs/2016-gop-primary-live-updates-and-results/2016/05/trump-ted-cruz-father-222730> [Consultado: 03-03- 2021].

<sup>46</sup> Tatum, S. (2017): “Trump sigue cuestionando el lugar de nacimiento de Obama, según un reporte”. *CNN*, 29 de noviembre. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/11/29/trump-sigue-cuestionando-el-lugar-de-nacimiento-de-obama-segun-un-reporte/> [Consultado: 03-03- 2021].

<sup>47</sup> Blasco, E. (2011): “La Casa Blanca divulga el certificado de nacimiento de Obama”. *ABC*, 29 de abril. Disponible en: [https://www.abc.es/internacional/abci-certificado-obama-201104270000\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abci-certificado-obama-201104270000_noticia.html) [Consultado: 05-03- 2021].



**Donald J. Trump** ✓  
@realDonaldTrump



Follow

An 'extremely credible source' has called my office and told me that [@BarackObama](#)'s birth certificate is a fraud.

RETWEETS  
**9,810**

LIKES  
**6,854**



1:23 PM - 6 Aug 2012



9.8K



6.9K



Fuente: Donald J. Trump (@realDonaldTrump). Agosto 06, 2012.

Por otra parte, a través de Facebook logró recaudar fondos gracias a pequeñas donaciones. Utilizó la herramienta de Facebook Live para emitir videos en directo y estar en contacto con sus seguidores y compartió noticias falsas a través de esta red social, un aspecto controvertido durante su campaña. Noticias falsas como que el Papa Francisco apoyaba a Donald Trump o que Hillary Clinton había vendido armas al Estado Islámico, las cuales se compartieron millones de veces. La mayoría de ellas favorecían al empresario.

Un estudio llevado a cabo por Journal of Economic Perspectives determinó que de entre todas las noticias falsas que circularon en Facebook durante los últimos tres meses de campaña, las que beneficiaron a Donald Trump fueron compartidas treinta millones de veces, mientras que las favorables para Hillary Clinton tan solo alcanzaron los ocho millones (Allcott & Gentzkow, 2017). Además, los medios hablaron de noticias falsas lo cual provocó que se hicieran más populares y virales a medida que la campaña electoral avanzaba (Salas, 2019).

## **“American First: del Antiestablishment al movimiento Tea Party”**

### **De la administración Obama a la administración de Donald Trump**

Tras el mandato del presidente Barack Obama se produce un cambio y una ruptura de política en comparación con su predecesor en la Casa Blanca. Representa una línea de ruptura entre el globalismo y el grupo de poder presente durante el mandato del demócrata, para dar paso a Donald Trump, el candidato anti-establishment.

Aunque este creciente malestar entre los ciudadanos estadounidenses empieza a observarse al final del mandato de Bill Clinton (1993-2001), durante la crisis en 2008 se acentuó el rechazo al globalismo.

Según Merino (2018) Hillary Clinton era la candidata idónea para mantener el orden establecido en la sociedad norteamericana, con influencia de las fuerzas globalizadas. Donald Trump, por su parte, se postuló como el candidato antisistema, conectado con un sector de la población que se sentía amenazada ante el multiculturalismo cosmopolita y pensaba que su identidad estaba en peligro. A esta situación de descontento se unió el Tea Party, un movimiento antisistema, que pretendía echar a todos aquellos que eran cómplices de las derivas estatales de George Bush y Barack Obama. Y Donald Trump estaba ahí para destacar, defendiendo los valores tradicionales de la sociedad norteamericana y devolviendo la esperanza de un futuro mejor.

### **Inmigrantes y cambio climático**

Pero sin duda, lo que diferencia a la administración Barack Obama de la administración Donald Trump es en cuestión de dos asuntos: inmigrantes y cambio climático.

“México no hace nada por nosotros, solo toman nuestro dinero y venden drogas”<sup>48</sup>.

Declaraciones de Donald Trump. 21 de junio de 2018.

Desde el primer día de su campaña inició un discurso hacia la inmigración, especialmente contra México. A diferencia de Barack Obama que pretendió regularizar a los inmigrantes sin papeles y facilitar un proceso para la adquisición de la ciudadanía para los residentes de larga duración, el magnate quiso deportar a los inmigrantes irregulares y cerrar las fronteras de los Estados Unidos al exterior.

El presidente presentó una orden ejecutiva presidencial para separar a los padres de los hijos al pasar la frontera sur, argumentando que la seguridad nacional era prioritaria y que los extranjeros que ingresaban ilegalmente en el país eran una amenaza significativa para la seguridad nacional y la seguridad pública.

Por otra parte, Barack Obama fue el protagonista de uno de los hitos más importantes en la lucha contra el cambio climático: el acuerdo de París de 2015, firmado por casi 200 estados del mundo, además de prometer una reducción de las emisiones de gases contaminantes entre el 26 y el 28% antes de 2025. Sin embargo, en 2017 Donald Trump decidió retirarse de dicho acuerdo.

Desde el inicio de su campaña expresó que no creía en el cambio climático y que prefería hablar del cambio del tiempo, que se produce por sí mismo en ciclos históricos de calentamiento y enfriamiento. Además, en el año 2012, a través de su cuenta de Twitter acusó a la comunidad de china de engañar a la población con el objetivo de destruir la competitividad de la economía en los Estados Unidos.

---

<sup>48</sup> *Trump culpa a México por la inmigración: «No hace nada por nosotros, solo toman nuestro dinero y nos venden drogas»*. (2018). CNN, 22 de junio. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2018/06/22/trump-culpa-a-mexico-por-la-inmigracion-no-hace-nada-por-nosotros-solo-toman-nuestro-dinero-y-nos-venden-drogas/> [Fecha de consulta: 08-05-2021].

“El concepto de calentamiento global fue creado por y para los chinos para hacer no competitiva a la manufactura de EE. UU<sup>49</sup>.”

Declaraciones de Donald Trump a través de su cuenta en Twitter. 6 noviembre de 2012.

---

<sup>49</sup> Trump, Donald J. [realDonaldTrump]. (2012). *The concept of global warming was created by and for the Chinese in order to make U.S. manufacturing non-competitive.* [Twitter]. 06 de noviembre.

## **La popularización de la política y el sistema mediático en Estados Unidos**

### **Política e infoentretenimiento**

Las formas de hacer política han cambiado. Ningún político puede pronunciar su discurso sin adaptar su mensaje al lenguaje mediático, al lenguaje del entretenimiento. En la actualidad, la televisión y las redes sociales son medios de comunicación esenciales para que la política llegue a los ciudadanos. La relación entre la política y los medios de comunicación es denominada política pop, un término desarrollado por Gianpietro Mazzoleni, profesor de la Universidad de Milán.

Se trata de una nueva forma de hacer política y comunicación política, en la que los líderes políticos son conscientes de que la televisión puede ser una gran pantalla para conectar con el público, y esta a su vez, se beneficia de la audiencia gracias al espectáculo de la política. Tienen una interdependencia mutua. En la política pop, la política se iguala al nivel de la gente (Mazzoleni & Sfardini, 2019).

Otros estudiosos sobre el tema, como Nereida Carillo (2013) lo definen como un género híbrido que hoy domina el periodismo, el cual ha evolucionado desde la priorización de la información a la incorporación y la puesta en valor de características propias y definitorias del entretenimiento. Una barrera que se ha creído infranqueable durante años atrás pero que en la actualidad se ha fusionado debido a los cambios periodísticos, económicos y sociales (Ferré, 2013).

Por su parte, Brants, uno de los grandes estudiosos de este género híbrido explica que el infoentretenimiento está situado entre los dos polos y mezcla elementos de información política en programas de entretenimiento o características del entretenimiento en programas tradicionalmente informativos (Brants, 1998).

Hay que destacar que, aunque al principio este neologismo tenía connotaciones negativas y se asociaba solo a la televisión, tal y como explica el

teórico Thussu es un término que ha pasado a ser tendencia global, presente en todos los medios y formatos, desde su nacimiento en Estados Unidos en la década de los ochenta (Thussu, 2008).

“Defino el “infoentretenimiento global” como la globalización del estilo estadounidense de periodismo guiado por la televisión comercial que prioriza las noticias blandas privadas -sobre famosos, crimen, corrupción y violencia- y las presenta como una forma de espectáculo, en detrimento de las noticias sobre política y asuntos ciudadanos y públicos”.

De hecho, el *Huffington Post* decidió tratar las noticias sobre Donald Trump en la sección de entretenimiento y no en la de política. Por otra parte, hay autores que afirman que el infoentretenimiento difumina los límites entre las noticias y el entretenimiento y favorece las historias sensacionalistas y escandalosas en detrimento de la información seria (Jebril, et al., 2013).

Según varios estudiosos (Moy, et al., 2005) el énfasis depositado en el infoentretenimiento por los medios de comunicación proporcionó a los candidatos políticos y a los líderes en general, un entorno más cotidiano y amigable para presentarse ante el público, a diferencia de los canales de la prensa tradicional.

Varios investigadores de la Universidad de Cambridge declararon que esta fusión entre la política y el entretenimiento atrajo desde el principio a audiencias que normalmente habían mostrado desinterés por los asuntos públicos (Williams & Carpini Delli, 2011). Si en 1992, Bill Clinton fue de los primeros políticos en salir por la televisión en un programa de entretenimiento, décadas más tarde Donald Trump continuaría este camino.

En definitiva, el objetivo de los políticos es hacer llegar sus mensajes a los votantes y a los medios les interesan las noticias. Por eso, es frecuente que los candidatos políticos busquen todos los medios de comunicación que estén a su alcance para atraer la atención del público,

aunque sea de forma provocadora y estridente (Gallardo & Enguix, 2016).

Un ejemplo del infoentretenimiento en Estados Unidos según apunta Castillo (2013) son las entrevistas a los candidatos políticos en *late nights* norteamericanos. Los políticos ven su participación como una forma de acercarse al público y ganar votantes. Uno de los primeros casos fue el de Bill Clinton en su campaña de 1992, cuando tocó el saxofón en *The Arsenio Hall Show*<sup>50</sup>.

Como explica Carme Ferre, el modelo audiovisual *The Daily Show* en Estados Unidos fue estudiado por muchos investigadores desde su creación en 1996. Un formato que parodiaba la información de interés general, consiguiendo que en la actualidad gran cantidad de programas en todo el mundo se hayan inspirado en este formato televisivo: una nueva forma de hacer periodismo, en la que se combinan características propias del entretenimiento, debates y reflexiones para el público.

Otros ejemplos de este género audiovisual son los conocidos *The Tonight Show*, presentado por Jay Leno y *Late Show with David Letterman* de la CBS. Programas televisivos que siguen la línea de la sátira como entretenimiento y no solo se centran en las críticas hacía el mundo de la política, sino que tratan temas sociales y culturales. En la misma línea se encuentra uno de los programas más exitosos en EE. UU.: *Late show Saturday Live* desde 1975 hasta la actualidad.

### **Estrategia mediática**

Donald Trump basó su estrategia en abrirse a los medios de comunicación. La televisión se benefició de él, porque sacar al candidato republicano en el telediario era sinónimo de grandes audiencias. Todas sus acciones eran

---

<sup>50</sup> CNN. (2012). *Arsenio Hall recalls Bill Clinton playing sax*. [ YouTube]. 16 de marzo.

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7LhgGs4TrYA> [Consultado: 14-03-2021].

retransmitidas, lo cual le proporcionó una gran repercusión mediática que supo utilizar gestionando su campaña electoral como un *reality show*. Un ejemplo de su poder fue que, aunque las cadenas de televisión *NBC*, *Televisa* y *Univisión* anunciaron en 2015 que suspendieron cualquier relación comercial con el empresario debido a unas declaraciones racistas sobre los inmigrantes mexicanos, no dejaron de emitir noticias sobre él<sup>51</sup>.

Donald Trump ha sabido adaptarse y sacar provecho al negocio de la televisión. Es un ejemplo de la mediatización de la política y como los políticos deben adecuarse a este nuevo espacio político-mediatizado, con el objetivo de llegar al gran público en una democracia de audiencias.

Un discurso fácil, simple y populista, con mensajes y propuestas controvertidas que le convirtieron en un personaje mediático, que daba contenido televisivo todos los días. Porque al final la televisión encuentra en la audiencia uno de los mayores criterios, con aspectos sensacionalistas y controvertidos, entretener a los espectadores, y Donald Trump resultó ser el candidato idóneo.

Además, una posible estrategia de comunicación política en campaña electoral es la campaña negativa. Una estrategia que utilizó el candidato republicano en las elecciones de 2016 y que se centra en resaltar los defectos del adversario y todo lo negativo que este representa.

En Estados Unidos son frecuentes estas campañas negativas debido a la polarización política, propia de un país con un modelo bipartidista (Poole, 2008). Los medios de comunicación tienden a cubrir más extensamente el contenido negativo que el positivo. Otros investigadores apuntan que otra estrategia es aquella basada en el miedo (Valdez, 2012). Los mensajes basados en el temor tendrán más éxito si se plantea una solución.

Donald Trump transmitió a la ciudadanía el miedo ante el aumento de inmigrantes, y los estadounidenses se sintieron amenazados y sintieron que

---

<sup>51</sup> Univision. (2015). "NBC, Televisa y Slim terminan relación comercial con Donald Trump". *Univision Noticias*, 29 de junio. Disponible en: <https://www.univision.com/noticias/nbc-termina-tambien-relacion-comercial-con-trump-tras-sus-declaraciones-sobre-latinos> [Fecha de consulta: 08-05-2021].

estaban perdiendo su identidad.

## **EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA ESTADOUNIDENSE**

El papel de los medios de comunicación se ha incrementado debido a la participación de los ciudadanos en los asuntos de la vida pública, hasta situarse como intermediarios entre las instituciones y el ciudadano. La comunicación se ha vuelto transversal y multidireccional<sup>52</sup>. Por tanto, el ciudadano ya no es un mero agente pasivo de la comunicación.

Además, en el contexto político actúan como una herramienta de información y entretenimiento, donde disfrutan de una total libertad de actuación, convirtiéndose en el cuarto estado (Owen, 2018).

Existe un enfrentamiento entre los intereses económicos y los profesionales. En algunas ocasiones se sobreponen los factores empresariales por encima de la labor del periodista, cuyo objetivo es dar una información imparcial y objetiva. Una situación que provoca que los periodistas se convierten en piezas clave de las campañas políticas.

### **Nacimiento de los medios en Estados Unidos**

Con el objetivo de entender y explicar la conducta de Donald Trump es imprescindible entender las condiciones en las que nacieron los medios de comunicación en Estados Unidos.

Desde su nacimiento tuvieron que adaptarse a una fuerte democracia ya consolidada, lo que desembocó en medios de comunicación menos dependientes de las instituciones (Hallin & Mancini, 2008). Tal y como apuntan ambos investigadores, el sistema comunicativo mantiene cierta autonomía respecto al sistema político. Pero el error de muchos teóricos es considerar el sistema comunicativo como un sistema independiente dotado de una capacidad singular, sin tener en cuenta su evolución histórica o contexto.

Además, prevalece lo que ellos denominan modelo liberal, un modelo de comunicación basado en el dominio de los mecanismos de mercado y la

---

<sup>52</sup> EAE Bussines School. (2019). "Comunicación transversal: definición e importancia". *El blog de retos para ser directivo*, 17 octubre. Disponible en: <https://retos-directivos.eae.es/comunicacion-transversal-definicion-e-importancia/> [Consultado 4-04-2021].

hegemonía de las empresas de comunicación de carácter comercial, aunque la intervención estatal en el sistema mediático de estos países (Gran Bretaña, Irlanda y América del Norte) la califican como baja.

El modelo liberal de los medios de comunicación de masas, denominado a menudo angloamericano, es quizás el único que ha sido analizado de manera coherente.

Aunque sí están sujetos a la publicidad y pese a que no son totalmente públicos, están expuestos a las demandas de los políticos propias de una cadena pública. Al ser corporaciones capitalistas persiguen objetivos empresariales y políticos, influyen en los mensajes, lo cual pone en duda su imparcialidad y objetividad mediática. Hay que destacar la aparición de una cultura mediática global, en relación con el modelo liberal, que es en definitiva el modelo político que se ha generalizado en la mayor parte de las democracias representativas. Un proceso de homogeneización que deteriora las diferencias entre los sistemas mediáticos nacionales que imperaban durante gran parte del siglo XX y que dan lugar a prácticas de profesionalidad neutral características de un sistema liberal.

Muchos ciudadanos estadounidenses creyeron las noticias falsas que circularon durante la campaña electoral de Donald Trump y Hillary Clinton. Por ejemplo, cuando el magnate acusó a Barack Obama de fundar el ISIS<sup>53</sup>, que el Papa Francisco apoyaba a Donald Trump<sup>54</sup>, los correos electrónicos de Hillary

---

<sup>53</sup> Bassets, M. (2016): "Trump acusa a Obama y a Clinton de haber fundado el ISIS", en *El País*, 13 de agosto. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2016/08/11/actualidad/1470935582\\_298082.html](https://elpais.com/internacional/2016/08/11/actualidad/1470935582_298082.html) [Fecha de consulta: 4-04-2021].

<sup>54</sup> YOTA691 (2016): "Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement", en *DinarVets*, 22 de Agosto. Disponible en: <https://dinarvets.com/forums/index.php?/topic/223563-pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [Fecha de consulta: 4-03- 2021].

Clinton sobre el ISIS<sup>55</sup> o el supuesto agente del FBI, que fue encontrado muerto, sospechoso de filtrar correos de la candidata demócrata<sup>56</sup>.

Tal y como explica Diana Owen, profesora de Ciencias Políticas en la Universidad de Georgetown, durante la campaña de 2016, el concepto de noticia falsa se vinculó con historias ficticias que se hacían pasar por artículos sobre noticias reales.

“A los autores se les paga (a veces miles de dólares) para escribir o grabar información falsa. Utilizan las interacciones en las redes sociales y los algoritmos para diseminar contenidos a sectores ideológicos concretos” (Owen, 2018).

Estas historias se publicaron por páginas web que tenían la apariencia de plataformas de noticias o blogs auténticos, como *Infowars*, *The Rightest* y *National Report*. De hecho, redes sociales como Facebook, Google y Twitter reconocieron que, durante las elecciones presidenciales de 2016, un gran número de propaganda rusa invadió estas plataformas<sup>57</sup>. Según los servicios de inteligencia estadounidense y el FBI, el objetivo era claro: influir en el voto americano para favorecer al candidato republicano y minar la imagen de Hillary Clinton.

---

<sup>55</sup> *IT'S OVER: Hillary's ISIS Email Just Leaked & It's Worse Than Anyone Could Have Imagined...Conservative Fighters*. Disponible en: <http://conservativefighters.com/news/shokinghillarys-isis-email-just-leaked-worse-anyone-imagined/> [Fecha de consulta: 5-03- 2021].

<sup>56</sup> Staff, D. (2016): “FBI Agent Suspected in Hillary Email Leaks Found Dead in Apparent Murder-Suicide”. *Denver Guardian*. Disponible en: <http://archive.is/KGfJq> [Fecha de consulta: 4-03-2021].

<sup>57</sup> Mars, A. y Jiménez, R. (2017): “Las grandes tecnológicas admiten que toneladas de propaganda rusa invadieron sus plataformas durante las elecciones”. *El País*, 1 de noviembre. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/10/31/actualidad/1509406063\\_824896.html](https://elpais.com/internacional/2017/10/31/actualidad/1509406063_824896.html) [Fecha de consulta: 7-03- 2021].

Según medios estadounidenses, tanto el FBI, la CIA y la NSA llegaron a la conclusión que "individuos con vínculos al gobierno ruso" publicaron miles de correos electrónicos hackeados de la campaña del Partido Demócrata<sup>58</sup>.

Un dato relevante, según publicó Brandwatch es que el volumen de noticias falsas aumentó entre los meses de octubre de 2016 a enero de 2017 en Estados Unidos, con más de 54.000 noticias falsas por lo menos en el título de la noticia<sup>59</sup>. Por otra parte, según un estudio de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) advierte que los medios han perdido credibilidad (Mayoral, et al., 2019). Algunas de las causas son las redes sociales, que no han sustituido, pero si han reemplazado a los medios tradicionales, la existencia de nuevos modelos de negocio o la era de la posverdad.

En el 2016, para el Diccionario de Oxford fue la palabra del año<sup>60</sup>. La posverdad es definida como aquello relativo o referido a circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y las creencias personales<sup>61</sup>. Esta palabra empezó a tener protagonismo a raíz de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el Brexit en Gran Bretaña, aunque el término se utilizó por primera vez en el año 1992, en un ensayo escrito por el autor serbio-americano Steve Tesich.

---

<sup>58</sup> Redacción. (2016). "Rusia "intervino en las elecciones para promover la victoria de Donald Trump", dicen agencias de inteligencia de EE.UU." *BBC News*, 10 de diciembre. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38274334> [Consultado: 06-03-2021].

<sup>59</sup> Riquelme, R. (2017). "6 datos sobre la distribución y el consumo de noticias falsas". *Brandwatch*, 07 de febrero. Recuperado: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/6-datos-sobre-la-distribucion-y-el-consumo-de-noticias-falsas-20170207-0048.html> [Consultado: 11-03-2021].

<sup>60</sup> Rubio, J. El Diccionario de Oxford dedica su palabra del año, posverdad, a Trump y al Brexit. *VERNE*, 2016. Disponible en web: [https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638\\_931299.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638_931299.html)

<sup>61</sup> Oxford Word of the Year 2016. Disponible en: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

“Lamento que nosotros, como pueblo libre, hayamos decidido libremente vivir en un mundo donde reina la posverdad” (Tesich, 1992).

Hay expertos en comunicación política que ven en las redes sociales el escenario perfecto para la posverdad (Moya, 2018). No pueden distinguir entre noticias falsas y noticias reales al no aplicar criterios periodísticos como la verificación o la contratación de las fuentes. Además, a través de investigaciones sobre el alcance de la posverdad y las noticias falsas se explica que este fenómeno es una mentira alimentada por la inmediatez que ofrecen las redes sociales, que se convierte en verdad, aunque los medios de comunicación hayan corroborado que no es cierto (Morales, 2018).

Esta nueva era fue teniendo su desarrollo en el ámbito de la política ya que los políticos aprovecharon las redes sociales para ganarse al público a través de la difusión de las noticias falsas con el único objetivo de conseguir el voto.

Pero ¿aprovechó Donald Trump el elemento de la posverdad en las elecciones presidenciales de 2016? La escasa credibilidad de los medios y el aumento de las noticias falsas, podrían ser algunos de los factores más destacados que han favorecido al candidato republicano. Un estudio de la Universidad de Stanford explicó que 8 de cada 10 jóvenes no sabe diferenciar entre las noticias falsas y noticias (Group, Stanford History Education, 2016).

Por otra parte, una investigación llevada a cabo por *Buzzfeed News* demostró que durante el año 2016 se crearon 43 sitios webs que publicaron más de 750 noticias falsas relacionados con los Estados Unidos, observando un aumento durante los tres meses de campaña de Donald Trump, en concreto desde agosto hasta el 8 de noviembre de 2016<sup>62</sup>. Hubo 20 noticias que fueron las más compartidas en Facebook

---

<sup>62</sup> Silverman, C. y Singer-Vine, J. (2016). “The True Story Behind The Biggest Fake News Hit Of The Election”. *BuzzFeed News*, 16 de diciembre. Disponible en: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/the-strangest-fake-news-empire#.xi0Y4B8ML> [Fecha de consulta: 11-04-2021].

llegando incluso a obtener más interacciones que las 20 noticias más verídicas principales.

### **Revalorización de la política**

Paralelamente, el titular de la portada del tabloide neoyorkino *The Daily News*, fue: “Un payaso quiere ser presidente”. Son numerosas las portadas en las que el presidente republicano ha sido caricaturizado de forma irónica y negativa<sup>63</sup>. Un estudio llevado a cabo por el Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy calificó el papel de los principales medios<sup>64</sup> como “despiadados” durante los cien primeros días de la Administración Trump<sup>65</sup>. Posteriormente, el propio presidente declaró que nunca se había tratado a ningún político de forma más negativa e injusta<sup>66</sup>.

“Miren la forma en que he sido tratado recientemente, especialmente por la prensa. Ningún político en la historia, y lo digo con gran seguridad, ha sido tratado peor o más injustamente”.

Declaraciones de Donald Trump. 17 de mayo de 2017.

---

<sup>63</sup> Redacción. (2017): “Las ilustraciones de Donald Trump en las portadas internacionales”. *El País*, 24 de marzo. Disponible en: [https://elpais.com/elpais/2017/03/24/album/1490353358\\_191480.html#foto\\_gal\\_1](https://elpais.com/elpais/2017/03/24/album/1490353358_191480.html#foto_gal_1) [Fecha de consulta: 17-04-2021].

<sup>64</sup> Los medios de comunicación en el estudio fueron el *New York Times*, el *Washington Post* y el *Wall Street Journal*, además de la *CNN*, *NBC* y *Fox News*. También se incluyeron dos medios europeos.

<sup>65</sup> Patterson, T. (2017). “News Coverage of Donald Trump’s First 100 Days”. *Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*, 18 de mayo. Disponible en: <https://shorensteincenter.org/news-coverage-donald-trumps-first-100-days/> [Fecha de consulta: 25-05-2021].

<sup>66</sup> AFP. (2017). “Trump asegura que ningún político “ha sido tratado más injustamente” que él”. *La Tercera*, 17 de mayo. Disponible en: <https://www.latercera.com/noticia/trump-asegura-ningun-politico-ha-tratado-mas-injustamente/> [Fecha de consulta: 25-05-2021].

Las fronteras se confundieron. Durante las primeras semanas de campaña, los medios de comunicación le dieron más protagonismo en sus noticias y titulares. Mientras, Donald Trump también dirigió ataques a la prensa a través de acusaciones a diferentes medios de comunicación como el *New York Times* y la *CNN*, calificándolos de ser “el enemigo del pueblo americano”<sup>67</sup>. De hecho, amenazó a la *NBC* y otros canales con retirarles la licencia (Levitsky & Ziblatt, 2018).



Portada del tabloide neoyorkino *The Daily News*. Fuente: Daily News.

La campaña americana despertó un nuevo interés en la sociedad estadounidense en comparación con el desinterés por la política años atrás. El telespectador se hizo adicto, quería saber más sobre el republicano. El público lo exigía y quería saber, mientras que los medios de comunicación se beneficiaron de las audiencias.

---

<sup>67</sup> Grynbaum, M. (2017). “Trump Calls the News Media the ‘Enemy of the American People’”. *The New York Times*, 17 de febrero. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/02/17/business/trump-calls-the-news-media-the-enemy-of-the-people.html> [Fecha de consulta: 20-05-2021].

“No quiero alardear, y eso usted lo sabe muy bien, pero este extraordinario aumento de la audiencia y del interés de los telespectadores es 100% gracias a Donald J. Trump”.

Incluso, el propio Donald Trump llegó a atacar al actor Arnold Schwarzenegger a través de su cuenta de Twitter<sup>68</sup>. El motivo fue los bajos datos de audiencia como presentador del programa *The Apprentice*, puesto en el que sucedió al republicano<sup>69</sup>. El analista político y escritor Nate Silver afirma que los medios tradicionales han perdido el contacto con gran parte de la ciudadanía<sup>70</sup>. La prensa en Estados Unidos se ha mantenido en una burbuja políticamente homogénea y de tendencia liberal que se ha unido a las personas influyentes de la clase dirigente.

Otros estudiosos como Charles C. Camosy, profesor de la Universidad de Fordham, afirmó que las instituciones de los medios tradicionales no son capaces de conectar con aquel sector de la población descontento de la situación política actual<sup>71</sup>.

---

<sup>68</sup> Trump, Donald J. [realDonaldTrump]. (2017). *Guau, llegaron los ratings y Arnold Schwarzenegger ha quedado destrozado comparado con la máquina de los ratings, DJT (Donald J. Trump)*. [Twitter]. 07 de enero.

<sup>69</sup> EFE Washington. (2017). “Trump se bula de Schwarzenegger, su sucesor como presentador en ‘The Apprentice’”. *La Vanguardia*, 07 de enero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20170106/413147805467/trump-critica-schwarzenegger-sucesor-programa-apprentice.html> [Fecha de consulta: 11-04-2021].

<sup>70</sup> Silver, N. (2017): “There Really Was A Liberal Media Bubble”. *FiveThirtyEight*, 10 de marzo. Disponible en: <https://fivethirtyeight.com/features/there-really-was-a-liberal-media-bubble/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].

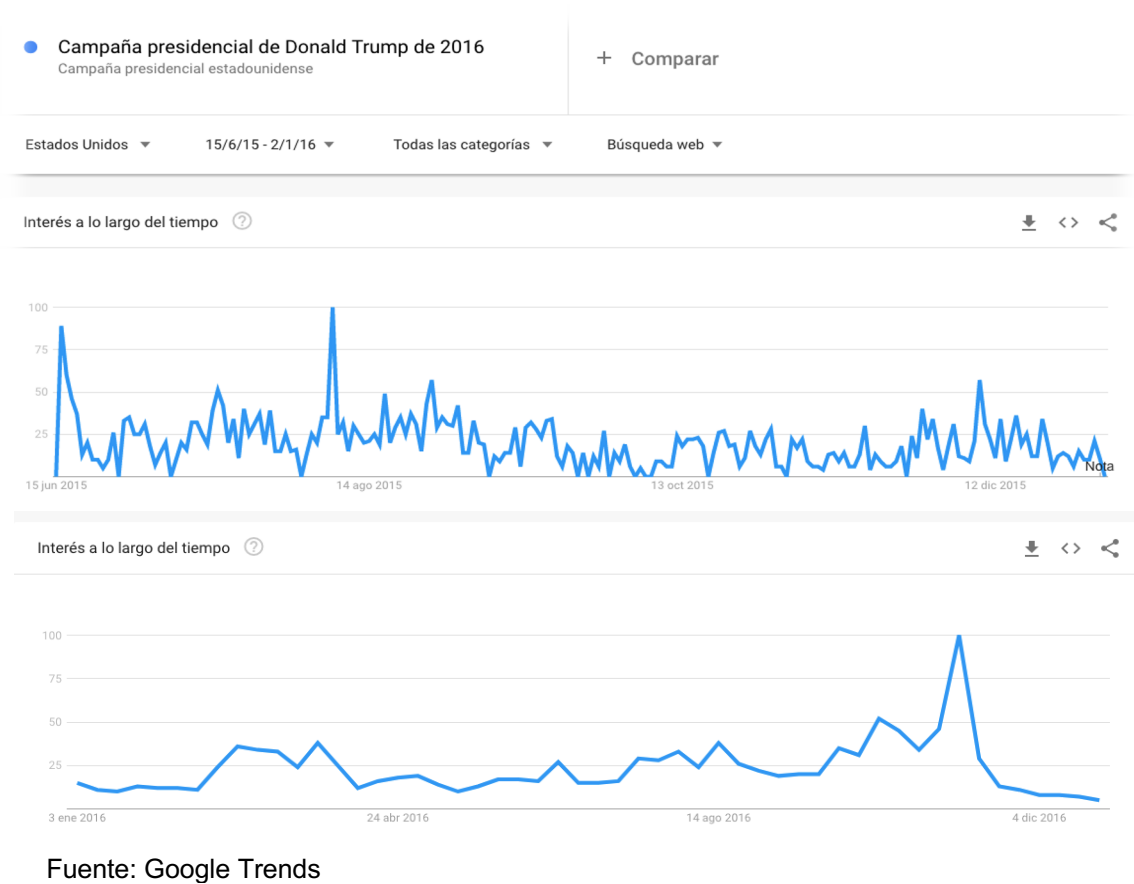
<sup>71</sup> Camosy, C. (2016): “Trump won because college-educated Americans are out of touch”, en *Washington Post*. 09 de noviembre. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/gdprconsent/?next\\_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost](https://www.washingtonpost.com/gdprconsent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost)

## ANÁLISIS DE NOTICIAS

El objetivo es analizar todas las noticias por igual para poder crear un modelo a partir de las variables establecidas.

En el espectro de tiempo establecido para la búsqueda, se puede observar dos momentos, como son el 15 de junio, día de la presentación de la candidatura de Donald Trump y el 1 de febrero de 2016, inicio de las votaciones. Son los momentos decisivos en cuanto a la presencia del republicano en los medios elegidos para el análisis (*Washington Post*, *New York Times*, *FOX*, *CNN*).

Según la herramienta Google Trends<sup>72</sup> se puede apreciar que la popularidad de Donald Trump aumentó desde el anuncio de su candidatura hasta su elección como presidente.



.com%2fposteverything%2fwp%2f2016%2f11%2f09%2ftrump-won-because-collegeeducated-americans-are-out-of-touch%2f%3futm\_term%3d.b900fe12b964&utm\_term=.b900fe12b964  
[Fecha de consulta: 17-03-2021].

<sup>72</sup> Herramienta de Google que permite comparar la popularidad de búsqueda de varias palabras o frases. Posibilita conocer el nivel de búsqueda de un determinado término durante un período de tiempo determinado.

Por tanto, nuestro foco de interés se va a centrar en:

- **El 15 de junio de 2015, día de la presentación de la candidatura**

Donald Trump presentó su candidatura para las elecciones presidenciales del 2016. En un primer momento se produce un gran impacto debido a que se sitúa a mitad de la tabla entre los doce candidatos del Partido Republicano<sup>73</sup>.

Su candidatura fue inesperada, por eso atrajo un interés notable por parte de la población estadounidense y posteriormente tanto los medios de comunicación como la población querían conocer los motivos de su candidatura. Un ejemplo de ello son los titulares de algunos medios de comunicación tras unirse a la lista de republicanos que aspiraban a llegar a la Casa Blanca. En la Agencia EFE recogían sus declaraciones<sup>74</sup>. En cambio, cadenas de televisión como la FOX, fueron uno de los pocos medios que se mostró favorable hacia su candidatura:

“¿Donald Trump para presidente? La campaña de 2016 va a ser simplemente divertida”<sup>75</sup>.

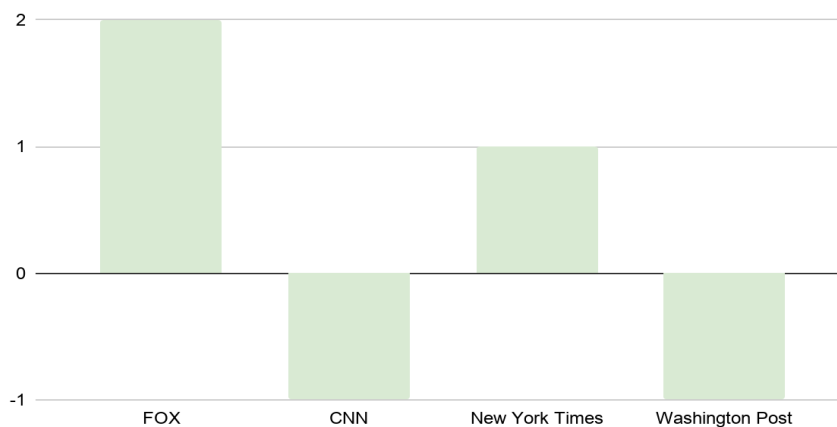
---

<sup>73</sup> ¿Quién es quién de los candidatos republicanos a la Casa Blanca? (2015). *El País*, 21 de julio. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2015/06/15/actualidad/1434394709\\_980123.html](https://elpais.com/internacional/2015/06/15/actualidad/1434394709_980123.html) [Consultado: 13-02-2021].

<sup>74</sup> EFE. (2015). “Trump quiere ser presidente porque es “el gran líder que EE. UU. necesita”. *Agencia EFE*, 16 de junio. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/usa/portada/trump-quiere-ser-presidente-porque-es-el-gran-lider-que-eeuu-necesita/50000064-2640916> [Fecha de consulta: 4-03- 2021].

<sup>75</sup> Allyns, W. (2015). “Donald Trump for president? The 2016 race just got fun”. *Fox News*, 16 de junio. Disponible en: <http://douglasschoen.com/donald-trump-for-president-the-2016-race-just-got-fun/> [Fecha de consulta: 14-04-2021].

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



Fuente: elaboración propia

Es importante destacar otros de medios de comunicación en este periodo, como es el caso de la cadena de televisión *NBC*. Este medio estadounidense decidió suspender sus contratos con Donald Trump tras sus comentarios xenófobos que hizo al inicio de su campaña política<sup>76</sup>. Así, anunció que dejaría de emitir los certámenes de Miss USA y Miss Universo, además de cancelar su participación en *The Apprentice*.

“Cuando México envía a su gente, no envía lo mejor, no los envía a ustedes. Están enviando gente con montones de problemas. Están trayendo drogas, están trayendo crimen, son violadores y algunos asumo que son buenas personas, pero yo hablo con guardias fronterizos y eso tiene sentido común”<sup>77</sup>.

Declaraciones de Donald Trump tras el anuncio de su campaña.

<sup>76</sup> *NBC cancela contratos con Donald Trump por sus comentarios xenófobos*. (2015). *Semana*, 28 de junio. Disponible en: <https://www.semana.com/mundo/articulo/nbc-cancela-contratos-con-donald-trump/433066-3/> [Fecha de consulta: 10-04-2021].

<sup>77</sup> Vega, Y. (2015). “Trump: mexicanos traen crimen y drogas y son violadores”. *CNN*, 16 de junio. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2015/06/16/trump-mexicanos-traen-crimen-y-drogas-y-son-violadores/> [Fecha de consulta: 10-04-2021].

Sus declaraciones provocaron que numerosas marcas comerciales finalizaran sus relaciones contractuales<sup>78</sup>. Conglomerados de medios (*Ora TV* y *Televisa*), asociaciones profesionales de golf en Estados Unidos (US PGA, PGA of America, LPGA Tour, U.S. Golf Association), una marca de colchones (Serta), la cadena de tiendas de ropa Macy's o la categoría automovilística más comercial y popular del país (Nascar) decidieron boicotear a quien iba a ser el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos.

Tras el anuncio de su candidatura se convierte en un foco de interés mediático. Además, el hecho de que fuese una personalidad ajena a la política hasta ese momento incrementó el factor de interés por parte de los medios de comunicación y la ciudadanía. Es posiblemente por ello por lo que nos encontramos ante el momento de mayores polémicas por parte de los medios, que le ven como un elemento antisistema y una amenaza para el sistema.

Esto coincide con una de las promesas de campaña que resultó más polémica: la construcción de un muro en la frontera con México para frenar la inmigración ilegal. Unas declaraciones que escondieron una tendencia racista tal y como se recoge en una entrevista para la cadena *CNN* con Jake Tapper<sup>79</sup>.

“Están cruzando la frontera mexicana asesinos y secuestradores”  
Declaraciones de Donald Trump para la cadena *CNN*.

- **Transición hacia las elecciones**

---

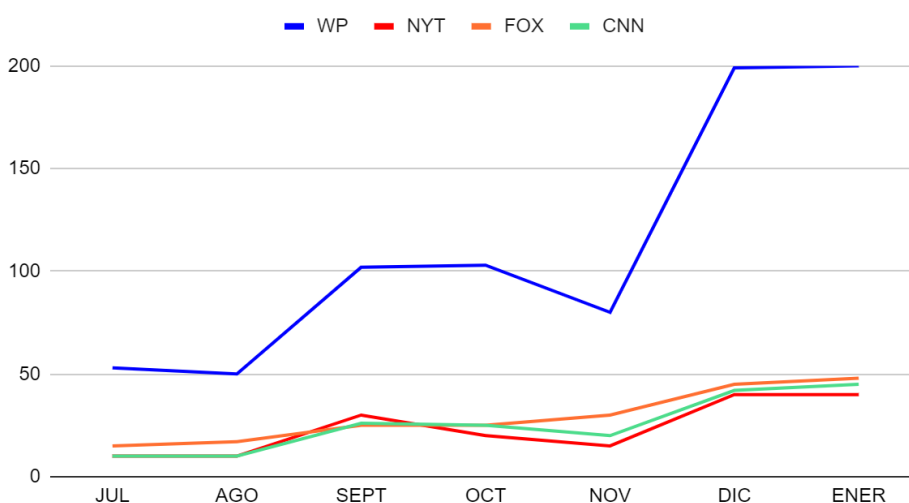
<sup>78</sup> Martínez, W. (2015). “El boicot a Donald Trump”. *El Espectador*, 7 de julio. Disponible en: <https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/el-boicot-a-donald-trump-article-570831/> [Fecha de consulta: 13-04-2021].

<sup>79</sup> CNN. (2015). “Trump: I will make Mexico pay for a Wall on the border”. *CNN*, 28 de junio. Disponible en: <https://edition.cnn.com/videos/politics/2015/06/28/donald-trump-mexico-immigration-wall-intv-tapper-sotu.cnn> [Fecha de consulta: 13-04-2021].

En este momento resulta imprescindible comprobar el impacto producido sobre los grupos de interés para conocer las fuentes de financiación y apoyos, ya que en el sistema electoral estadounidense son indispensables para la financiación de las campañas hasta el día de las elecciones.

Los PACs (Political Action Committees) no dejan de influir en el desarrollo de la campaña (Branaa, 2017). Se trata de agrupaciones que actúan de manera independiente durante la campaña, apoyando a un candidato o una idea. El alto coste de las campañas electorales debido a que se hacen públicas una media de 20 meses previos provoca grandes gastos en cuanto a inversiones y publicidad, por lo que son difíciles de mantener sin un sistema de financiación de partidos, como es el caso de las PAC.

**GRÁFICO 2. Frecuencia de aparición en los medios**



Fuente: elaboración propia

Durante los meses previos a las votaciones, los medios de comunicación establecen sus preferencias y construyen sus discursos en torno a los distintos candidatos. Lejos de entrar en detalles sobre esta cuestión es importante mencionar las dificultades que encuentran los nuevos partidos al no contar con los suficientes apoyos de financiación, lo cual se traduce en una ausencia de su presencia en los medios.

Por otra parte, durante los meses previos a los caucus podemos apreciar cuales son los apoyos de unos y otros, pero hay temas que afectan a nivel

social y es aquí donde los medios de comunicación dejan a un lado sus ideologías.

Los temas a nivel social que pueden provocar más tensiones y polémicas son aquellos relacionados con la sanidad, la política social o el terrorismo. Y Donald Trump traspasó esta línea provocando una cierta homogeneidad en todos los medios<sup>80</sup>. Hay que tener en cuenta que los medios de comunicación están subordinados a los intereses económicos, por lo que no siempre se publicarán aquellas noticias de interés general, sino que antepondrán las preferencias del grupo de comunicación. De esa forma, podemos observar dos medios contrapuestos ideológicamente como son *Fox News* y la *CNN*.

### **A) *Fox News***

Opta por temas como la economía, política exterior o la religión. La encuesta de Pew apuntó que el 93% los ciudadanos que nombraron este medio californiano como su principal fuente de noticias políticas y electorales, se identificaba como republicanos. Por tanto, es importante para los votantes de Donald Trump, los cuales están descontentos con las instituciones, que se traten temas relacionados con la economía. Además, ven en los inmigrantes una amenaza para su identidad (política exterior) por la pérdida de liderazgo y redistribución de su riqueza.

Cuestiones que se tratan en este medio de comunicación. Incluso hay medios que lo califican como “la televisión favorita de Trump”<sup>81</sup>. Todo esto ha desembocado en que los intereses del medio, sus votantes y los del propio

---

<sup>80</sup> Redacción. (2015). “10 ideas polémicas en las que Donald Trump realmente cree”. *BBC Mundo*, 8 de diciembre. Disponible en: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151208\\_internacional\\_trump\\_cree\\_pensamientos\\_musulmanes\\_amv](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151208_internacional_trump_cree_pensamientos_musulmanes_amv) [Fecha de consulta: 13-04-2021].

<sup>81</sup> Echevarría, C. (2020). “Fox News, la televisión favorita de Trump”. *El orden mundial*, 15 de marzo. Disponible en: <https://elordenmundial.com/fox-news-la-television-favorita-de-trump/> [Fecha de consulta: 16-04-2021].

candidato están relacionados entre sí y coincidan. Un ejemplo de como la orientación ideológica y los intereses condicionan las agendas de los medios.

## **B) CNN**

Con el aumento de la población hispana en Estados Unidos, esta cadena internacional de noticias (líder de audiencia en las plataformas de cable durante quince años) decidió lanzar *CNN* en español, dirigido a Latinoamérica, el Caribe y al público hispano en EE. UU.<sup>82</sup>. Así, Robert Edward Turner III, abrió las puertas a una audiencia hispana, entre las que se encuentran inmigrantes y clases medias bajas<sup>83</sup>. De tal forma, priman los temas de carácter social. En definitiva, hay una tendencia hacia las noticias de inmigración<sup>84</sup>, sanidad<sup>85</sup>, educación<sup>86</sup> y política social, es decir, se abarcan temas relacionados con el sistema de bienestar.

---

<sup>82</sup> García, C. (2012). “CNN en español lanzará un canal exclusivo para los latinos en EE. UU.”. *El País*, 3 de diciembre. Disponible en: [https://elpais.com/sociedad/2012/12/03/actualidad/1354567258\\_984993.html](https://elpais.com/sociedad/2012/12/03/actualidad/1354567258_984993.html) [Fecha de consulta: 17-04-2021].

<sup>83</sup> Pereda, C. (2017): “Las páginas de noticias falsas de las que no habla Donald Trump”. *El País*, 30 de abril. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/04/30/estados\\_unidos/1493573594\\_526095.html](https://elpais.com/internacional/2017/04/30/estados_unidos/1493573594_526095.html) [Consultado: 16-03-2021].

<sup>84</sup> Blanco, O. (2016). “El plan de inmigración de Trump podría costarle miles de millones de dólares a EE. UU.”. *CNN*. 21 de diciembre. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2016/12/21/el-plan-de-inmigracion-de-trump-podria-costarle-miles-de-millones-de-dolares-a-ee-uu/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].

<sup>85</sup> Howard, J. (2021). “Cómo fue realmente la guerra contra el covid-19 en la Casa Blanca de Trump”. *CNN*, 29 de marzo. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2021/03/29/guerra-covid-19-casa-blanca-trump-gupta-trax/> [Fecha de consulta: 18-04-2021].

<sup>86</sup> CNN. (2016). “Mayores de 40 años, blancos y menos educados: los votantes de Trump”. *CNN Español*, 10 de noviembre. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2016/11/10/perfil-de-las-personas-que-votaron-por-clinton-y-trump/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].

Además, es un medio de claras tendencias demócratas.

Por otra parte, el tratamiento negativo en los medios de comunicación resulta destacable. El periódico *The New York Times* dirigió diversos ataques al empresario en sus noticias.

“No, Trump no, nunca”<sup>87</sup> o “Trumpo, el hermano Marx no gracioso”<sup>88</sup>, fueron algunos de los titulares más llamativos hacia el republicano.

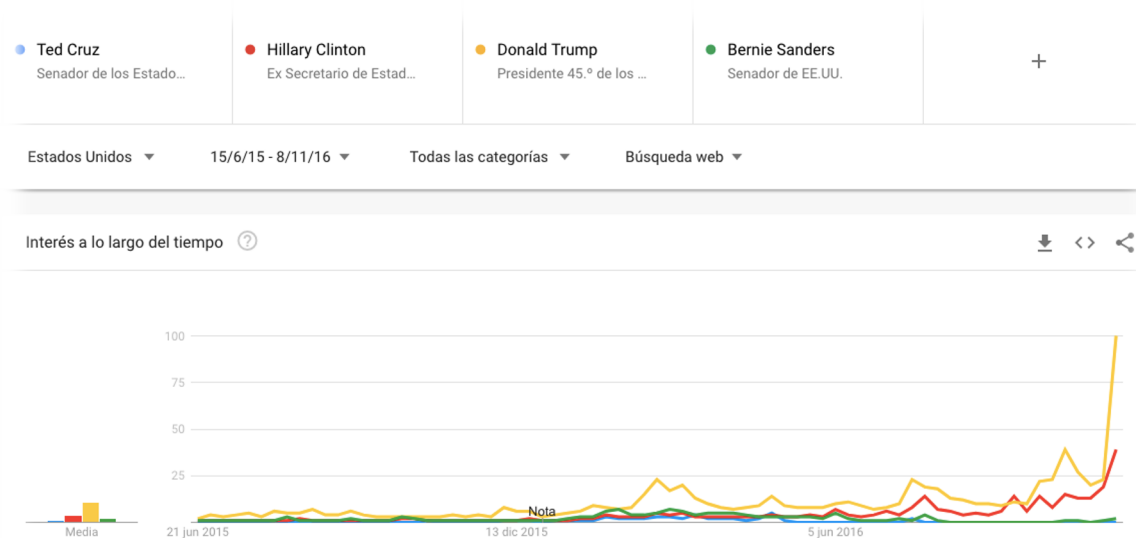
A partir del uno de febrero, fecha en que se abre un nuevo periodo en las campañas al producirse las primeras votaciones, el número de noticias aumentó. En concreto desde el inicio de las votaciones hasta el momento en que se decide al presidente en el mes de noviembre. En este periodo los candidatos aumentan sus debates y los medios recogen todo tipo de declaraciones.

En este momento, Donald Trump acaparó más atención mediática en comparación con sus rivales. Fue capaz de centralizar el foco mediático en sí mismo, desde el día de su candidatura hasta su elección como presidente (Pew Research Center, 2011).

---

<sup>87</sup> Brooks, D. (2016). “No, Not Trump, Not Ever”. *The New York Times*, 18 de marzo. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/03/18/opinion/no-not-trump-not-ever.html> [Fecha de consulta: 18-04-2021].

<sup>88</sup> Cavett, D. (2016). “‘Trumpo’, the Unfunny Marx Brother”. *The New York Times*, 15 de abril. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/04/16/opinion/trumpo-the-unfunny-marx-brother.html> [Fecha de consulta: 18-04-2021].



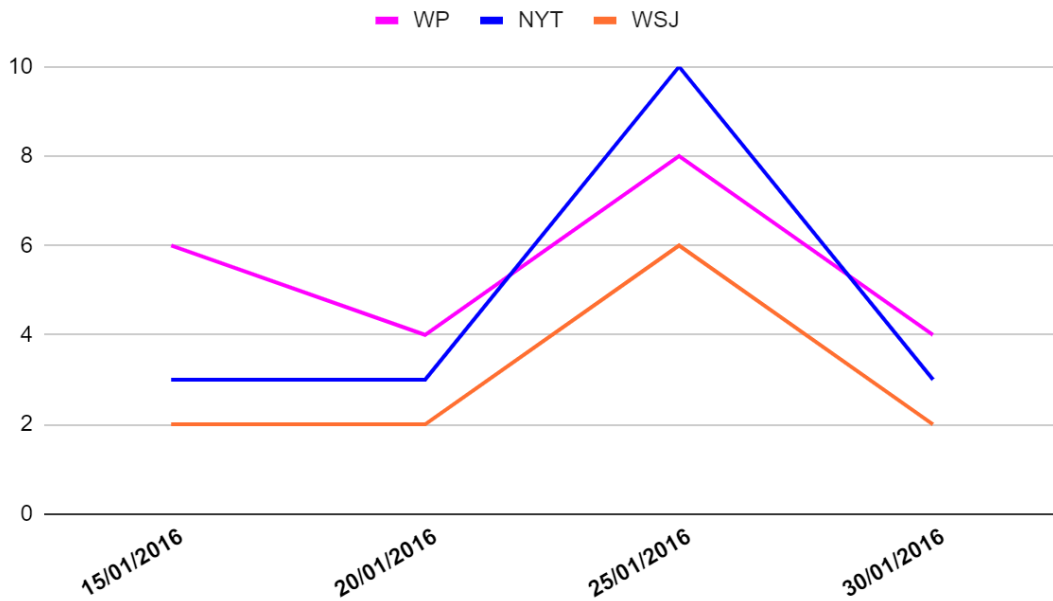
Presencia en las búsquedas de Google de los principales candidatos. Fuente: Google Trends

Es importante mencionar que los medios de comunicación publicarán aquellas noticias que más beneficios les generen, por tanto, aquellas informaciones que más visitas reporten serán las que se ofrecerán a sus lectores. Y en este caso, Donald Trump resultó más interesante que otros candidatos.

Además, al llevar a cabo una contabilización del número de noticias en portada relacionadas con el republicano, llegamos a la conclusión que hay un número elevado de noticias sobre él que se han localizado en la portada de los principales periódicos de mayor tirada a nivel nacional e importancia<sup>89</sup>. Esto nos indica la consideración que hace el periódico en cuestión.

<sup>89</sup> El objeto de estudio han sido los tres periódicos de mayor tirada a nivel nacional e importancia. Se han contextualizado dentro de los últimos 15 días de enero, es decir, los últimos días de precampaña antes del inicio de las votaciones. En el eje de ordenadas encontramos las 15 primeras noticias de cada medio relacionadas con Donald Trump. Se han buscado a través de sus páginas webs.

**GRÁFICO 3. Apariciones en portada en los principales periódicos**



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, aunque los medios de comunicación se ciñan en sus intereses y filtren las noticias a través de sus necesidades personales, los ciudadanos estadounidenses no tienen una visión completa de la realidad solo a través de la prensa. Pero sí que contribuyen a crear un pensamiento de las personas sobre los líderes políticos.

Debemos diferenciar que cada periódico en función de sus lectores y su agenda determinarán aquellas noticias que considera más importantes. Sin embargo, se puede observar en la gráfica que según se aproxima el primer día de las votaciones las noticias en portada aumentan, para ofrecer a sus lectores mayor cantidad de noticias, conscientes de la importancia que tiene el nivel de información sobre la decisión final del voto.

## CONCLUSIONES

Hemos llegado hasta aquí suponiendo ciertas hipótesis que se han ido confirmado a lo largo de este trabajo. Por un lado, confirmo la importancia que juegan los medios de comunicación en la vida política de Estados Unidos. El sistema político presidencialista y la animosidad de cierta parte de la población con las instituciones a consecuencia de la crisis económica, la globalización y la inmigración, han creado un contexto ideal para la aparición y el triunfo de Donald Trump.

La gestión y utilización de los medios de comunicación para crear la imagen de un candidato político es innegable. Un ejemplo de ello es el caso del republicano, que desde su candidatura en junio de 2015 hasta las primarias republicanas aumentó su popularidad día tras día. Su popularidad se ha visto reforzada a través del uso estratégico del lenguaje y la relación que ha establecido con los medios de comunicación. Además, Donald Trump sabe a quién se va a dirigir y es consciente que sus declaraciones polémicas y controvertidas se convierten en noticia y alimentan así el sensacionalismo.

Por otro lado, los medios de comunicación han dado cobertura mediática a este fenómeno. Desde sus intereses han creado una imagen determinada. Configuran con la negatividad o positividad, el lenguaje de sus noticias y temas, un escenario para que el ciudadano establezca posteriormente su opinión. Lo cual se reduce a una forma estratégica de tendenciosidad<sup>90</sup>.

La lógica interna de los medios de comunicación favorece a la búsqueda de escándalos, que se han convertido en un género informativo preferente. Por ello, la comunicación política se ha visto obligada a adaptarse a los códigos y al lenguaje televisivo. Una relación que Donald Trump y su equipo han sabido entender y aprovechar. Ser un buen orador es esencial en la política, más que las propuestas que puedan plantear para mejorar el país.

---

<sup>90</sup> Rodríguez Castromil, A. (2014). "El negativismo mediático, ¿una cuestión de estrategia?" *Alternativas*, 28 de mayo. Disponible en: <https://blogs.elpais.com/alternativas/2014/05/el-negativismo-mediatico-una-cuestion-de-estrategia.html> [Consultado: 20-05-2021].

El juego de intereses difumina la línea entre la objetividad que debe caracterizar a la información y la polarización de las opiniones de la sociedad. Sin ninguna duda, es un auténtico rey del espectáculo, que ha ganado, por lo menos, en la guerra por la audiencia. Cuanto más polémico y escandaloso es un tema más atención mediática recibe, por ello, el magnate se apropió del debate político.

Aunque los medios de comunicación tienen un gran poder de persuasión e influencia política, es desorbitado afirmar que Donald Trump ganó solo gracias a los medios. Este trabajo no cuenta con los suficientes datos para demostrar este hecho.

Su victoria se entiende dentro de un contexto de crisis y crispación política por parte de la población estadounidense. Una situación en la que Donald Trump se presentó como la única alternativa válida.

## BIBLIOGRAFÍA

- Allcott, Hunt. y Gentzkow, Matthew. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), pp. 211-36. DOI: 10.1257/jep.31.2.211
- Barredo, D., Rivera, J. y Amézquita, A. (2015). "La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014". *Quórum Académico*, 12 (1), pp. 136-154. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5304980> [Consultado: 10-03-2021].
- Barro, Argemino. (2017): *El candidato y la furia*. Madrid: La Huerta Grande Editorial.
- Bogdanova Ribarska, E. (2017). *De empresario de éxito a 45º presidente de EE. UU. Análisis de la imagen y la trayectoria del presidente norteamericano Donald Trump*. Trabajo Fin de Máster. Universidad Complutense de Madrid.
- Branaa, Jean-Eric. (2017): *El increíble Donald Trump*. Madrid: Editorial Popular.
- Brants, Kees. (1998): "Who's Afraid of Infotainment". *European communication*, 13 (3), pp. 315-335. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0267323198013003002> [Consultado: 11-03-2021].
- Carrasco González, Gonzalo. (2017). "La política migratoria de Donald Trump". *Alegatos*, 95, pp. 171-194. Disponible en: <https://biblat.unam.mx/hevila/Alegatos/2017/no95/9.pdf> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

- Casado, Yolanda. (2016): *El sistema electoral de Estados Unidos*. Madrid, Editorial Tecnos (Grupo Anaya).
- Castillo, N. (2013): "El género- tendencia del infoentretenimiento: definición, características y vías de estudio". En: Ferré Pavia, C. *Infoentretenimiento: el formato imparable de la era del espectáculo*. UOC.
- Costa, Pere-Oriol. (2009): "La utilización de internet por parte de Barack Obama transforma la comunicación política". *Quaderns del Cac*, 33, pp. 35-41. Disponible en: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q33\\_Costa\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q33_Costa_ES.pdf) [Consultado: 8-03-2021].
- Escobar, M. I. (2018). *Periodismo de calidad en la era de la posverdad. Caso Donald Trump*. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Sevilla.
- Ferré, Carme. (2013): *Infoentretenimiento: el formato imparable de la era del espectáculo*. España, UOC.
- Figueero, J.C. (2018). *Twitter como herramienta de comunicación política: El caso Donald Trump*. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Sevilla.
- Gottfried, J. y Shearer, E. (2016). *News Use Across Social Media Platforms 2016*. Disponible en: <https://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/> [Fecha de consulta: 07-05-2021].
- Hallin, D.C. y Mancini, P. (2008). "Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política". *Revista Española de Investigaciones*

*Sociológicas*, 129, pp. 165-188. Disponible en:  
[http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_129\\_071262609522690.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_129_071262609522690.pdf)  
[Consultado: 25-05-2021].

- James, Aaron. (2016): *Trump: Ensayo sobre la imbecilidad*. España:,Malpaso Ediciones.
  
- Jebril, N., Albaeck, E.y Vreese, C.H. (2013): “Infotainment, cynicism and democy: The effects of privatization vs. Personalization in the new”. *European Journal of Communication*, 28, pp. 105-121. Disponible en:  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323112468683?journalCode=ejca> [Consultado 14-03-2021].
  
- Jonhston, David Cay (2016): *Como se hizo Donald Trump*. España, Capitan Swing.
  
- Levitsky, S y Ziblatt, D. (2018). “Trump contra los guardarrailes de la democracia”. En: Levitsky, Steven y Ziblatt, Daniel. *Cómo mueren las democracias*. Barcelona: Ariel, pp. 153-178.
  
- Mayoral, J., Parrat, S. y Morata, M. (2019): “Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica”, en *Revistas Científicas Complutense*, 24 (2), pp. 395-409. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.66267>
  
- Merino, Esteban. (2014): “Estados Unidos contra el mundo: Trump y la nueva geopolítica”. *Revista de Estudios Estratégicos*, 1, pp. 8-29. Disponible en: [http://www.cipi.cu/sites/default/files/2017-01/cee\\_no.1\\_0.pdf](http://www.cipi.cu/sites/default/files/2017-01/cee_no.1_0.pdf) [Consultado: 12-03-2021].

- Morales, Estela. (2018): *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*. España, Instituto de investigaciones bibliotecológicas y de la información UNAM.
  
- Moreno, I. (2016). *El fenómeno Trump. Los medios de comunicación como constructores de imagen*. Trabajo Fin de Grado. Universidad Complutense de Madrid.
  
- Moy, P., Xenos, M. A. y Hess, V. K. (2005): "Communication and Citizenship: Mapping the Political Effects of Infotainment". *Mass Communication and Society*, 8 (2), pp. 111-131. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/233003593\\_Communication\\_and\\_Citizenship\\_Mapping\\_the\\_Political\\_Effects\\_of\\_Infotainment](https://www.researchgate.net/publication/233003593_Communication_and_Citizenship_Mapping_the_Political_Effects_of_Infotainment) [Consultado: 14-03-2021].
  
- Moya, E. M. (2018): "Redes sociales y posverdad en el devenir de los Estados Unidos". *Cuadernos de estrategia*, 197, pp. 107-158. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6518647> [Consultado: 16-04-2021].
  
- Núñez, J.C. (2017): *Trump, de amenaza latente a peligrosa realidad*. San Pedro Tlaquepaque, México: ITESO.
  
- Owen, Diana. (2018): *La era de la perplejidad. Repensar el mundo que conocíamos*. Penguin Random House.
  
- Pellicer, M. (2017): *La comunicación en la era Trump*. Barcelona: Editorial UOC.
  
- Pew Research Center. (2011). "Trump Most Visible Among Possible GOP Contenders". *Pew Research Center*. 20 de abril. Disponible en: [https://www.pewresearch.org/politics/2011/04/20/trump-most-](https://www.pewresearch.org/politics/2011/04/20/trump-most-visible-among-possible-gop-contenders/)

visible-among-possible-gop-contenders/ [Fecha de consulta: 10-05-2021].

- Poole, K. T. (2008). “Las raíces de la polarización de la política moderna en los Estados Unidos”. *Revista de Ciencia Política*, 28(2), pp. 3-37. DOI: 10.4067/S0718-090X2008000200001
- Ramos, P.F. (2019): “Una aproximación a la política exterior de Donald Trump: hacia un nuevo enfoque”. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. 22 de octubre. Disponible en: [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2019/DIEEEE095\\_2019PEDRAM\\_Trump.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2019/DIEEEE095_2019PEDRAM_Trump.pdf) [Fecha de consulta: 07-05-2021].
- Ramos, G. (2016). *Análisis del Partido Republicano de Estados Unidos: la imagen pública según los medios de comunicación de los candidatos a las Primarias en las elecciones de 2016*. Trabajo Fin de Grado. Universidad Complutense de Madrid.
- Robertson, S. P. (2010). “Of the wall political discourse: Facebook use in the 2008 U.S. presidential election”. *Information Polity*, 15, pp. 11-31. DOI: 10.3233/IP-2010-0196
- Rodríguez, J. (2017): *Trump y el barril de Diógenes. América en crisis y la crisis de la modernidad*. Colombia: Universidad de La Sabana.
- Rodríguez, A. (2018). “Trump 2016, ¿presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 21 (3), pp. 831-859. DOI: 10.5294/pacla.2018.21.3.8
- Ruiza, M., Fernández, T. y Tamaro, E. (2004). *Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea*. Barcelona.

- Salas, Carlos. (2019). “La primera fake news de la historia”. *Historia y comunicación social*, 24 (2), pp. 411-431. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.66268>
  
- Sanmartín, I. (2003). “La ‘new right’ en los años 80 y 90”. *Haol*, 1, pp. 39-53. Disponible en: <file:///C:/Users/bucemprr/Desktop/Dialnet-LaNewRightEnLosAnos80Y90-876577.pdf> [Consultado: 20-05-2021].
  
- Soriano, M.L. (2019): *Donald Trump, Barack Obama y George Bush. Ideología y estrategia política*. Valencia: Tirant Humanidades.
  
- Soriano, R. y Alarcón, C. (2001). “Las elecciones en España: ¿votos iguales y libres? *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, 114, pp. 115-130. Disponible en: <file:///C:/Users/bucemprr/Downloads/Dialnet-LasEleccionesEnEspaña-27675.pdf> [Consultado: 20-05-2021].
  
- Stanford History Education Group. y Robert R. McCormick Foundation. (2016): “Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning”. *Stanford History Education Group*. Disponible en: <https://stacks.stanford.edu/file/druid:fv751yt5934/SHEG%20Evaluating%20Information%20Online.pdf> [Fecha de consulta: 17-04-2021].
  
- Thussu, D. (2008): *News as Entertainment. The rise of global infotainment*. Londres, British Library.
  
- Trump, D. (1990). *Trump, sobrevivir al triunfo*. Grijalbo.
  
- Trump, D. (2004). *Cómo hacerse rico*. Planeta.

- Trump, D. (2005). *Así llegué a la cima*. Aguilar.
- Trump, D. (2006). *Trump: Los mejores consejos de bienes raíces que he recibido*. Grupo Nelson.
- Trump, D. (2015). *Crippled America: How to Make America Great Again*. Nueva York. Simon & Schuster.
- Trump, D. y Schwartz, T. (1987): *Trump, el arte de la negociación*. Nueva York, Grijalbo.
- Valdez, A. (2012). “El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales”. *Reflexión política*, 14 (27), pp. 134-140. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/110/11023066010.pdf> [Consultado: 03-04-2021].
- Williams, B. A. y Carpini, M. X. (2011): *After broadcast news: Media Regimes, Democracy, and the New Information Environment*. Nueva York, Cambridge University Press.
- Zambrano, G. (2020): *Donald Trump y los medios de comunicación: una relación amor-odio*. Beers&Politics.
- Mazzoleni, G. y Sfaridini, A. (2019). *Política pop*. Italia: Il Mulino contemporánea.
- Gallardo, B. y Enguix, O. (2016). *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*. València: Universitat de València.
- Hendricks, J. y Denton, R. (2010). “Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House”. *Presidential Studies Quarterly*, 40 (4), pp. 800-802. DOI: 10.2707/23044855

## WEBGRAFÍA

- *¿Quién es quién de los candidatos republicanos a la Casa Blanca?* (2015). *El País*, 21 de julio. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2015/06/15/actualidad/1434394709\\_980123.html](https://elpais.com/internacional/2015/06/15/actualidad/1434394709_980123.html) [Consultado: 13-02-2021].
- *A Hillary Clinton la respaldaron 229 diarios; a Donald Trump, apenas 13* (2016). *Infobae*, 9 de noviembre. Disponible en: <https://www.infobae.com/america/mundo/2016/11/09/a-hillary-clinton-la-respaldaron-229-diarios-a-donald-trump- apenas-13/> [Consultado: 3- 01-2021].
- AFP. (2016): “El Aprendiz, el programa que hizo entrar a Trump a los hogares de EE. UU”. *El Mundo*, 10 de diciembre. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/el-aprendiz-el-programa-que-hizo-entrar-a-trump-a-los-hogares-de-ee-uu/> [Fecha 2017 de consulta: 22-01-2021].
- AFP. (2017). “Trump asegura que ningún político “ha sido tratado más injustamente” que él”. *La Tercera*, 17 de mayo. Disponible en: <https://www.latercera.com/noticia/trump-asegura-ningun-politico-ha-tratado-mas-injustamente/> [Fecha de consulta: 25-05-2021].
- AFP. (2019). “Estadounidenses “desconfían” del gobierno y los medios, según una encuesta del Pew Research Center. *El Universo*, 23 de julio. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/22/nota/7437978/estadounidenses-desconfian-gobierno-medios-segun-encuesta-pew/> [Fecha de consulta: 14-02- 2021].
- Agencias. (2017): “Donald Trump ve “ridículo” al juez que bloqueó su decreto migratorio. *La Vanguardia*, 4 de febrero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20170204/413991324>

131/juez-bloquea-decreto-migratorio-trump.html [Fecha de consulta: 07-05-2021].

- Allyn, W. (2015). "Donald Trump for president? The 2016 race just got fun". *Fox News*, 16 de junio. Disponible en: <http://douglasschoen.com/donald-trump-for-president-the-2016-race-just-got-fun/> [Fecha de consulta: 14-04-2021].
- Bassets, M. (2016): "La América de Trump". *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/especiales/2016/elecciones-eeuu/la-america-de-donald-trump/> [Fecha de consulta: 06-05-2021].
- Bassets, M. (2016): "Trump acusa a Obama y a Clinton de haber fundado el ISIS". *El País*, 13 de agosto. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2016/08/11/actualidad/1470935582\\_298082.html](https://elpais.com/internacional/2016/08/11/actualidad/1470935582_298082.html) [Fecha de consulta: 4-04-2021].
- Bassets, M. (2017). "Trump veta la entrada de refugiados e inmigrantes de varios países musulmanes". *El País*, 27 de abril. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/01/27/estados\\_unidos/1485551816\\_434347.html](https://elpais.com/internacional/2017/01/27/estados_unidos/1485551816_434347.html) [Fecha de consulta: 07-05-2021].
- Betancor, A. (2018): "Abuso de poder desde el Gobierno". *El Mundo*, 2 de agosto. Disponible en: <https://www.elmundo.es/opinion/2018/08/02/5b618955268e3e21098b45a8.html> [Fecha de consulta: 22-01-2021].
- Blanco, O. (2016). "El plan de inmigración de Trump podría costarle miles de millones de dólares a EE. UU.". *CNN*, 21 de diciembre. Disponible en: <https://cnn.espanol.cnn.com/2016/12/21/el-plan-de-inmigracion-de-trump-podria-costarle-miles-de-millones-de-dolares-a-ee-uu/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].

- Blasco, E. (2011): “La Casa Blanca divulga el certificado de nacimiento de Obama”. *ABC*, 29 de abril. Disponible en: [https://www.abc.es/internacional/abci-certificado-obama-201104270000\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abci-certificado-obama-201104270000_noticia.html) [Consultado: 05-03- 2021].
  
- Board (2016). “Hillary Clinton for President”. *Nytimes.com*, 24 de septiembre. Disponible en: [https://www.nytimes.com/2016/09/25/opinion/sunday/hillary-clinton-forpresident.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-top-region&region=opinion-c-col-top-region&WT.nav=opinion-c-col-top-region&\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/09/25/opinion/sunday/hillary-clinton-forpresident.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-top-region&region=opinion-c-col-top-region&WT.nav=opinion-c-col-top-region&_r=0) [Consultado: 3-01-2021].
  
- Bracero, F. (2019): “Brittany Kaiser, la demócrata que ayudó a ganar a Trump”. *La Vanguardia*, 23 de noviembre. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/20191123/471792117015/brittany-kaiser-consultora-libro-manipulacion-perfil-trump.html> [Fecha de consulta: 07-05-2021].
  
- Brooks, D. (2016). “No, Not Trump, Not Ever”. *The New York Times*, 18 de marzo. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/03/18/opinion/no-not-trump-not-ever.html> [Fecha de consulta: 18-04-2021].
  
- C-Span. (2016). 1996: Hillary Clinton on “superpredators” (C-SPAN). [Youtube]. 25 de febrero. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=j0uCrA7ePno> [Consultado: 06-05-2021].
  
- Camosy, C. (2016): “Trump won because college-educated Americans are out of touch”. *Washington Post*, 9 de noviembre. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/gdprconsent/?next\\_url=https%3a](https://www.washingtonpost.com/gdprconsent/?next_url=https%3a)

%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fposteverything%2fwp%2f2016%2f11%2f09%2ftrump-won-because-collegeeducated-americans-are-out-of-touch%2f%3futm\_term%3d.b900fe12b964&utm\_term=.b900fe12b964 [Fecha de consulta: 17-03-2021].

- Cavett, D. (2016). “‘Trumpo’, the Unfunny Marx Brother”. *The New York Times*, 15 de abril. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/04/16/opinion/trumpo-the-unfunny-marx-brother.html> [Fecha de consulta: 18-04-2021].
- CNN. (2012). *Arsenio Hall recalls Bill Clinton playing sax*. [YouTube]. 16 de marzo. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7LhgGs4TrYA> [Consultado: 14-03-2021].
- CNN. (2015). “Trump: I will make Mexico pay for a Wall on the border”. *CNN*, 28 de junio. Disponible en: <https://edition.cnn.com/videos/politics/2015/06/28/donald-trump-mexico-immigration-wall-intv-tapper-sotu.cnn> [Fecha de consulta: 13-04-2021].
- CNN. (2016). “Mayores de 40 años, blancos y menos educados: los votantes de Trump”. *CNN Español*, 10 de noviembre. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2016/11/10/perfil-de-las-personas-que-votaron-por-clinton-y-trump/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].
- Consejo Editorial (2016). “Donald Trump es una amenaza única para la democracia estadounidense”. *The Washington Post*, 22 de julio. Disponible en: [https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next\\_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fdonald-trump-is-a-unique-threat-to-american-democracy%2f2016%2f07%2f22%2fa6d823cc-4f4f-11e6-aa14-](https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fdonald-trump-is-a-unique-threat-to-american-democracy%2f2016%2f07%2f22%2fa6d823cc-4f4f-11e6-aa14-)

e0c1087f7583\_story.html%3ftid%3dpm\_pop\_b&tid=pm\_pop\_b  
[Consultado: 3-01-2021].

- DPA Washington. (2016): "Trump relaciona al padre de Ted Cruz con el asesino del presidente Kennedy". *La Vanguardia*, 3 de mayo. Disponible en:  
<https://www.lavanguardia.com/internacional/20160503/401538405504/donald-trump-padre-ted-cruz-asesino-kennedy-lee-harvey-oswald.html> [Fecha de consulta: 16-02- 2021].
- Durante la conferencia de prensa, Donald Trump atacó a varios periodistas por sus preguntas, y los calificó de "enemigo del pueblo". El Diarios. (2018). *Trump se ensarza con varios periodistas tras las elecciones: "Qué pregunta tan racista"*. [Youtube]. 07 de noviembre. Disponible en:  
<https://www.youtube.com/watch?v=J0kq23mOfFM> [Consultado: 11-01-2021].
- EAE Bussines School. (2019). "Comunicación transversal: definición e importancia". *El blog de retos para ser directivo*, 17 octubre. Disponible en: <https://retos-directivos.eae.es/comunicacion-transversal-definicion-e-importancia/> [Consultado 4-04-2021].
- Echevarría, C. (2020). "Fox News, la televisión favorita de Trump". *El orden mundial*, 15 de marzo. Disponible en:  
<https://elordenmundial.com/fox-news-la-television-favorita-de-trump/> [Fecha de consulta: 16-04-2021].
- Editorial (2016). "Donald Trump for president". *Las Vegas Review-Journal*, 7 de noviembre. Disponible en:  
<https://www.reviewjournal.com/opinion/editorials/editorial-donald-trump-for-president/> [Fecha de consulta: 04-01-2021].

- EFE Washington. (2017). “Trump se bula de Schwarzenegger, su sucesor como presentador en ‘The Apprentice’”. *La Vanguardia*, 07 de enero. Disponible en:  
<https://www.lavanguardia.com/internacional/20170106/413147805467/trump-critica-schwarzenegger-sucesor-programa-apprentice.html> [Fecha de consulta: 11-04-2021].
- EFE. (2015). “Trump quiere ser presidente porque es “el gran líder que EE. UU. necesita”. *Agencia EFE*, 16 de junio. Disponible en:  
<https://www.efe.com/efe/usa/portada/trump-quiere-ser-presidente-porque-es-el-gran-lider-que-eeuu-necesita/50000064-2640916> [Fecha de consulta: 4-03- 2021].
- EFEUSA. (2017): “La Casa Blanca considera “indignante” el bloque judicial del veto migratorio”. *EFE*, 4 de febrero. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/ame-hispanos/la-casa-blanca-considera-indignante-el-bloqueo-judicial-del-veto-migratorio/20000034-3169249> [Fecha de consulta: 07-05-2021].
- “El debate más tuiteado de la historia”. (2016). *El Periódico*. 10 de octubre. Disponible en:  
<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20161010/asi-fue-el-debate-en-twitter-5477262> [Consultado: 21-05-2021].
- *Endorsement: Hillary Clinton is the only choice to move America ahead*. (2016). *Azcentral*, 27 de septiembre. Disponible en:  
<https://eu.azcentral.com/story/opinion/editorial/2016/09/27/hillary-clinton-endorsement/91198668/> [fecha de consulta: 03- 01- 2021].
- García, C. (2012). “CNN en español lanzará un canal exclusivo para los latinos en EE. UU.”. *El País*, 3 de diciembre. Disponible en:

[https://elpais.com/sociedad/2012/12/03/actualidad/1354567258\\_984993.html](https://elpais.com/sociedad/2012/12/03/actualidad/1354567258_984993.html) [Fecha de consulta: 17-04-2021].

- Gluecement. (2010). *The Apprentice – The Entire 1<sup>st</sup> Season in 10 minutes*. [ YouTube]. 10 de marzo. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xQiW0zXpT6o&t=20s> [Consultado 15 -02- 2021].
  
- Gomez, W., Fernandez, B., Reis, L. y Silva, T. (2009): “La campaña online de Barack Obama en 2008”, en *Research Gate*, diciembre. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/303637965\\_LA\\_CAMPA\\_NA\\_ONLINE\\_DE\\_BARACK\\_OBAMA\\_EN\\_2008](https://www.researchgate.net/publication/303637965_LA_CAMPA_NA_ONLINE_DE_BARACK_OBAMA_EN_2008) [Fecha de consulta: 16 -02- 2021].
  
- Grynbaum, M. (2017). “Trump Calls the News Media the ‘Enemy of the American People’”. *The New York Times*, 17 de febrero. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/02/17/business/trump-calls-the-news-media-the-enemy-of-the-people.html> [Fecha de consulta: 20-05-2021].
  
- Hook, J., McCain, N. y Reinhard, B. (2016): “Donald Trump Elected President, Riding Populist Wave”, *Wall Street Journal*, 09 de noviembre. Disponible en: <https://www.wsj.com/articles/donald-trump-rides-populist-wave-1478678410> [Fecha de consulta: 15-01-2021].
  
- Howard, J. (2021). “Cómo fue realmente la guerra contra el covid-19 en la Casa Blanca de Trump”. *CNN*, 29 de marzo. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2021/03/29/guerra-covid-19-casa-blanca-trump-gupta-trax/> [Fecha de consulta: 18-04-2021].

- *IT'S OVER: Hillary's ISIS Email Just Leaked & It's Worse Than Anyone Could Have Imagined...*, en *Conservative Fighters*.  
Disponible en:  
<http://conservativefighters.com/news/shokinghillarys-isis-email-just-leaked-worse-anyone-imagined/> [Fecha de consulta: 5-03- 2021].
  
- Kristof, Nicholas (2016): “¿Donald Trump es racista?”, *The New York Times*, 01 de Agosto. Disponible en:  
<https://www.nytimes.com/es/2016/08/01/espanol/opinion/donald-trump-es-racista.html> [Fecha de consulta: 15 de enero 2021].
  
- Lemire, J. y Pace, J. (2017): “WATCH: Trump delivers speech at Arab and Muslim leaders' summit”. *PBS New Hour*, 21 de mayo. Disponible en: <https://www.pbs.org/newshour/politics/watch-live-trump-delivers-speech-arab-muslim-leaders-summit> [Fecha de consulta: 07-05-2021].
  
- *Make Your Own Donald Trump Cover* (2016. Revista Time, Disponible en: [https://time.com/4245556/donald-trump-time-cover/share/trump-1457122251716/?xid=time\\_socialflow\\_twitter](https://time.com/4245556/donald-trump-time-cover/share/trump-1457122251716/?xid=time_socialflow_twitter) [Consultado en: 16-01-2021].
  
- Mars, A. y Jiménez, R. (2017): “Las grandes tecnológicas admiten que toneladas de propaganda rusa invadieron sus plataformas durante las elecciones”, en *El País*, 1 de noviembre. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/10/31/actualidad/1509406063\\_824896.html](https://elpais.com/internacional/2017/10/31/actualidad/1509406063_824896.html) [Fecha de consulta: 7-03- 2021].
  
- Martin, J. y Landler, M. (2017). “Bob Corker Says Trump's Recklessness Threatens 'World War III'”. *The New York Times*, 08 de octubre. Disponible en:  
<https://www.nytimes.com/2017/10/08/us/politics/trump-corker.html> [Consultado en: 16-01-2021].

- Martínez, William. (2015). “El boicot a Donald Trump”. *El Espectador*, 07 de julio. Disponible en: <https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/el-boicot-a-donald-trump-article-570831/> [Fecha de consulta: 13-04-2021].
  
- Mccaskill, N. (2016): “Trump accuses Cruz’s father of helping JFK’s assassin”, en *Político*, 3 de mayo. Disponible en: <https://www.politico.com/blogs/2016-gop-primary-live-updates-and-results/2016/05/trump-ted-cruz-father-222730> [Consultado: 03-03-2021].
  
- *NBC cancela contratos con Donald Trump por sus comentarios xenófobos.* (2015). *Semana*, 28 de junio. Disponible en: <https://www.semana.com/mundo/articulo/nbc-cancela-contratos-con-donald-trump/433066-3/> [Fecha de consulta: 10-04-2021].
  
- Notimex. (2017). “Trump anuncia planes para un “muro solar” y cambios migratorios. *20Minutos*, 21 de junio. Disponible en: <https://www.20minutos.com.mx/noticia/235378/0/trump-anuncia-planes-para-un-muro-solar-y-cambios-migratorios/> [Fecha de consulta: 16-02- 2021].
  
- Obama, B. (2017). The office of Barack and Michelle Obama. Disponible en: <https://barackobama.com/about/> [Consultado: 18-02-2021].
  
- Oxford University Press (2021). Oxford Languages. Disponible en: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> [Consultado 13-03-2021].
  
- Patterson, T. (2017). “News Coverage of Donald Trump’s First 100 Days”. *Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*, 18 de mayo. Disponible en: <https://shorensteincenter.org/news->

coverage-donald-trumps-first-100-days/ [Fecha de consulta: 25-05-2021].

- Pereda, C. (2017): “Las páginas de noticias falsas de las que no habla Donald Trump”. *El País*, 30 de abril. Disponible en: [https://elpais.com/internacional/2017/04/30/estados\\_unidos/1493573594\\_526095.html](https://elpais.com/internacional/2017/04/30/estados_unidos/1493573594_526095.html) [Consultado: 16-03-2021].
- Ramos, J. (2016): “Veo a Trump, pero oigo a Chávez”, *Chicago Tribune*, 5 de octubre. Disponible en: <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8723205-veo-trump-pero-oigo-chavez-story.html> [Fecha de consulta: 16-01-2021].
- Ramos, P. (2019): “Una aproximación a la política exterior de Donald Trump: hacia un nuevo enfoque”. Instituto Español de Estudios Estratégicos. 22 de octubre. Disponible en: [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2019/DIEEEO95\\_2019PEDRAM\\_Trump.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2019/DIEEEO95_2019PEDRAM_Trump.pdf) [Fecha de consulta: 07-05-2021].
- Redacción El HuffPost. (2017): “Un senador republicano clave para Trump le llama “mentiroso en grado máximo”, en *HUFFPOST*, 24 de octubre. Disponible en: [https://www.huffingtonpost.es/2017/10/24/un-senador-republicano-clave-para-trump-le-llama-mentiroso-en-grado-maximo\\_a\\_23254212/](https://www.huffingtonpost.es/2017/10/24/un-senador-republicano-clave-para-trump-le-llama-mentiroso-en-grado-maximo_a_23254212/) [Fecha de consulta: 15-01-2021].
- Redacción. (2015). “10 ideas polémicas en las que Donald Trump realmente cree”. *BBC Mundo*, 08 de diciembre. Disponible en: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151208\\_internacional\\_trump\\_cree\\_pensamientos\\_musulmanes\\_amv](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151208_internacional_trump_cree_pensamientos_musulmanes_amv) [Fecha de consulta: 13-04-2021].
- Redacción. (2016): “. Rusia “intervino en las elecciones para promover la victoria de Donald Trump”, dicen agencias de

- inteligencia de EE. UU”. *BBC Mundo*, 10 de diciembre. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38274334> [Fecha de consulta: 6-03-2021].
- Redacción. (2017): “Las ilustraciones de Donald Trump en las portadas internacionales”. *El País*, 24 de marzo. Disponible en: [https://elpais.com/elpais/2017/03/24/album/1490353358\\_191480.html#foto\\_gal\\_1](https://elpais.com/elpais/2017/03/24/album/1490353358_191480.html#foto_gal_1) [Fecha de consulta: 17-04-2021].
  - Redacción. (2018). “Así es el genio de las redes que liderará la campaña para la reelección de Trump”. *La Vanguardia*, 28 de febrero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180228/441130964966/brad-parscale-redes-sociales-campana-trump.html> [Fecha de consulta: 07-05-2021].
  - Riquelme, R. (2017). “6 datos sobre la distribución y el consumo de noticias falsas”. *Brandwatch*, 07 de febrero. Recuperado: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/6-datos-sobre-la-distribucion-y-el-consumo-de-noticias-falsas-20170207-0048.html> [Consultado: 11-03-2021].
  - Rodríguez Castromil, A. (2014). “El negativismo mediático, ¿una cuestión de estrategia?” *Alternativas*, 28 de mayo. Disponible en: <https://blogs.elpais.com/alternativas/2014/05/el-negativismo-mediatico-una-cuestion-de-estrategia.html> [Consultado: 20-05-2021].
  - Rubio, F. (2015): “Donald Trump anuncia su candidatura republicana a la presidencia de EE. UU.”. *Euronews*, 16 de junio. Disponible en: <https://es.euronews.com/2015/06/16/donald-trump-anuncia-su-candidatura-republicana-a-la-presidencia-de-eeuu> [Fecha de consulta: 04 -03- 2021].

- Rubio, J. (2016): “El Diccionario de Oxford dedica su palabra del año, posverdad, a Trump y al Brexit”. *El País (Verne)*, 16 de noviembre. Disponible en:  
[https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638\\_931299.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638_931299.html) [Fecha de consulta: 6- 03-2021].
- Silver, N. (2017): “There Really Was A Liberal Media Bubble”. *FiveThirtyEight*, 10 de marzo. Disponible en:  
<https://fivethirtyeight.com/features/there-really-was-a-liberal-media-bubble/> [Fecha de consulta: 17-04-2021].
- Silverman, C. y Singer-Vine, J. (2016). “The True Story Behind The Biggest Fake News Hit Of The Election”. *BuzzFeed News*. 16 de diciembre. Disponible en:  
<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/the-strangest-fake-news-empire#.xi0Y4B8ML> [Fecha de consulta: 11-04-2021].
- Staff, D. (2016): “FBI Agent Suspected in Hillary Email Leaks Found Dead in Apparent Murder-Suicide”, en *Denver Guardian*. Disponible en: <http://archive.is/KGfJq> [Fecha de consulta: 04-03-2021].
- Tatum, S. (2017): “Trump sigue cuestionando el lugar de nacimiento de Obama, según un reporte”. *CNN*, 29 de noviembre. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/11/29/trump-sigue-cuestionando-el-lugar-de-nacimiento-de-obama-segun-un-reporte/> [Consultado: 03-03- 2021].
- *The art of the demagogue*. (2015). *The Economist*. 5 de septiembre. Disponible en:

<https://www.economist.com/briefing/2015/09/05/the-art-of-the-demagogue> [Fecha de consulta: 07-05-2021].

- The U.S. National Archives and Records Administration. (2017). *¿Qué es el Colegio Electoral?* Disponible en: <https://www.archives.gov/espanol/colegio-electoral> [Consultado: 3 - 02- 2021].
  
- *Trump culpa a México por la inmigración: «No hace nada por nosotros, solo toman nuestro dinero y nos venden drogas».* (2018). *CNN*, 22 de junio. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2018/06/22/trump-culpa-a-mexico-por-la-inmigracion-no-hace-nada-por-nosotros-solo-toman-nuestro-dinero-y-nos-venden-drogas/> [Fecha de consulta: 08-05-2021].
  
- Univision. (2015). “NBC, Televisa y Slim terminan relación comercial con Donald Trump”. *Univision Noticias*, 29 de junio. Disponible en: <https://www.univision.com/noticias/nbc-termina-tambien-relacion-comercial-con-trump-tras-sus-declaraciones-sobre-latinos> [Fecha de consulta: 08-05-2021].
  
- Vega, Y. (2015). “Trump: mexicanos traen crimen y drogas y son violadores”. *CNN*, 16 de junio. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2015/06/16/trump-mexicanos-traen-crimen-y-drogas-y-son-violadores/> [Fecha de consulta: 10-04-2021].
  
- Webster, T. (2016). *Behind the numbers: the 2016 national election exit poll*. Disponible en: <https://www.edisonresearch.com/behind-numbers-2016-national-election-exit-poll/> [Consultado: 08-03-2021].

- Wolf, Z. (2020): “Qué es el Colegio Electoral y cuál es su función en las elecciones de EE. UU.?” . *CNN*, 28 de agosto. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/08/28/que-son-los-colegios-electorales-y-cual-es-su-funcion-en-las-elecciones-de-ee-uu/> [Fecha de consulta: 7-02- 2021].
  
- YOTA691 (2016): “Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement” . *DinarVets*, 22 de Agosto. Disponible en: <https://dinarvets.com/forums/index.php?/topic/223563-pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [Fecha de consulta: 4-03- 2021].



