



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

**La imagen de Donald Trump en las primarias
presidenciales de Estados Unidos (2016 y 2020).
Análisis comparativo en *El País* y *ABC* de Sevilla**

TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN PERIODISMO

Autora: María Manzano Ruiz

Tutora: Dra. María José García Orta

Sevilla, junio de 2020

Resumen

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) analiza, estudia y compara la cobertura mediática de la prensa española proyectada hacia la imagen de Donald Trump, el 45º presidente de los Estados Unidos de América, en el contexto de las de las primarias presidenciales de 2016 y 2020.

Donald Trump, el mandatario de la primera potencia económica mundial, resalta por su gran capacidad para concretar lo que en el ámbito de la comunicación se conoce como *agenda setting*. Es decir, la determinación de intereses por parte de los medios, que posteriormente serán atendidos por los propios espectadores.

Hemos seleccionado *El País* y *ABC* de Sevilla como medios de referencia para llevar a cabo dicho análisis, con el fin de determinar si el tratamiento y cobertura se corresponde a hechos objetivos o bien responde a intenciones propagandísticas y, sobre todo, cuál es su posicionamiento respecto a la reelección de Donald Trump.

Este doble contexto se extiende hasta el “Supermartes”, con motivo de tratar los cambios en el discurso periodístico en relación con la imagen de Donald Trump como precandidato en 2016 y en 2020 como presidente de Estados Unidos, sometido al *impeachment* a nueve meses de las elecciones presidenciales.

Para ello, se detalla un marco teórico sobre la propia figura y trayectoria política de Donald Trump, el sistema político de Estados Unidos y, finalmente, el sistema estructural de *El País* y *ABC* de Sevilla.

Con este estudio comprobaremos alta presencia de Donald Trump en la prensa española y la repercusión del *impeachment*, reelección y aun incredulidad por haber llegado a la Casa Blanca en 2016.

Palabras clave: Donald Trump, primarias, sistema electoral, Estados Unidos, reelección.

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Objetivos e hipótesis.....	5
3. Metodología.....	7
3.1. Delimitación del objeto de estudio.....	7
3.2. Fundamentos metodológicos y análisis de contenido.....	9
3.3. Ficha de análisis	15
4. Marco teórico.....	32
4.1. Biografía de Donald Trump.....	32
4.1.1. Implicación en política.....	36
4.2. Sistema político de Estados Unidos.....	39
4.2.1. Sistema de partidos.....	41
4.2.1.1. El Partido Demócrata.....	44
4.2.1.2. El Partido Republicano.....	45
4.2.1.3. Otros partidos.....	47
4.2.1.4. La financiación de los partidos.....	48
4.2.2. Sistema electoral estadounidense.....	50
4.2.2.1. ¿Quién vota en las primarias?.....	50
4.2.2.2. El proceso de elección del candidato.....	51
4.2.2.3. El proceso de la elección presidencial.....	54
4.2.2.4. La campaña electoral.....	58
4.3. <i>El País</i> y <i>ABC</i> de Sevilla: análisis estructural.....	60
4.3.1. <i>El País</i>	61
4.3.2. <i>ABC</i> de Sevilla.....	64
5. Resultados.....	68
5.1. Aspectos generales del tratamiento informativo.....	68
5.2. Importancia de la imagen.....	80
5.3. Los géneros informativos en <i>El País</i> y <i>ABC</i> de Sevilla.....	101
5.4. Los temas tratados y los protagonistas de la información.....	111
5.5. Las fuentes de información.....	117
5.5.1. Fuentes documentales.....	117
5.5.2. Fuentes orales.....	119
5.6. La apuesta por los mensajes propagandísticos.....	122
6. Conclusiones.....	132
7. Referencias.....	134
8. Anexo.....	149
8.1. Anexo I: Ejemplos de publicaciones en los diarios.....	149
8.2. Anexo II: Publicaciones completas.....	156

1. Introducción

Cuando en junio de 2015, Donald Trump anunció su candidatura a las primarias republicanas, nadie se imaginaba que cinco años después estaría preparándose para seguir siendo el cuadragésimo quinto presidente de Estados Unidos. Su presentación oficial fue emitida por casi todos los medios de comunicación, pero nadie creía que el magnate tenía posibilidades reales de llegar a la nominación republicana.

Los precandidatos, en la contienda que supone la elección presidencial de Estados Unidos, se mantenían a la espera de conocer cuáles serían los candidatos ganadores de las primarias correspondientes. En 2016, en la disputa por obtener la mayoría de los delegados encontrábamos a Donald Trump, a Ted Cruz y a Marco Rubio. No obstante, el interés se centró en el primero, que a febrero de 2016 es el que, según las encuestas, tenía más posibilidades de obtener la candidatura. Más allá de las suposiciones, su campaña estaba teniendo una gran repercusión en la sociedad americana, en los medios de comunicación y, de forma derivada, en todo el mundo.

Estados Unidos juega un papel muy importante en las relaciones internacionales, ya que es uno de los principales protagonistas del orden mundial. Es por lo que el interés sobre el camino que podría seguir la economía, la inmigración, el comercio y la sociedad en sí, hacen de estas elecciones el principal foco de interés político a nivel mundial.

Donald Trump ya adelantaba en su programa electoral lo que haría en el caso de que fuese presidente, y eso despertó cierto alboroto en el contexto social. Sin embargo, con todos estos condicionantes, se alzó como ganador del “Supermartes” en 7 de los 10 estados que se jugaban delegados ese día. Todas las cartas y titulares de la prensa lo afianzaron como candidato por el Partido Republicano.

La repercusión mediática a nivel mundial fue grande, pues en España los titulares también se hicieron eco de lo que podría pasar y acabaría pasando: Donald Trump, presidente de Estados Unidos. Asimismo, a través de las reacciones por las promesas que hizo y está cumpliendo hoy, como, por ejemplo, los temas relacionados con sanidad, educación, economía, comercio, se ha forjado una imagen paradójica que influye a la hora de referirse a él.

Por otro lado, sus principios constituidos bajo componentes racistas, conservadores y populistas (Peredo Castro, 2018, p. 262) pusieron en cuestión muchos valores que hasta ahora dominaban el funcionamiento social. De ahí que el Partido Republicano quisiera reaccionar ante la ruptura del *establishment* que estaban sufriendo y quisieran frenar a un Trump imparable. Pablo Pardo (2020) aún la preponderancia racista de Donald Trump con los altercados que se han producido en Estados Unidos desde el asesinato del afroamericano, George Floyd, el pasado 25 de mayo de 2020 a manos del “policía blanco” Dereck Chauvin. Ante estos acontecimientos, los manifestantes desarrollaron una fuerte protesta a las puertas de la Casa Blanca. El

presidente quedó protegido en el búnker subterráneo del edificio. A la vez, respondía a través de Twitter, “cuando comienzan los saqueos, comienzan los disparos” (Lissardy, 2020, s.p.).

Actualmente, el contexto también está marcado por la absolución del presidente del *impeachment*. Este juicio político o proceso de destitución se inició a raíz de que un informante denunciara ante el Congreso de los Estados Unidos que Donald Trump había presionado a líderes de Ucrania en busca de su beneficio electoral. La mayoría republicana, con la excepción de Mitt Romney, lo arrojaron desde el principio. Según Mars (2020), “este ha sido el *impeachment* más partidista vivido hasta ahora” (p. 2).

Las relaciones internacionales de Estados Unidos están más marcadas que nunca por el veto del Senado ante la prohibición de que Trump ejecute las acciones de política exterior por su cuenta, además, la reelección sin Sanders. Todo ello unido a la gestión inteligente de su gabinete de comunicación está dando, de forma absoluta, lugar a un protagonismo exacerbado de su figura que no hace más que seguir creciendo, retroalimentándose sin cesar. Por lo tanto, el papel de la prensa española, en concreto *El País* y *ABC* de Sevilla tanto el 2016 como 2020, y la gestión en la construcción de la imagen de Trump será el objeto de observación y estudio de esta investigación. Los periodos de análisis coinciden en el contexto electoral, ya que desarrolla el comienzo de las primarias presidenciales, en ambos casos desde los inicios de febrero hasta el “Supermartes”.

Resulta innovador porque en la actualidad se plantea el concepto de la reelección presidencial, y ante la duda y un contexto marcado por un gobierno bipartidista, queremos estudiar si *ABC* y *El País* también son bipartidistas a la hora de referirse a Donald Trump. Además, hablar de él, implica asociarlo a las redes sociales, en concreto a Twitter, ya que gracias al uso continuo que hace de ésta su política se vive a tiempo real desde cualquier parte del mundo. En consecuencia, estos mensajes llegan a ocupar portadas de periódicos y espacios informativos.

Son muchos los estudios observados sobre Donald Trump, vinculados en su mayoría a la campaña política desarrollada en 2016, la ley de inmigración, la personalidad narcisista que le caracteriza y su mensaje, e incluso, la imagen de los candidatos republicanos en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en la prensa digital española. Sin embargo, nuestra investigación dota de novedad los aspectos antes mencionados debido a la actualidad abarcada en unas primarias presidenciales que comparan las ya acaecidas en 2016 con las que se están desarrollando este 2020 en un contexto político y electoral diferente. Donald Trump era candidato por el Partido Republicano, hoy es el presidente de Estados Unidos y el 3 de noviembre el voto popular y electoral deberán decidir.

2. Objetivos e hipótesis

El objetivo general es analizar los escenarios mediáticos en los que la prensa escrita española sitúa a Donald Trump, mediante el estudio de los textos periodísticos informativos publicados en los diarios *ABC* de Sevilla y *El País* en 2016 y 2020.

Los objetivos específicos son:

1. Determinar el enfoque propagandístico con el cual los diarios *ABC* de Sevilla y *El País* construyeron una imagen negativa de Donald Trump.
2. Analizar los elementos textuales y no textuales del discurso de Donald Trump recogidos por la prensa española.
3. Comparar el tratamiento informativo con el que los diarios *El País* y *ABC* de Sevilla hicieron alusión a la reelección de Donald Trump.
4. Conocer si actualmente *El País* y *ABC* de Sevilla tachan de inesperada la victoria de Donald Trump en el contexto de las futuras elecciones del 3 de noviembre de 2020.

Por otro lado, tendremos otros dos objetivos de carácter secundario para complementar nuestro análisis: analizar el personaje mediático en el que se ha convertido Donald Trump a lo largo de su trayectoria empresarial antes de ser presidente de Estados Unidos, y conocer en profundidad el sistema político y mediático norteamericano para poder entender y aplicar estas dinámicas a los actores en el proceso de la comunicación política.

Para realizar este estudio partiremos de las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo se construye el personaje público y mediático de Donald Trump?
- ¿Cuáles han sido las claves de su éxito empresarial y político?
- ¿Cómo es el sistema político norteamericano?
- ¿Cuál ha sido el tratamiento de *El País* y *ABC* de Sevilla en las primarias presidenciales de 2016 y 2020?
- ¿El discurso de Trump para ser reelegido presidente es similar al que emitió en 2016?

Por tanto, una vez definidos los objetivos de este estudio, pasaremos a especificar las hipótesis establecidas tras haber observado la bibliografía.

Nuestra hipótesis de partida es que Donald Trump, en su condición de figura política cuya trayectoria y programa de gobierno, es objeto, en la edición sevillana de *ABC* y *El País*, de un mensaje informativo bajo un sistema estructural predominante, impregnado por diferentes rasgos ideológicos que están definidos en sus respectivas líneas editoriales.

Sub-Hipótesis 1: La elaboración del mensaje negativo contra Trump se desarrolla en torno a una serie de temas, propuestas electorales, algunos de ellos con fuerte carga emocional negativa y opuesta en relación con el protagonista.

Sub-Hipótesis 2: La propaganda utilizada se sirve de una serie de variados procedimientos, entre los que se encuentran la selección o presentación de imágenes con que los textos quedan complementados y las técnicas lingüísticas aplicadas.

Sub-Hipótesis 3: La cobertura mediática en ambos periodos está marcada por la línea editorial perseguida por cada medio.

Sub-Hipótesis 4: El tratamiento informativo que Donald Trump recibe en 2016 se debe a la falta de preparación y planificación ante la posible elección, que se manifiesta en 2020 bajo el concepto de imprevisible y otros recursos no pertinentes.

Respecto a los dos objetivos de carácter secundario, la hipótesis que los engloba parte de la inquietud latente en la imagen proyectada de Donald Trump como magnate, candidato y mandatario de Estados Unidos, que contiene atisbos de opinión.

3. Metodología

3.1. Delimitación del objeto de estudio

Tachar a la prensa de “enemigo del pueblo norteamericano” (Wemple, 2020, s.p.) es el argumento actual con el que Donald Trump, presidente de Estados Unidos se refiere a los medios de comunicación. Su figura pasará a la historia y nunca dejará de ser estudiada, sin embargo, como expone Boot (2020) en *The Washington Post*, será “el peor presidente estadounidense de todos los tiempos” (s.p.).

Es complicado hallar el equilibrio entre la cobertura informativa que recibe la imagen de Trump y el papel antagónico de la política estadounidense. Principalmente, porque diversos autores (López Oceguera, 2017) consideran que, desde su llegada, las propias bases del sistema político y del sistema de gobierno de Estados Unidos han sido sacudidas hasta sus cimientos. Además, su figura destacaba por carecer de experiencia política, poseer una inmensa fortuna y manipular temas económicos, raciales, demográficos y religiosos de amplias capas sociales. Según López Oceguera (2017), alcanzó la magistratura del líder del sistema capitalista mundial sin poseer ninguno de los atributos considerados como necesarios para ocupar ese cargo. De ahí, que fue cuestión de cuatro años que pudiera valorarse el papel de la administración del republicano, del rol que desempeña en la política estadounidense y, sobre todo, del tratamiento que se hace en la prensa española de él.

El lenguaje periodístico constituye un estilo literario específico. Martínez Albertos (1974, p. 11) señala la coincidencia de tres factores que se canalizan dentro de la prensa escrita, siendo estos: la tradición (de una época, de un género), la personalidad de quien escribe y la expectativa del destinatario.

Según Martínez Albertos (1974), la expectativa del destinatario se entiende como la rapidez y eficacia con la que el lector va a entender el texto. Por lo tanto, resulta indudable que el lenguaje periodístico reúne todas las características que acreditan la existencia de un estilo literario peculiar, un estilo caracterizado, básicamente, por los fines informativos que persigue y la exigencia o expectativa del destinatario. Un estilo que, además, está condicionado “por el sometimiento del autor al logro de los objetivos específicos del fenómeno informativo” (Martínez Albertos, 1974, p. 12).

Los periodistas tienen en cuenta, por lo general, que el lector comprenderá lo que lee y de ahí la influencia en el estilo del constructor de noticias (van Dijk, 1990, p. 115). Para van Dijk (1990) los periodistas también buscan que los lectores acepten lo que se les comunica, que crean en las afirmaciones y queden implicados en un proceso de persuasión, “desde el punto de vista ideológico, la noticia promueve implícitamente las creencias y opiniones dominantes de grupos de élite en la sociedad” (van Dijk, 1990, p. 124).

Esta última afirmación fue la detonante para centrar nuestro análisis en dos diarios de ámbito nacional e independientes, tal y como se definen en sus respectivos libros de estilo, como son *ABC* y *El País*. Al respecto, el director de *El País* por aquel entonces, Javier Moreno afirmaba:

Pero, por desgracia, no pueden reemplazar otros elementos quizá más principales para el correcto funcionamiento de la prensa, aquellos que en verdad constituyen las cuadernas del buque del buen periodismo y de cualquier sociedad democrática avanzada: la libertad de expresión, la independencia profesional, los principios éticos o la integridad moral de los que nos dedicamos a este oficio. (...) A los propios periodistas y especialmente al conjunto de la sociedad corresponde la inmensa y necesaria tarea de garantizar estos últimos. De ello depende más de lo que, quizá, nos atrevamos a imaginar (El País, 2014, p. 9).

Por tanto, teniendo en cuenta el importante papel de la prensa en un sistema democrático, el estudio elegido para nuestra investigación son los textos informativos relacionados con la figura de Donald Trump que hayan sido publicados en los diarios *El País* y *ABC* de Sevilla, en su edición en papel, desde el 1 de febrero hasta el 3 de marzo de 2016 y del 1 de febrero al 5 de marzo de 2020. Ambos periodos corresponden con el desarrollo del primer mes de las elecciones primarias en Estados Unidos hasta el denominado “Supermartes”. Éste es un día decisivo para las mismas, pues es el momento en el que más primarias se celebran a la vez en los estados norteamericanos.

Para ser precisos, debemos señalar que, puesto que los resultados de las primarias se publican dos días después del “Supermartes”, hemos prologado dos días. Es más, el segundo periodo, debería de empezar el lunes 3 de febrero de 2020, con motivo del arranque de las primarias, pero lo hemos iniciado el primer día del mes porque la información relacionada con el *impeachment* (juicio político, en español) estaba dando lugar a un contenido digno de examinar.

Por lo tanto, a modo de resumen se indican los dos periodos de análisis:

- 1 de febrero de 2016 hasta el 3 de marzo de 2016.
- 1 de febrero de 2020 hasta el 5 de marzo de 2020.

La elección de la figura de Trump viene marcada por la reputación que le precede. Mucho antes de ser presidente, el *showman* y magnate inmobiliario era conocido por sus comentarios fortuitos, opiniones racistas, diversos escándalos y pequeñas alusiones a una posible candidatura presidencial. Posteriormente, la determinación del periodo se confirma por la fuerte presencia que el actual presidente de los Estados Unidos tuvo en 2016, siendo un mero candidato. Desde entonces, la situación de la economía estadounidense ha mejorado como nunca, ha recortado en impuestos, ha bombardeado el Estado Islámico, y como indica en el apartado de “Promises Kept” (promesas cumplidas, en español) de su página web (www.promiseskept.com/), quiere seguir haciendo grande a América cuatro años más. Es por ello, que la comparación del periodo 2016-2020 esconde el objetivo de

determinar la posición que toman los medios seleccionados ante esta posible reelección que ha tenido mucha cobertura mediática.

Por otro lado, para este estudio se han elegido dos medios de máxima relevancia en el ámbito periodístico español: *El País*, como periódico generalista de mayor audiencia, con más de un millón de lectores diarios, según indica la propia redacción de este medio (El País, 2020) y, *ABC* en su edición sevillana, pues supera al resto de diarios locales con una audiencia de 107.000 lectores diarios (Vocento, 2020). Asimismo, son dos clásicos contrapuestos a la hora de realizar una comparativa de la cobertura mediática con motivo de las diferencias determinadas respecto a las líneas editoriales perseguidas, que se apuntarán en el marco teórico.

Los géneros de información que se han escogido a nivel textual son la noticia, el despiece, el reportaje, la crónica, la entrevista y el informe; y nivel visual, la infografía y la fotonoticia. Es por ello que será sometido a análisis todo contenido en el que aparezca la palabra “Trump”, según se refiera a él como candidato, presidente e incluso a su gobierno o administración.

Además, los núcleos semánticos se encuentran interconectados y vinculan múltiples elementos (Donald Trump puede estarlo con los aranceles económicos a la agricultura española, el gobierno de Estados Unidos con la paz en Afganistán, la situación general de Estados Unidos en términos de política exterior e incluso el *impeachment*, como tendremos ocasión de examinar). Por ello, que el objetivo general será analizar los escenarios mediáticos en los que la prensa escrita española sitúa a Donald Trump, mediante el uso de los textos periodísticos informativos publicados en los diarios destacados.

Por último, la selección de los géneros informativos frente a los de opinión se corresponde con la necesidad de querer estudiar las variables del periodismo informativo de hoy, y ver si hay atisbos de periodismo ideológico, que al fin y al cabo se traduciría en la subjetividad propia de los géneros de opinión, los cuales no hemos trabajado.

3.2. Fundamentos metodológicos y análisis de contenido

El análisis de contenido a lo largo de este siglo se ha convertido en una de las técnicas de investigación más frecuentes, pues todo texto o imagen puede ser interpretado de forma directa, a través de lo que el autor pretende comunicar, o en cambio, indirecta, ya que el texto puede ser en sí un instrumento que el autor utilice para transmitir un sentido oculto.

De ahí que el texto y contexto sean dos aspectos diferentes, pero indispensables para el análisis de contenido que, en un sentido amplio, es una técnica de interpretación

de textos que se basa en la lectura (textual o visual) como instrumentos de recogida de información (Abela, 2002, p. 2).

Comenzaremos realizando un acercamiento a las definiciones más características del análisis de contenido, a través de autores como Berelson (1952), Klaus Krippendorff (1990) o Laurence Bardin (1986), que han estudiado la historia y las técnicas de este procedimiento que nació en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia (Estados Unidos) a raíz de los trabajos sobre material periodístico elaborados por Harold Laswell (Bardin, 1986, p. 11).

A partir de 1935 surgieron las primeras investigaciones que condujeron al desarrollo de esta técnica. Silberman (citado en López, 1963, p. 48) destaca cuatro factores sociales que influyeron en el incremento de la atención prestada al análisis de contenido: el rápido desarrollo de la prensa, la radio y el cinematógrafo; el aumento de la importancia concedida a la opinión pública; la extensión creciente de la propaganda política y de la publicidad comercial; y, por último, la Segunda Guerra Mundial.

En la década de los 80, Bardin (1986) toma de Berelson (1952) la definición de análisis de contenido, pues desde el punto de vista metodológico resume las preocupaciones epistemológicas de este periodo como "(...) una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, que tiene como primer objetivo interpretarlas" (Bardin, 1986, p. 13). La objetividad se ve reflejada en el modo de empleo de los procedimientos que utilizan los investigadores, de modo que los resultados obtenidos puedan ser susceptibles de verificación.

Por otro lado, la sistematización se refiere a pautas ordenadas que abarcan el total del contenido observado (Abela, 2002, p. 2). A lo que Krippendorff (1990) añade que la confluencia de estos dos elementos derivaba en el requisito de "reproductividad" de todo instrumento de investigación científica. Dicho de otro modo, las reglas que gobiernen sobre estos deben ser explícitas (objetivas) y aplicables a todas las unidades de análisis (sistemáticas).

De la definición de Berelson (1952), destacamos otros dos elementos: cuantificable y manifiesto. La cuantificación pide que se pueda cifrar numéricamente la información. Por otro lado, que el contenido sea manifiesto implica la aseguración de que "el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable" (Abela, 2002, p. 3).

Asimismo, Krippendorff (1990) subraya que el análisis de contenido "es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto" (p. 28). El elemento que añade a esta definición es el contexto como marco de referencias donde se desarrollan

los mensajes y significados. De este modo, el análisis de contenido se realiza en función del contexto con los datos y se justifica según éste.

Para Bardin (1986), la definición consensuada sobre el análisis de contenido es la siguiente:

(...) conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de esos mensajes (p. 32).

A la hora de realizar un análisis de contenido hay que tener en cuenta dos presupuestos (Krippendorff, 1990): “los mensajes no tienen un único significado” (p. 30), pues siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas; y, en segundo lugar, “no es necesario que exista coincidencia acerca de los significados (...)” (Krippendorff, 1990, p. 30), conforme existe un consenso o acuerdo intersubjetivo sobre lo que significa un mensaje para unas personas que comparten la misma perspectiva cultura y sociopolítica, el significado del mensaje simplifica enormemente el análisis de su contenido. De ahí que se pueda prever, que los mensajes en su constitución puedan ser reconstruidos por los usuarios.

Según los parámetros de medición y evaluación empleados en el análisis de contenido, es posible diferenciar entre análisis cuantitativo y cualitativo. No actúan en el mismo campo, y como observan Cook y Reichardt (1986) hay un acercamiento entre las metodologías cuantitativas y cualitativas.

Desde los años cincuenta, algunos autores establecen el carácter cuantitativo en sus definiciones de análisis y otros defienden la validez del análisis cualitativo. El aspecto cuantitativo llama la atención porque en la discusión científica se produjeron aproximaciones cuantitativas y cualitativas durante la primera mitad del siglo XX y eso marcó las pautas en la concepción histórica del análisis de contenido.

Tal y como señala Festinger y Katz (citado en Nogales Bocio, 2013, p. 119), “el análisis de contenido es una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Sin embargo, Nogales Bocio (2013, p. 119) añade que la descripción cuantitativa ha de ser completada por una interpretación cualitativa. Es por lo que, el análisis de contenido no puede limitarse a una recopilación cuantitativa de datos numéricos.

Una de las distinciones más acertadas, a nuestro parecer, entre el análisis cuantitativo y cualitativo es la que establece Bardin (1986). Este autor plantea que la aproximación cuantitativa está fundada en la frecuencia de aparición de ciertos elementos del mensaje, mientras que la no cuantitativa recurre a indicadores no frecuenciales susceptibles de permitir interferencias; por ejemplo, la presencia o

ausencia puede ser un índice tan fructífero o más que la frecuencia de aparición (Bardin, 1986, p. 87).

Por su parte, el análisis cuantitativo obtiene datos descriptivos por un método estadístico. Gracias a la descomposición sistemática parece más precisa y fiable, porque la observación está mucho más controlada para la verificación de una hipótesis. No obstante, según Bardin (1986) el análisis cualitativo es un procedimiento más intuitivo y flexible. Permite sugerir relaciones posibles entre un índice del mensaje y una o varias variables del emisor. Además, como señala Bardin (1986) “este análisis es válido para hacer deducciones específicas a propósito de un acontecimiento o de una variable de inferencia precisa” (pp. 87-88).

De la interpretación de Bardin (1986) podemos extraer que el análisis cualitativo no rechaza toda forma de cuantificación. De hecho, se puede recurrir a test cuantitativos para comprobar la aparición de indicios similares en discursos parecidos. Podemos decir que lo que caracteriza al análisis cualitativo es que “la inferencia está basada en la presencia del índice o ítem determinado (el tema, palabra, el personaje...), no en la frecuencia de su aparición” (Bardin, 1986, p. 88).

De este modo, desarrollamos este procedimiento que, según Bardin (1986), consta de tres fases fundamentales: la descripción (enumeración de las características del texto), la inferencia (deducciones lógicas) y la interpretación (significación acorde con las características del texto, en su esencia, cualitativa). En concreto, la inferencia es el procedimiento intermedio que permite el paso de la descripción a la interpretación. La inferencia consiste en las deducciones lógicas relativas a dos cuestiones. En primer lugar, a las causas o antecedentes del mensaje y, en segundo lugar, a las consecuencias que puede despertar como, por ejemplo, los efectos de la propaganda. Para Krippendorf (citado en Caruman y Quiroga, 2012, p. 2), la inferencia se refiere a “procedimientos estatuidos” por una teoría general de signos, como la semiótica, por ejemplo.

Tal y como indica Bardin (1986, p. 71), debe desarrollarse de forma cronológica en tres fases: el preanálisis; el aprovechamiento del material y el tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación.

Además, para Bardin (1986) el objetivo del preanálisis es “operar y sistematizar las ideas de partida para poder llegar a un proceso de desarrollo sucesivo o plan de análisis como tal” (p. 71).

En este sentido, detalla las diferentes operaciones que yacen de la conjunción de estas actividades no estructuradas o “abiertas”: a) lectura “superficial”; b) elección de los documentos (corpus) conforme con las reglas de exhaustividad (no dejar fuera ningún elemento), representatividad (en el caso de empezar el análisis de una muestra del universo o corpus total), homogeneidad (de los documentos escogidos) y pertinencia (con arreglo al objetivo que suscita el análisis); c) formulación de hipótesis (no es

obligatorio) y objetivos; d) señalización de los índices y elaboración de los indicadores, de forma que en función de la hipótesis se manifestarán los índices, que serán organizados de manera sistemática en indicadores que, a su vez, serán testeados con algunos elementos de los documentos (pretest del análisis).

Tras la organización del análisis, para tratar el material hay que codificarlo. La codificación, ubicada dentro de la segunda fase del análisis de contenido o explotación del material, es entendida por Bardin (1986) como “el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características pertinentes del contenido” (p. 78). La organización de ésta, en el caso que se dé un análisis cuantitativo y cualitativo, deriva en la descomposición (elección de las unidades), la enumeración (elección de las reglas de recuento) y la clasificación y agregación (elección de categorías). Esta tarea conlleva el manejo de una serie de conceptos: unidad de registro, unidad de contexto, reglas de enumeración y análisis cuantitativo *versus* cualitativo.

Por otro lado, si vinculamos la teoría a nuestra práctica, hemos utilizado quince unidades de registro, que a su vez han variado según la unidad de contexto aplicada, en nuestro caso las publicaciones de los periódicos *ABC* de Sevilla y *El País* en los años 2016 y 2020.

La unidad de registro es el ítem que se ha de codificar, que a su vez puede ser de naturaleza y tamaño variable. Estas limitaciones se realizan a nivel semántico como podría ser el tema, que para Belerson (citado en Bardin, 1986, p. 79) era “una afirmación que se hacía sobre un sujeto” y también se emplean los siguientes ejemplos: palabras (sustantivos, adjetivos, verbos, adverbios); objeto o referente (temas eje sobre los que se agrupa el discurso); personaje, acontecimiento o documento (noticia, libro, cuentos). En nuestra investigación hemos empleado quince unidades de registro: fecha de publicación; diario; sección; número de página; relevancia tipográfica; autoría y data; documentación gráfica; género informativo; título y elementos de titulación; tipos de titular; tema; protagonistas de la información; fuentes de información; reglas de la propaganda y, por último, técnicas de la propaganda.

La unidad de contexto conforme considera Bardin (1986), sirve como instrumento de “comprensión para codificar la unidad de registro” (p. 81). Es el segmento del mensaje cuyo tamaño, mayor a la unidad de registro, permite captar la significación de ésta.

Para hablar de reglas de enumeración hay que distinguir entre unidad de registro (lo que se cuenta) y regla de enumeración (cómo se cuenta). Algunas de ellas, según Bardin (1986, pp. 83-85) son: presencia o ausencia de los elementos de un texto, la frecuencia (se asocia con la importancia de alguna unidad de registro), frecuencia ponderada (la aparición de un elemento tiene más importancia que la de otro), intensidad (se puede medir teniendo en cuenta el tiempo verbal, adverbios de modo),

dirección (se debe ver reflejado el sentido bidireccional del texto), orden de la aparición de las unidades de registro, y la contingencia (presencia, en el mismo momento, de dos o más unidades de registro en una unidad de contexto).

Posterior a la codificación se desarrolla la categorización o conversión de los datos brutos en organizados. Sin ser obligatoria resulta útil, pues como determina Bardin (1986), “es una clasificación de elementos por diferenciación posterior a la agrupación por género (analogía) a partir de criterios previamente definidos” (p. 90). El criterio puede ser sintáctico, semántico, expresivo o léxico.

Tras la categorización, enfocaremos los aspectos teóricamente (polos de análisis) y de forma realista según las inferencias (Bardin, 1986, p. 103): a) emisor (en este caso se insiste en la función expresiva o representativa de la comunicación); b) receptor (función instrumental de la comunicación); c) mensaje tanto en el plano del código (capaz de revelar realidades subyacentes) como de la significación y, d) medio o canal (más propio de los procedimientos experimentales que del análisis de contenido). Para nuestro estudio hemos tenido en cuenta tanto la opción del emisor, ya que el mensaje que un periodista expone le representa, como el mensaje, ya que el análisis del contenido puede hacerse a partir de los significados que libera el propio mensaje.

El análisis categorial, cronológicamente el más antiguo y prácticamente para Pierre Bardin (1986) “el más utilizado” (p. 119), funciona conforme se descompone el texto en unidades, y se clasifican éstas en categorías, según agrupaciones analógicas.

Por último, el tratamiento e interpretación de los resultados obtenidos que, para mayor rigor, estos resultados brutos se suelen someter a pruebas estadísticas y test de validez. Es más, el analista podrá ir adelantando interpretaciones y proponiendo inferencias.

Sin embargo, también hay otras técnicas más específicas, como, por ejemplo, el análisis de las relaciones, que orientada por la herencia de Freud (citado en Bardin, 1986), la teoría del aprendizaje, los análisis funcionales por ordenador y el estructuralismo, ha contribuido a orientar las técnicas de análisis sobre las relaciones que los elementos mantienen entre sí. De ahí, que el análisis de las relaciones se subdivide en el análisis de la contingencia y en el análisis estructural. La primera posibilidad “se ocupa en destacar las presencias simultáneas (contingencia o relación de asociación) de dos o más elementos en una misma unidad de contexto, es decir, en un fragmento de mensaje previamente definido” (Bardin, 1986, p. 154).

La segunda posibilidad, el análisis estructural, según Bardin (1986), “busca descubrir bajo la disparidad de fenómenos las relaciones ilegibles, o ahogadas, que prueban un orden oculto” (p. 161). Es una realidad estructurada porque el sitio de los elementos es más importante que su número. En este tipo de metodología estructuralista se tiende a la disposición de los diferentes ítems, tratando de descubrir

las relaciones (aparentes o latentes) que los organizan entre sí. La delimitación estructural más elemental es la que se basa en la oposición binaria, como hemos aplicado en nuestro caso. Un ejemplo de ello es la “locución persuasiva y estructura narrativa: la publicidad” (Bardin, 1986, p. 160), ya que de ella se puede extraer la organización connotativa subyacente que la rige.

Para finalizar con este repaso sobre el tratado que Pierre Bardin (1986) realiza sobre el análisis de contenido, el autor concluye explicando la mecánica del análisis del discurso que parte de un proceso de producción como puesta a punto de una estructura:

Conociendo las condiciones de producción y el sistema lingüístico se puede poner a punto, por el análisis de la superficie semántica y sintáctica del discurso, la estructura que lo organiza o proceso de producción. (...) El discurso está situado, determinado, no sólo por el referente, sino por la posición del emisor en las relaciones de fuerza y por sus lazos con el receptor. El emisor y el receptor del discurso corresponden a lugares determinados en la estructura de una formación social. Estos lugares están representados en los procesos discursivos en que se desarrollan; precisamente están presentes en ellos, pero transformados (Bardin, 1986, p. 169).

3.3. Ficha de análisis

Para realizar el análisis del contenido y codificar los datos obtenidos, se ha elaborado una ficha en la que hemos establecido quince categorías: fecha de publicación; diario; sección; número de página; relevancia tipográfica; autoría y data; documentación gráfica; género informativo; título y elementos de titulación; tipos de titular; tema; protagonistas de la información; fuentes de información; reglas de la propaganda y, por último, técnicas de la propaganda.

Gracias al preanálisis realizado al periódico generalista *El Mundo*, medio que no pertenece al objeto de estudio pues no se pretende influir en el comportamiento informativo de *ABC de Sevilla* y *El País*, y a la consulta directa de documentación académica, teórica y bibliográfica, hemos podido fijar las categorías que se describen a continuación.

1. Fecha de publicación. Será importante para determinar el tratamiento informativo concedido a la figura de Donald Trump y, por lo tanto, qué relevancia le dan ambos periódicos y qué seguimiento se hace del mismo.
2. Diario. Se indicará si la información se ha publicado en *ABC de Sevilla* o *El País*.
3. Sección. Determinaremos la sección en la que se publica la información. Las posibilidades serán: Internacional, España, Economía, Sociedad, Cultura y Gente. La sección de España se ha incluido porque, aunque engloba la información relacionada con el territorio nacional, queremos conocer la repercusión de la política de Trump en nuestro país y la reacción de los políticos españoles.

4. Número de página en el que se encuentra cada texto y su ubicación: Si está en página par, impar, ambas (entendiendo en este caso que el medio le dedica una doble página a la información), portada, contraportada o aparece abriendo la portadilla de sección. La portadilla en *ABC de Sevilla* es “La dos” y en el caso de *El País* en 2016 era la “Página 2” y en 2020 es el inicio de la sección Internacional. Este cambio de portadilla por sección en *El País* se produjo del 8 al 9 de septiembre de 2018.

5. Relevancia tipográfica.

5.1. Extensión. A la hora de determinar la longitud del texto, lo mediremos según lo recomendado por el *Libro de estilo de El País* (2014). En él se considera que ningún párrafo debe superar las 100 palabras. Así como, la entrada y el cuerpo total del texto no deben exceder las 900 palabras. Exactamente, la entrada debe ocupar unas 60 palabras y cualquier información que no supere las 600 palabras no llevará ladillos.

Es por lo que, a través de estos datos, y teniendo en cuenta la diferencia de columnas del formato impreso de *ABC de Sevilla* (4) y *El País* (5), lo equitativo es medir la longitud de la siguiente forma:

- Más de 1 pág.
- 1 pág.
- Más de ½ pág.
- ½ pág.
- Menos ½ pág.
- Breve.

6. Autoría y data. Esta unidad de registro nos permitirá comprobar si la información, al ser continua en un periodo de tiempo cerrado, mantiene la misma firma o no. No obstante, en el caso de que la autoría se viera modificada no afectaría al estudio, pues lo importante es que el documento periodístico vaya firmado, ya que, si no, como indica López Hernández y Domínguez Delgado (2012), “podría empobrecer la calidad del diario” (p. 794). A raíz del preanálisis realizado, distinguimos las siguientes posibilidades:

6.1. Autoría. Para conocer la procedencia de la información, se ha tenido en cuenta que el texto vaya firmado por un periodista (se especificará si es corresponsal o enviado especial), que se haya elaborado con teletipos de agencias de noticias (*Agencia EFE, Europa Press, Associated Press, Reuters, Servimedia y Copilsa*) o que sea redactado por el medio de comunicación sin identificar al periodista (Redacción).

6.2. Data: ubicación desde la que se redacta la información. Entre las diferentes opciones podemos contemplar: Washington, Los Ángeles, Texas, Nueva York,

México, Miami, Carolina del Sur, New Hampshire, Jerusalén, Berlín, Caracas, Londres, Iowa, Dubái, Las Vegas, Girona, Madrid, Bruselas y otros.

7. Documentación gráfica:

7.1. Se especificará la existencia de fotografías, ilustraciones, infografías y otros, así como la cantidad de estas (una; dos o más). Para evitar equívocos, hemos diferenciado entre fotografía e ilustración. Al respecto, *El Mundo* (2002) considera que la ilustración es más antigua y no mantiene relación directa con la actualidad, con el texto informativo en el momento de la publicación.

El Mundo (2002), por ejemplo, toma las ilustraciones del Servicio de Documentación, que representan a personajes, hechos o lugares relacionados con la nueva información, por lo que equivaldría a las imágenes de archivo.

Puesto que en la actualidad una infografía puede ser considerada un género informativo, también será analizada como tal en la categoría de géneros. En este sentido, coincidimos con la afirmación de José Manuel de Pablos (1991, pp. 159-160), quien, leída en una publicación de Abreu Sojo (2000), sostiene:

Es un nuevo género periodístico, —el último y más novedoso de los géneros de expresión informativa, que se puede asentar con firmeza en la tecnología informática, aunque no exclusivamente, porque también puede haber infografías artesanales. Agrega De Pablos que —uno de estos métodos de comunicación puede ser el modo de representación numérica —en figuras de gráfico simples y tradicionales, de barras, tartas u otras modalidades tan conocidas (p. 81).

En la categoría de documentación gráfica, sólo entenderemos la infografía como recurso visual, siguiendo a Abreu Sojo (2002), quien confirma que “otros autores, por el contrario, no utilizan el término ‘género’ al momento de definir la infografía y prefieren emplear vocablos como disciplina, recurso, ilustración y representación, entre otros, para referirse a ella” (p. 83).

7.2. Protagonistas. Para conocer la relevancia que el medio le concede a esta categoría, se ha considerado oportuno detallar cuál o cuáles son los protagonistas y la temática de dichas imágenes. En este sentido, fruto del preanálisis, se han establecido las siguientes variables:

- Donald Trump
- Familia Trump
- Políticos del Partido Republicano
- Políticos del Partido Demócrata
- Políticos extranjeros
- Reyes de España
- Electores

- Otros

7.3. Tema:

- Debate
- Acto electoral
- Política exterior
- Rueda de prensa
- Agenda política
- Política interior
- Otros

7.4. Tipos de planos: En el caso de las fotografías y las ilustraciones, la relevancia visual viene determinada por cuestiones formales vinculadas a la captación de dichas imágenes. Al respecto, siguiendo la obra de La Banda (2012, p. 231), analizaremos las siguientes variables:

- Plano general: nos enseña el lugar donde se desarrolla la acción. Es de carácter descriptivo.
- Plano americano: es un plano medio ampliado, que muestra al personaje de la cabeza hasta las rodillas.
- Plano medio: muestra la acción del personaje en el entorno, las relaciones con otros personajes, las conversaciones. Es de carácter narrativo pues su función principal es representar el verbo de la frase. Con el término “frase” nos referimos a la categoría título, que desarrollaremos más adelante.
- Primer plano: expresan los sentimientos de los personajes o muestran detalles relevantes. Es de carácter expresivo ya que representa el adjetivo de la frase.
- Plano detalle: También de carácter expresivo, se utiliza para mostrar un detalle concreto en el rostro del personaje o un objeto.

7.5. Angulación:

- Normal: da sensación de realidad al estar la cámara a la altura de los ojos del protagonista.
- Picado: da sensación de inferioridad, de indefensión, al estar la cámara por encima del personaje.

- Contrapicado: transmite sensación de superioridad, de grandeza, fuerza o poder, porque la cámara está por debajo del sujeto.
- Aberrante: el eje vertical de la cámara está en ángulo con respecto al eje vertical del sujeto, lo da la sensación de desequilibrio o estado emocionalmente fuerte en el personaje.

7.6. Localizaciones. Para Abreu Sojo (2004), “cada fotografía es intencional o accidentalmente situada dentro de un contexto. Entonces el significado de una foto depende en gran medida del contexto en la cual es presentada: Cómo y dónde es vista afecta radicalmente su sentido” (p. 3). Incluso añade que el texto, el título, la leyenda, la ubicación de la foto y hasta el mismo nombre del periódico, condicionan el mensaje fotográfico.

Por ello, analizaremos las distintas localizaciones que aparezcan en las fotografías e ilustraciones, así como la simbología de la imagen. En concreto, se han establecido las siguientes variables relacionadas con los escenarios o localizaciones:

- a) Localizaciones para acto electoral: Lugares públicos en los que se desarrollan las primarias.
 - Auditorios
 - Aparcamientos
 - Iglesias
 - Universidades
 - Polideportivos
 - Casinos
 - Otros
- b) Localizaciones para ruedas de prensa:
 - Capitolio
 - Sala de prensa de la Casa Blanca
 - Despacho Oval
- c) Localizaciones extranjeras: País extranjero que mantiene relación directa o indirecta con Estados Unidos.
 - Venezuela
 - Rusia
 - Reino Unido
 - Afganistán

- Irán
- España
- India

d) Otros, por ejemplo: plató de televisión.

7.7. Simbología. Con respecto a la simbología predominante que podremos encontrar en las imágenes, hemos fijado nuestras variables de análisis teniendo en cuenta, entre otras, estas declaraciones de Soriano González (2019): “Trump es un ultraconservador nacionalista íntegro, porque su nacionalismo afecta a todas las dimensiones” (p. 135). Observaremos como símbolos:

- Bandera Estados Unidos
- Sello del presidente de los Estados Unidos
- Carteles electorales, distinguiendo Partido Demócrata y Partido Republicano.
- Eslóganes: “Make America Great Again”, “We Are Stronger Together”, “Our best days still lie ahead”.
- Ave nacional (águila calva): Aparece en la mayoría de los escudos oficiales.
- Bandera extranjera.
- Otros.

7.8. Intencionalidad. Dentro de la categoría de documentación gráfica, analizaremos la intencionalidad y la retórica visual de los recursos publicados. Con respecto a la intencionalidad, debemos tener presente que los medios de comunicación publican o deben publicar imágenes si son informativamente relevantes. Para van Dijk (1990):

El valor informativo de los acontecimientos sociales y políticos se halla parcialmente determinado por la seriedad de sus consecuencias. Mediante la discusión real o posible de las consecuencias, un discurso periodístico puede otorgar coherencia causal a los acontecimientos informativos. A veces, las consecuencias son incluso más importantes que los propios acontecimientos informativos principales (p. 85).

Teniendo en cuenta lo anterior, así como la obra de Ferrer Franquesa y Gómez Fontanills (2010), se han contemplado las siguientes variables para analizar la intencionalidad de las fotografías e ilustraciones:

- a) Expresiva. Imágenes originales con un alto componente creativo. Quiere comunicar estados de ánimo y concepciones subjetivas.

- b) Informativa. Imágenes producidas para registrar una realidad y con intención de dejar constancia de un hecho verídico. Imágenes de fotografía de prensa y retratos.
- c) Persuasiva. Tiene como objetivo prioritario modificar, alterar criterios o estado ideológico o anímico del público receptor. La publicidad sería su campo de acción más recurrido. En esta tipología es muy importante valorar cómo se establece la relación con el espectador. Se caracterizan por ser imágenes de gran impacto visual. Se complementa con textos y otros recursos audiovisuales para transmitir mejor el mensaje.
- d) Narrativa. Imágenes con voluntad de contar una historia, que se ejemplifica en los cómics, las imágenes cinematográficas y los *story-boards*.

7.9. Retórica visual. Para saber qué más hay detrás de las imágenes que se publican el *ABC* de Sevilla y *El País*, recurriremos a la retórica visual, entendida como, “los mensajes visuales que adquieren entonces su significado mediante la sintaxis del lenguaje visual, es decir, con el uso de las distintas figuras retóricas” (Menéndez-Pidal, 2012, p. 101).

Las figuras principales que aplicaremos son las de adjunción y sustitución, como Barthes definió en su artículo de 1964, publicado en el número 4 de la revista *Communications*.

Por adjunción entendemos cuando se añaden uno o dos elementos a la proposición. Dentro de la adjunción destacamos la repetición (figura retórica que consiste en repetir a propósito palabras o conceptos) y la comparación o símil (una figura se compara expresamente con otra cosa, para dar idea viva y eficaz de una de ellas).

Por último, dentro de la retórica visual están las figuras de sustitución, entendiendo la sustitución como una supresión (producida cuando se quita uno o varios elementos de la proposición) seguida de una adjunción. Desde la sinécdoque que designa un todo con el nombre de una de sus partes o viceversa; la hipérbole como figura que aumenta o disminuye aquello de lo que se habla; la alusión como figura que consiste en aludir a alguien o a algo; la metáfora que traslada el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de comparar; la metonimia que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa y la antífrasis que designa personas o cosas con voces que signifiquen lo contrario de lo que se debería decir.

- 8. Género informativo. Utilizaremos como variables de análisis géneros extraídos de la clasificación de José Álvarez Marcos (citado en Fernández Barrero, 2017, p. 75) detalladas en el capítulo *Las formas de la información: el diseño de los géneros*

periodísticos en los diarios impresos y el estudio “Géneros Complementarios” de Antonio López Hidalgo (citado en Fernández Barrero, 2017, p. 72).

8.1. Género según el predominio textual. Distinguiremos:

- Noticia: Relato objetivo de un acontecimiento novedoso, actual y que suscite interés (Hernando Cuadrado, 1994).
- Despiece: Se presenta con otra tipografía y sin justificar para destacar un aspecto de la noticia principal y separarlo así del resto del cuerpo de texto.
- Reportaje: De mayor extensión, no tiene por qué ir separado por ladillos para facilitar su presentación y, según Hernando Cuadrado (1994), permite un estilo más personal.
- Crónica: Contiene más elementos noticiosos que el reportaje y menos que la información. Para *El Mundo* (2002) es un género típico de corresponsales y enviados especiales.
- Entrevista: Su formato puede ser pregunta-respuesta o reportajeada, con un texto narrativo en el que se destaquen las respuestas parafraseándolas.
- Informe: Suelen tener el mismo tratamiento que los reportajes, pero titulares con tipografía diferente.

8.2. Género según el predominio visual:

- Fotonoticia. Se incluye como género periodístico dada la importancia y presencia que detectamos en el preanálisis. En el *Libro de Estilo de El País* (2014) se confirma que, por tratarse de una imagen como hecho noticioso, puede ir acompañada de un solo título que no tiene por qué tener carácter informativo. El pie de foto en el medio mencionado no debe exceder a las 15 líneas.

Es una imagen individual que sintetiza e informa un hecho, un suceso o un fenómeno social. La fotonoticia, al igual que el foto-reportaje cumple su función informativa por sí misma, a través de códigos visuales independientes, al margen de la información adicional o complementaria de textos escritos (Villaseñor, 2011, p. 36).

- Infográfico. Leturia (1998) considera que los infográficos son tremendamente útiles para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto. Siguiendo a este autor, clasificaremos las infografías en algunos de los siguientes tipos:
 - Gráficos: presentan información numérica y estadística.
 - Lineal o de fiebre: Muestra cambios expresados en números, a través del tiempo.
 - De barra: Funciona preferentemente con unidades y establece comparaciones entre ellas.

- De tarta: Indica la división de partes de un todo y sus proporciones en forma de queso. Se representa con un círculo.
 - Mapa: necesario para mostrar la ubicación de un acontecimiento. Lugar donde ha ocurrido un hecho.
 - Tabla: es un cuadro sencillo donde se presentan en la mayoría de los casos datos descriptivos. Ejemplo: horarios, distancias, encuestas, etc.
 - Diagrama: es el que puede precisar mayores habilidades artísticas. Los objetos y sucesos se acompañan con leyendas.
9. Título y elementos de titulación. Los manuales de redacción sostienen que el título debe expresar lo más importante del texto periodístico. Así lo afirma van Dijk (1990), quien añade una característica llamativa como es la temática del texto en su carácter “troceado” (p. 71). Esto significa que, para cada tema, la información más importante se presenta primero. Por esta razón, en esta categoría se incluirá el título usado en las unidades de análisis.

Además, los franceses llaman *titrage* a todo el conjunto de cabezas que se sitúan junto a un texto periodístico para llamar la atención acerca de su contenido (Martínez Albertos, 1974, p. 161). En nuestro caso, indicaremos también la presencia o no de antetítulo, subtítulo o incluso si aparecen ambos en las informaciones. La noticia es el único género que tiene subtítulo en *ABC* y *El País* (Álvarez Marcos, citado en Fernández Barrero, 2017, p. 75).

10. Tipo de titular. Zorrilla Barroso (1996) cree “fundamental distinguir los titulares por la clase de función comunicativa que desempeñan, o, con otras palabras, por su manera de transmitir información” (p. 157). Por su función comunicativa, clasificaremos los títulos según esta tipología:
- Designativo: cuando el titular informa sobre unos hechos, sin ninguna otra connotación y ofrece una versión de la noticia escrita en sí misma y designando unos hechos singulares.
 - Temático: el titular enuncia el tema que contiene el cuerpo de la información y basta con captar la palabra o palabras temáticas del texto periodístico.
 - Referencial: utilizado para encabezar artículos y reportajes de los que no es necesario informar sobre el tema, porque se supone que es conocido. Requiere un trabajo más creativo para que el lector ubique la información en el contexto correcto.
 - Evocador: acostumbra a utilizar juegos de palabras, frases de moda, refranes, canciones, anuncios publicitarios y otros mecanismos más ingeniosos. Según Zorrilla Barroso (1996, p. 163), el poder seductor que tiene esta clase de titulares es el que hace que sean utilizados también por la prensa sensacionalista.

- Apelativo: juegan con la gramática y utilizan una tipografía diferente, además de ir acompañados de imágenes impactantes.
- Expresivo: incluye los titulares que contienen opiniones, puntos de vista o valoraciones que hace el periodista.
- Declarativo: se emplea el verbo “decir” o sus sinónimos aplicado a una frase textual entrecomillada o de forma indirecta, utiliza también “verbos realizativos” (Alamillo, 2006, p. 183), siendo estos, débiles (“reconocer”, “cuestionar”, “debatir”, “revelar”, etc.) o fuertes (“prometer”, “advertir”, “provocar”, “reprender”, etc.).

11. Tema. Después de varias lecturas de las unidades de muestreo, hemos establecido un esquema con las siguientes variables:

- a) Muro México
- b) Política exterior
 - Ucrania
 - Venezuela
 - Brexit
 - Plan de paz (Jerusalén)
- c) Política interior:
 - *Tea Party*
 - *Establishment*
 - *Obamacare*
 - Discurso del Estado de la Unión
 - Investigaciones
 - Despidos
 - Dimisiones
 - *Impeachment*
- d) Economía y comercio
- e) Inmigración y refugiados
- f) Primarias
 - Partido Republicano
 - Partido Demócrata
 - Debates

- “Supermartes”
- Estados decisivos
- Reelección

12. Protagonistas de la información. Son aquellos sujetos de la acción en el mensaje, es decir, personas o instituciones que hemos extraído tras haber realizado el preanálisis. Añadimos al final la variable Otros, para aquellas instituciones que hayan aparecido puntualmente en cada uno de los periódicos. Las variables de análisis son:

- Donald Trump
- Partido Republicano
- Casa Blanca
- Partido Demócrata
- Estado Islámico
- F. B. I. (Buró Federal de Investigaciones)
- Nancy Pelosi
- Mitt Romney
- Venezuela
- Nicolás Maduro
- Juan Guaidó
- Rusia
- Senado
- Cámara de Representantes
- Twitter
- Gobierno de Estados Unidos
- Agencia de EE.UU. para el desarrollo
- Secretario General de la Organización de los Estados Americanos
- Otros

13. Fuentes de información. En función de la distinción entre fuentes documentales y fuentes orales desarrollada por Chicote (2006, pp. 168-172), distinguimos dos subcategorías:

13.1. Fuentes documentales:

- Archivos (con autoría y procedencia plenamente probada)
- Internet.

- Libros.
- Hemerográficas (periódicos, revistas, semanarios, panfletos).
- Estadísticas, encuestas y sondeos de opinión.
- Comunicados de prensa (van Dick, 1990, p. 141).
- Otras

13.2. Fuentes orales:

a) Según su atribución, Chicote (2006) distingue fuentes:

- *On the record* (para publicación): la información es atribuible a la fuente y el uso de ella es totalmente abierto.
- *On background* (como antecedente o documentación): la información se puede publicar, pero hay que atribuirla a un colectivo. Ejemplo: fuentes de la embajada de Estados Unidos.
- *On deep background*: el periodista tiene derecho al uso de la información, pero no va a revelar nada sobre su procedencia. Ejemplo: fuentes que han solicitado el anonimato.

b) Fuentes voluntarias: aquellas que voluntariamente suministran información al periodista:

- Activa (buscan al periodista) o pasiva (el periodista las busca a ellas).
- Oficiales (personas que ocupan un cargo público o privado) u oficiosas. Este criterio tiene que ver con la institucionalización de las fuentes de información. Las fuentes oficiales pueden ser citadas con atribución directa (*on the record*) ya que asumen la información que suministran.
- Implicadas (personas interesadas o no en que la información se publique porque les afecta directamente) y fuentes no implicadas (no tienen nada que ver con la información, no obstante, facilitan el contenido).

c) Al concepto de voluntarias vamos a añadirle dos posibilidades más tomadas del Estudio de las Fuentes de Información, de Pérez Curiel (2005, p. 562):

- Según la cercanía de los hechos pueden ser primarias (participan en el hecho noticiable) o secundarias (las que proporcionan una información ya elaborada periodísticamente procedente de fuentes primarias).
- Según el ámbito de especialización pueden ser fuentes políticas (gubernamentales y no gubernamentales), económicas, culturales, científicas y deportivas.

14. Reglas de la propaganda. Para analizar el tratamiento que se hace del candidato republicano en los diarios *ABC* de Sevilla y *El País*, en 2016 y 2020, es necesario tener presente que la figura de Trump se ha vinculado con la manipulación y la desinformación. Según Llantada:

“Yo amo a Trump” y “Yo amo a Hitler”, es lo mismo, pero con una variante: a Trump no le interesa ser gobernante de un país. Lo que sí quiere es utilizar técnicas que utilizaron los Nazis para unir a su pueblo contra un enemigo común. No, esto no es otra teoría de conspiración: se trata de recordar hechos históricos y entender las técnicas de propaganda que han existido desde siempre, pero que a últimas fechas se han profesionalizado como la ciencia de la manipulación de masas (Forbes, 2015, s.p.).

Por lo tanto, es vital incorporar en nuestro análisis, variables vinculadas con la propaganda. En concreto, estudiaremos cómo se manifiestan en las informaciones publicadas las reglas de propaganda de Jean Marie-Domenach publicadas en *Le propagande polihique* (1950):

- a) Regla de simplificación y del enemigo único. En este aspecto, la propaganda se esfuerza en primer lugar por la simplicidad. De forma que se adopta una única idea, un único símbolo y se individualiza al adversario en un único enemigo.
- b) Regla de exageración y desfiguración. La exageración de las noticias es un procedimiento periodístico corrientemente utilizado por la prensa partidista, que hace resaltar todas las informaciones que le son favorables: así se trate de una frase aventurada por un político, como del paso de un avión o de un navío desconocidos, transformados en pruebas amenazantes. Otro procedimiento frecuente es el uso hábil de citas desvinculadas de su contexto. Lo relacionamos con el concepto de objetividad selectiva que acuña Merrill, Lee y Friedlander (1992) que veremos posteriormente.
- c) Regla de orquestación. La orquestación de un tema dado consiste en su repetición por todos los órganos de propaganda en formas adaptadas a los diversos públicos, que deben ser tan variadas como sea posible. Goebbles (citado en Domenach, 1950) aporta, “para un público diferente, siempre un matiz diferente” (p. 58).
- d) Regla de transfusión. Se trata de transmitir argumentos que puedan arraigar en la sensibilidad de la población de forma que el orador no contradiga formalmente al colectivo. En nuestro contexto sería “regalar los oídos”.
- e) Regla de unanimidad y del contagio. Con unanimidad, Domenach (1950) recoge que es un medio de entusiasmo y terror al mismo tiempo. Y el medio de contagio más divulgado es, con toda evidencia, la manifestación de masa, así se trate un mitin o de un desfile.

15. Técnicas propagandísticas. Para concluir esta ficha de análisis y el estudio de la propaganda en los medios de comunicación seleccionados, el aspecto más importante de este trabajo analítico ha sido facilitado por la obra de Merrill, Lee y Friedlander (1992) titulada *Medios de Comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y el Mundo*. De esta obra, hemos obtenido las siguientes variables:
- a) El uso de etiquetas. Con sentido positivo o negativo, se aplican a personas, programas, productos o proyectos sin proporcionar datos que lo justifiquen. Refleja prejuicios o estereotipos de la gente. Es un mecanismo que contribuye a la regla de la simplificación del mensaje.
 - b) Presentar testimonios. El propagandista busca a alguien para que dé testimonio del valor de lo que está tratando de “colocar”. Para Merrill, Lee y Friedlander (1992, p. 78) el uso de esta técnica pide a los miembros del público que aprecien algo porque alguien conocido dice que a él le gusta.
 - c) Haz como todos. Es la llamada a nuestro instinto social de afiliación y encaje con el grupo, o miedo de automarginación, de manera que nos sumemos a la mayoría.
 - d) Generalizaciones resonantes. De carácter vago; tanto palabras positivas como negativas. Ejemplo: “norteamericano hasta la médula”. Presenta imágenes emocionales sin datos objetivos.
 - e) El hombre sencillo. Esta estrategia se basa en la asociación, un intento del propagandista de presentarse ante el público como “uno de sus miembros”.
 - f) Transferencia. Consiste en conducir el respeto de la gente por determinado símbolo hacia el proyecto, producto o candidato en cuestión. Ejemplo: político envuelto en una bandera.
 - g) Estereotipos. Se crean y combinan en forma de prejuicios.
 - h) La presentación de las opiniones como hechos. Dar una opinión disfrazada de hecho. Tomamos el ejemplo que exponen Merrill, Lee y Friedlander (1992): “el presidente X se mostró desorganizado y errático en su discurso de ayer” (p. 81).
 - i) Hablar a través de otras fuentes. Seleccionar las opiniones de otros de acuerdo con las del periodista.
 - j) Atribuciones tendenciosas. Usar adjetivos y verbos cargados de significado en las citas directas o indirectas, como “amenazó”, “observó” o incluso, “dijo”.
 - k) Selección y omisión de la información. Siguiendo una pauta fija e intencional: usar ciertos hechos, omitir otros, quitar importancia.
 - l) Autoridad vaga. Ejemplo: “en medios judiciales se determina...”, “muchas gente dice...”.

- m) Objetividad selectiva. Usar datos específicos, información amañada o citas literales de personas para, de acuerdo con la intención, dar una imagen positiva o negativa. Ejemplo: el gobernador dijo, “no voy a aguantar este maldito negocio durante más tiempo” opuesto a: “El gobernador dijo que estaba decidido a no permitir que continuasen las prácticas del Senado”.

A continuación, se muestra de forma esquemática la ficha de análisis utilizada en este TFG.

Tabla 1

Ficha de análisis de contenido

FICHA DE ANÁLISIS Nº						
1. Fecha de publicación:						
2. Diario:	ABC de Sevilla	El País				
3. Sección:	Internacional	España	Economía	Sociedad	Cultura	Gente
4. Número de página y ubicación:		Par		Portada		
		Impar		Portadilla		
		Ambas		Contraportada		
5. Relevancia tipográfica:						
5.1. Extensión	Más de 1 pág.	1 pág.	Más de ½ pág.	½ pág.	Menos de ½ pág./Breve	
5.2. Aspectos formales		Recuadro		Sí	No	
		Cintillo		Sí	No	
6. Autoría y data						
6.2. Autoría	a) Periodista	Enviado especial		Corresponsal		
	b) Agencias de noticias	Agencia EFE		Europa Press	Reuters	
		Associated Press		Servimedia	Copilsa	
c) Redacción						
6.3. Data	Washington	Los Ángeles		Texas	Nueva York	
	México	Miami		Carolina del Sur	New Hampshire	
	Jerusalén	Bruselas		Berlín	Caracas	
	Londres	Iowa		Dubái	Las Vegas	
	Girona	Madrid		Otros		
7. Documentación gráfica						
7.2. Fotografía Ilustración Infografía Otros	Sí/No	Cantidad		Una; Dos; Más		
	Sí/No	Cantidad		Una; Dos; Más		
	Sí/No	Cantidad		Una; Dos; Más		
	Sí/No	Cantidad		Una; Dos; Más		
7.3. Protagonistas		Donald Trump		Familia Trump	Políticos Partido Republicano	
				Políticos extranjeros	Políticos Partido Demócrata	
		Reyes de España		Electores	Otros	
7.4. Temas		Debate		Acto electoral		
		Política exterior		Política interior		
		Rueda de prensa		Agenda política		
		Otros				
7.5. Tipos de planos		Plano general		Primer plano		
		Plano americano		Plano detalle		
		Plano medio				

7.6. Angulación	Normal		Contrapicado		
	Picado		Aberrante		
7.7. Localizaciones	a) Acto electoral	Auditorio		Universidad	
		Aparcamiento		Polideportivo	
		Iglesia		Casino	
		Otro			
	b) Rueda de prensa	Capitolio		Despacho Oval	
		Sala de prensa de la Casa Blanca			
	c) Extranjeras	Venezuela		Irán	
		Rusia		España	
		Reino Unido		India	
		Afganistán			
d) Otros					
7.8. Simbología	Bandera de Estados Unidos				
	Sello del presidente de Estados Unidos				
	Carteles		Partido Demócrata		
			Partido Republicano		
	Eslóganes		Ave nacional		
Bandera extranjera		Otros			
7.9. Intencionalidad	Expresiva	Informativa	Persuasiva	Narrativa	
7.10. Retórica visual	a) Adjunción	Repetición		Comparación	
		Comparación			
	b) Sustitución	Hipérbole		Metáfora	
		Alusión		Metonimia	
Antífrasis					
8. Género informativo					
8.2. Según el predominio textual	Noticia	Despiece		Reportaje	
	Entrevista		Informe		
8.3. Según el predominio visual	Fotonoticia				
	Infográfico		Gráficos		
			Lineal		
			De barra		
		De tarta			
		Mapa	Tabla	Diagrama	
9. Título y elementos de titulación	Titular		Antetítulo	Subtítulo	
10. Tipo de titular	Designativo		Temático	Referencial	
	Apelativo		Expresivo	Evocador	
11. Tema	a) Muro México				
	b) Política exterior	Ucrania		Venezuela	
		Brexit		Plan de paz Palestina	
	c) Política interior	<i>Tea Party</i>		Dimisiones	
		<i>Establishment</i>		<i>Obamacare</i>	
		Investigaciones		<i>Impeachment</i>	
		Despidos		Discurso del Estado de la Unión	
	d) Economía y comercio	e) Inmigración y refugiados			
	f) Primarias	Partido Republicano			
		Partido Demócrata			
Debate		"Supermartes"			
Reelección		Estados decisivos			
12. Protagonistas	Donald Trump		Partido Republicano		

	Partido Demócrata	Casa Blanca	Senado
	Gobierno Estados Unidos	Cámara de Representantes	
	Mitt Romney	Venezuela	Nicolás Maduro
	Hillary Clinton	Bernie Sanders	Joe Biden
	Juan Guaidó	Reyes de España	Otros
13. Fuentes de información			
13.2. Documentales	Archivos	Internet	Estadísticas, encuestas y sondeos de opinión
	Libros	Hemerográficas	Comunicados de prensa Otra
13.3. Orales	a) Según su atribución	<i>On the record</i>	
		<i>On background</i>	
		<i>On deep background</i>	
	b) Fuentes voluntarias	Activa/Pasiva	
		Oficiales/Oficiosas	
		Implicadas/No implicadas	
	c) Según la cercanía	Primaria	Secundaria
	d) Según la especialización	Política	Científica
Económica		Cultural	
Deportiva			
14. Reglas de la propaganda	Regla de simplificación y del enemigo único		
	Regla de exageración y desfiguración		
	Regla de orquestación		Regla de transfusión
	Regla de unanimidad y del contagio		
15. Técnicas propagandísticas	Uso de etiquetas	Haz como todos	Presentar testimonios
	El hombre sencillo	Transferencia	Objetividad selectiva
	Estereotipos	Autoridad vaga	Atribuciones tendenciosas
	Hablar a través de otras fuentes		Generalizaciones resonantes
	La presentación de las opiniones como hechos		Selección y omisión de la información

Fuente: Elaboración propia

4. Marco teórico

4.1. Biografía de Donald Trump

Donald Trump, el 45º presidente de los Estados Unidos, nació el 14 de junio de 1946 en el Jamaica Hospital Medical Center, del barrio de Queens de la ciudad de Nueva York (Estados Unidos). Además de político, es un gran magnate que tiene una amplia carrera en los medios de comunicación, los cuales usa a su conveniencia (Pellicer Alapont, 2017, p. 69).

En 1918, el padre de Donald Trump, Fred Trump (1905-1999), con tan sólo doce años, siguió los pasos de su predecesor, Friedrich Trump (1869-1918), fundando una empresa con su madre, Elizabeth Trump & Son, que más tarde sería renombrada como Trump Organization. Es más, resultan similares las biografías de padre, hijo y nieto. Fred Trump no era famoso por construir edificios de calidad, ni por ser un gran arrendador, sino por ser una especie de artista y hombre del espectáculo, que con posterioridad su hijo llevaría al extremo. Adoptó de su padre los enfoques creativos para producir la impresión de que había ganado miles de millones de dólares gracias a su habilidad para los negocios (Cay Johnston, 2016, p. 27).

Donald Trump (1987) en su primer libro, *El arte de la negociación*, alardeaba de haberse metido en infinidad de problemas en el colegio Kew-Forest, al que asistió junto con alguno de sus hermanos, hasta el extremo de que su padre lo mandó a la Academia Militar de Nueva York (NYMA) a los trece años para que aprendiera disciplina. Fue aceptado en Fordham College, una escuela católica del Bronx, pero se trasladó al año a la Escuela de Negocios Wharton, de la Universidad de Pensilvania. Trump invoca con frecuencia a esta escuela con programas de estudio relacionados con el sector inmobiliario. Se graduó en 1968 y obtuvo una diplomatura Bachelor of Science en Economía.

Todavía en la universidad, participó en la revitalización de unos apartamentos en Cincinnati (estado de Ohio) junto con su padre. Fue uno de sus primeros proyectos inmobiliarios y el momento de consolidar su nombre por el East River de Manhattan. Un nombre, una marca. En menos de dieciséis años levantaría el primer edificio con letras de bronce que llevaría su nombre, la Trump Tower.

No fue hasta los años 80 cuando Trump comenzaría a formar su reputación: hombre exitoso, millonario, inteligente, con poder, mujeriego, americano, *showman*... Fue difícil labrar una imagen que en la década pasada tildó a su familia de racistas (Cay Johnston, 2016, p. 50). Se le ha comparado en más de una ocasión con el demócrata Mike Bloomberg, al que Trump tacha de "minimike", debido a su baja estatura. Pardo (2020a), corresponsal de *El Mundo*, considera que "ambos comparten las cualidades de ser políticamente incorrectos, mujeriegos, chaqueteros y bordes" (p. 36).

El caso era que la familia Trump ofrecía apartamentos para alquilar en los edificios de su propiedad, a la vez que incumplían la Ley de la Vivienda Justa de 1968

(FHA, *Fair Housing Act*), por la cual cualquier persona tenía derecho a poder alquilar viviendas y negociar el alquiler independientemente de la raza o del color de piel. Se les denunció por racismo y como consecuencia el gobierno federal les obligó a alquilar sus apartamentos a cualquier tipo de persona, incluso a las que vivían de prestaciones públicas, durante dos años, lo que molestó a Trump hijo (Cay Johnston, 2016, p. 56). En cuanto superaron el plazo con creces, volvieron a ser denunciados por la recaída en el desprecio.

Durante estos años, Trump cedió su nombre a decenas de empresas minoristas, incluidas líneas de ropa, colonias, alimentos y muebles de marca, y a la Universidad Trump, desde la que estafó a más de seis mil estudiantes entre 2005 y 2010 con falsas promesas y un título que carecía de validez (Cassidy, 2016, s.p.). La universidad, posteriormente conocida como Iniciativa Empresarial Trump, se disolvió en 2010 por las denuncias de los antiguos estudiantes y por fraude. Ya no quedaba nada del negocio de su padre y sus beneficios crecían gracias a la reducción de impuestos a la propiedad durante 40 años. Fue la primera y problemática exención fiscal otorgada en la ciudad de Nueva York, gracias a la que levantó en 1983 la Trump Tower como residencia propia y la sede de la organización Trump.

También en esta década Donald Trump desarrolló el proyecto de Trump Plaza (1984) junto con la ayuda de Harra's Entertainment, un operador nacional de juegos del azar que le ayudaron con la financiación. Como recogió Donald Janson (citado en Bagli y Buettner, 2016, s.p.) en *The New York Times*, "el 10º y mayor casino se abre en la ciudad atlántica", siendo este un hotel y casino ubicado en el paseo marítimo de Atlantic City, en el estado de Nueva Jersey.

Un año después abriría su segundo casino, Trump's Castle Casino Resort (1985), y el complejo de Trump Parc (1986), que junto con la ayuda del arquitecto Frank Williams llegaron a preservar la belleza arquitectónica de lo que se había convertido en un hotel de lujo, cuyo patio delantero es el Central Park. Posteriormente, adquiriría el Hotel Plaza, de 19 pisos, por el cual pagó 400 millones de dólares en 1988 y que más tarde perdería por caer en bancarrota y, finalmente, el turno del Trump Taj Mahal (1990), que se convirtió en el tercer centro de juegos de azar que abrió en Atlantic City y, a su vez, el casino más grande del mundo y el proyecto más importante de su carrera (Bagli y Buettner, 2016, s.p.).

El magnate adquirió el equipo de fútbol New Jersey General en 1984 por nueve millones de dólares. Junto con otros empresarios, lo que pretendían era crear una poderosa liga que le hiciera competencia a la National Football League (NFL). Esta nueva liga de fútbol americano se denominó Liga Estadounidense de Fútbol (USFL).

Este invento de Trump (Pellicer Alapont, 2017, p. 77) no duró más de tres años. Pues la idea era integrar en la NFL el equipo que él mismo había comprado y había introducido en la liga que había creado. Los propietarios de la NFL se opusieron a ello y

Donald Trump decidió demandarlos por monopolio para que ésta aceptase a los New Jersey Generals, que pasaron a llamarse, por obra de Trump, New York Generals. Treinta años después, el presidente sigue proyectando odio hacia la National Football League (NFL) en sus redes sociales (Pramuk, 2018, s.p.).

También se hizo con Mar-a-Lago en 1994, una mansión de 118 habitaciones en Palm Beach (Florida) que data de la época de los años veinte del pasado siglo. Bajo el titular “Mar-a-Lago, la mansión en la que Trump aprendió las técnicas que le llevaron a la Casa Blanca”, Peirón (2019, s.p.) refleja que la clase dominante le despreció, de tal forma que “él centró su ataque en lo que consideró el *establishment* corrupto de Palm Beach” (Peirón, 2019, s.p.) y de ahí aprendió las técnicas que le han llevado a donde está actualmente.

Asimismo, compró un yate al que llamó Trump Princess. Era un Kingdom 5KR de 85 metros de eslora, que incluso apareció unos años antes de que fuera suyo en la película de la saga *Agente 007: Nunca digas nunca jamás* (1983), y un servicio de transporte aéreo de la costa este (Trump Shuttle) por 365 millones de dólares, que no duraría más de un año y medio a su cargo por no poder hacer frente a las millonarias deudas.

Por último, y bajo el título belleza y poder, Pellicer Alapont (2017, p. 79) destaca la figura de Trump en el ámbito de los concursos de belleza. Compró la organización Miss Universo en 1996 por 10 millones de dólares. A raíz de esta compra, gestionada por la *NBC* entre otros hasta 2015, año en el que se presentó a las elecciones, fueron saliendo a la luz acusaciones de abuso, comentarios soeces y comportamientos impropios. Como indica Pellicer Alapont (2017), “se jactaba públicamente de invadir los vestuarios de las reinas de belleza” (p. 80). Además, en 1996, fue nombrada Miss Universo la venezolana nacionalizada estadounidense, Alicia Machado. Por aquel entonces tenía 19 años y meses después de su nombramiento subió de peso y Trump extendió el rumor de que le iban a retirar la corona.

Desde 1990, su emporio se hallaba al borde del colapso. En 1991, el Trump Taj Mahal se acogió al capítulo 11 de la Ley de Quiebras, la primera de sus cuatro quiebras empresariales (Cay Johnston, 2016, p. 97). En 1992 cayó su Plaza Hotel, en 2004 su compañía Trump Hotels & Casino Resorts, y la misma sociedad, renombrada Trump Entertainment Resorts, se declaró en quiebra nuevamente en 2009.

Niega en cada uno de sus discursos la relación existente entre su nombre y las bancarrotas, pero sí hace referencias a ese momento como, por ejemplo, cuando anunció que se presentaba a la presidencia del país en 2016 a la *CNBC*: “He suscrito préstamos sabiendo que se puede devolver con descuentos. Y he tenido éxito con la deuda. Ahora bien, por supuesto, fui un aventurero y me fue bien, y fue bueno para mí y para todo aquello” (Cay Johnston, 2016, p. 113).

Donald Trump se casó por primera vez en 1977 con Ivana Zelníčková Winklmayr, una modelo checa con la que tuvo tres hijos, Donald Jr., Ivanka y Eric, antes de que la pareja se divorciara en 1992. La vida matrimonial de Trump era un elemento básico de la prensa sensacionalista de Nueva York. Contrajo matrimonio por segunda vez con Marla Maples, una actriz estadounidense que dio a luz al cuarto hijo de Trump, Tiffany, en 1995. El final de este matrimonio llegó en 1999. Por último, en 2005, Trump se casó con la modelo eslovena Melania Knauss y su hijo Barron nació el año siguiente. Melania es actualmente la primera dama de los Estados Unidos tras la toma de posesión de Trump como presidente en enero de 2017.

De 2004 a 2015, el magnate estrenó un programa de televisión para NBC llamada *The Apprentice* (*El aprendiz* en español). Es un *reality show* de la NBC en el que durante catorce temporadas Trump fue el presentador y jurado. El premio para uno de los participantes, que solían rondar entre los 16 y los 18, era visitar su hogar, por aquel entonces, la Torre Trump. Flores (2016) revela que, “ha sido a través de *El Aprendiz* como Trump se ha elevado a la categoría de celebridad indiscutible” (s.p.). Para Pellicer Alapont (2017, p. 71) esto hizo que mejorara su estilo y dotes de *showman*. No obstante, una vez que llegó a la presidencia, *El aprendiz* siguió siendo producido por Donald Trump y con el actor Arnold Schwarzenegger como presentador hasta 2017.

El nombre de Donald goza sin duda de la definición que un jugador de *bridge* hace del término *trump* (triumfo): una mano ganadora gracias a una carta que por su palo supera a todas las demás. En su forma verbal, *trump* significa “concebir algo sin escrúpulos” y “falsificar, fabricar o inventar” (Cay Johnston, 2016, p. 17). De ahí, que uno de los hitos que lo vinculan con los medios de comunicación sea la acusación errónea a la que fueron sometidos *Los cinco de Central Park* sobre la brutal agresión a Trisha Meili. Donald Trump, allá por 1989, pedía a los medios y a través de páginas de publicidad que los cinco jóvenes fueran ejecutados.

Este episodio remite a la dureza con la que Trump abogaba contra los afroamericanos y los latinos, pues treinta años después el presidente de Estados Unidos acusaría a los mexicanos de “violadores”, a los musulmanes de potenciales terroristas y a todos los inmigrantes indocumentados de indeseados (Pellicer Alapont, 2017, p. 73). Estos jóvenes tenían edades comprendidas entre los catorce y dieciséis años, y Yusef Salaam, como relata Pellicer Alapont, (2017), años después admitió que manipularon a los ciudadanos, personas como Donald Trump para convencerlos de que eran culpables. Es más, el magnate gastó ochenta y cinco mil dólares en espacios publicitarios de destacadas cabeceras como *The New York Times*.

Dos años antes de los hechos de Central Park, Trump estaba meditando presentarse como candidato presidencial y lanzaba su primer libro: *The Art of the Deal* (*El arte de la negociación*, en español). “¿Un movimiento mediático para promocionar el libro que iba a publicar?”, se pregunta Pellicer Alapont (2017, p. 76).

No obstante, *Netflix* publicó el pasado 2019 la miniserie *When They See Us (Así nos ven*, en español) en la que aparece todo lo expuesto y el desenlace real, pues en 2002, tras cumplir siete años de prisión, entra en juego una sexta persona. Matías Reyes afirmó ser el único autor y por ello, el Tribunal Supremo de Estados Unidos exoneró de toda culpa a *Los Cinco de Central Park*.

La fortuna de Donald Trump supera actualmente los 2.100 millones de dólares, según la revista *Forbes* (2020). Es el dato más bajo desde 2015, lo que lo posiciona en el puesto número 1001 de la lista multimillonarios 2020. Conforme esta misma fuente, Donald Trump es el tercer hombre más poderoso del mundo en 2018, después de Vladimir Putin, presidente de la Federación Rusa, que ocupa la segunda posición y de Xi Jinping, presidente de la República Popular China.

En 2018 *The New York Times* publicó un reportaje sobre la investigación del origen de la fortuna de Donald Trump. Los periodistas David Barstow, Susanne Craig y Russ Buettner consiguieron demostrar que la fortuna inicial con la que comenzó a hacer negocios y a crear dinero no fue de un millón de dólares, cosa que él había afirmado siempre. En realidad, en la década de los 90 heredó al menos cuatrocientos trece millones de dólares. No obstante, David Cay Johnston (2016, p. 97) se retrotrae al pasado, porque Donald Trump se ha dedicado a promocionarse en público para cuantificar sus ingresos netos. En 2015, cuando se preparaba para las primarias republicanas, declaró en distintos medios de comunicación a cuánto ascendían sus ingresos y el motivo por el cual la cantidad variaba según “la consonancia con los mercados, las actitudes y los sentimientos, incluso mis propios sentimientos” (David Cay Johnston, 2016, p. 98).

Trump también es autor y coautor de una serie de libros sobre emprendimiento y su carrera profesional y personal. Su primer libro fue *Trump: el arte de la negociación* (1987), un libro que relata sus memorias empresariales que escribió con 41 años. Luego siguieron: *Trump, sobrevivir en la cumbre* (1990), *Trump: el arte del retorno* (1997), *Trump: cómo enriquecerse* (2004), *Trump, así llegué a la cima* (2005), *Los mejores consejos de bienes de raíces que he recibido* (2006), *Piensa en grande y pateas traseros en negocios y la vida* (2007), entre otros. El título de su último libro fue *Crippled America: How to make America Great Again* (2015), donde se expone el eslogan de su campaña presidencial 2015-2016. Soriano (2019, p. 135) afirma que la idea fundamental que hay detrás de su filosofía es *First America*.

4.1.1. Implicación en política

El inicio de su camino hacia la Casa Blanca se sitúa el 16 de junio de 2015, día que anunció desde la Trump World Tower de la Quinta Avenida de Nueva York, que presentaba su candidatura a la presidencia de los Estados Unidos.

Posteriormente aceptó la nominación republicana en julio de 2016, después de haber derrotado a diecisiete candidatos durante las primarias republicanas. Meses antes, *The New York Times* publicaba un artículo de opinión en el que la colaboradora Bryce Covert (2016) remarcaba que “hacer que Estados Unidos vuelva a ser grandioso, es el único mensaje verdadero e inquebrantable que Trump ofrece a sus seguidores” (s.p.). Del mismo modo, las teorías no iban más lejos de un pensamiento en el que América primero debía atender a sus propios intereses y al bienestar de sus ciudadanos, dejando de intervenir y prestar ayuda en el exterior que no les beneficia (Soriano, 2019, p. 135). Recordamos que el eslogan de Trump para las elecciones de 2016 fue “Make America Great Again” (“Devolver la grandeza a América”) y para la candidatura de 2020 “Keep America Great” (“Mantengamos grande a Estados Unidos”).

Desde la década de 1980 Trump utilizó como truco publicitario el dejar caer que podría llegar a presentarse a presidente, como hizo en 1988 en una entrevista en *El show de Oprah Winfrey* publicada en *YouTube* (2015, s.p). En 1999 cambió su registro de votante de republicano al Partido de la Reforma, y tras negarse a postularse en 2000, volvió a mostrar su preferencia ideológica al Partido Republicano y mantuvo un alto perfil público durante las elecciones presidenciales de 2012. Ganó mucho protagonismo mediático por insinuar falsamente que el presidente demócrata Barak Obama no era un ciudadano estadounidense nacido en EE.UU., un requisito fundamental para ocupar la Casa Blanca.

El 8 de noviembre de 2016, Donald Trump fue elegido presidente. Ganó más de 2.600 condados en todo el país, la mayor cifra desde el presidente Reagan en 1984. Recibió los votos de más de 62 millones de estadounidenses, que ofrecieron una gran victorial nacional y un momento histórico al unirse al compromiso de Trump de reconstruir Estados Unidos.

A juzgar por el perfil del presidente en la página web de la Casa Blanca (2020, s.p.), ese año ganó en parte porque hizo campaña en lugares donde los republicanos tenían dificultades para ganar: Flint, Michigan, Luzerne... Fue allí porque quería llevar su discurso de empoderamiento económico a todos los estadounidenses. Javier Ansorena (2017, s.p.), enviado especial de *ABC* al último condado mencionado, pudo observar de primera mano qué había ocurrido en esa región de Pensilvania. Bajo el título de “Viaje al centro de la victoria de Trump” justifica lo sucedido a través de la siguiente afirmación: “Trump se ha demostrado un prestidigitador de las emociones y de los sentimientos” (Ansorena, 2017, s.p.).

En los primeros cien días en la Casa Blanca, según Julie Alderman, coordinadora de investigación en *Media Matters* (citado en Pellicer Alapont, 2017, p. 85), al menos ciento treinta veces Trump o su administración han atacado a la prensa, treinta veces ha utilizado la frase “noticias falsas” en Twitter, ocho han llamado a los medios de comunicación deshonestos, doce es el número de veces que ha tuiteado sobre el

programa *Fox & Friends* y al menos cuatro ex personalidades de *Fox News* han sido designadas para servir en la administración de Trump.

Tres años después, anunció en un discurso en el auditorio Amway de Orlando (Florida) que volvería a presentarse a la reelección presidencial de los Estados Unidos por el Partido Republicano.

Para Soriano González (2019, p. 127) Donald Trump es totalmente imprevisible en dos aspectos: la durísima e incesante crítica contra los medios de comunicación y la demolición de la obra de su predecesor Barack Obama en prácticamente todas sus facetas (alianzas en las relaciones internacionales, extensión del seguro médico, regulación de millones de inmigrantes ilegales, política de apertura con Cuba, pacto de desnuclearización con Irán, acuerdo contra el cambio climático, etc.). Actúa de esta manera debido al apoyo que tiene, porque es justo en este momento en el que ha alcanzado su máximo nivel de popularidad ante su posible reelección a la presidencia de Estados Unidos.

¿Político empresarial o empresario metido a política? No ha dejado de ser empresario en su actividad política, es un caso excepcional del primer mandatario-empresario del planeta. Soriano González (2019) afirmó que “el presidente aplica el método de los grandes empresarios con éxito a la política” (p. 130). Pero esto puede llegar a suponer un problema, ya que la aplicación de las reglas de ambos mundos cuenta con principios y limitaciones diferentes. Cuando un proyecto empresarial fracasa, se perjudica a un determinado número de personas. Cuando lo hace un proyecto político, son muchos más los afectados. Encontramos afirmaciones como las siguientes:

Fracasar en las empresas no tiene el calado ni las consecuencias que un fracaso en la política. Motivos por los que me parece que el intento de Trump de gobernar la primera potencia mundial como si fuese una empresa no tiene sentido. Asume un alto riesgo de fracaso y además sus consecuencias negativas pueden ser inenarrables (Soriano González, 2019, p. 134).

Por otro lado, en términos internos, la presidencia de Trump (Morgenfeld y Nahón, 2017, s.p.) se encamina furiosamente a provocar un nuevo salto olímpico en materia de desigualdad y fragmentación (económica, social, cultural) en la primera potencia mundial.

Según Vicente E. Caballo (2017, p. 237), Trump despierta una admiración propia similar a la de un narcisista, pues experimenta cualquier evaluación negativa que se haga sobre él como un asesinato a su identidad, de ahí que desde los primeros cien días en la Casa Blanca el presidente y su administración se enzarzaran en una guerra sin precedentes contra la prensa y los medios de comunicación en general (Pellicer Alapont, 2017, p. 84).

El narcisista no es simplemente bueno, es el mejor. No es grande, es el más grande. No es honesto, es el más honesto. No es humilde, es el más humilde. No construirá un muro con México, construirá el muro más grande y bonito que se haya visto y nadie construye muros como Trump. Le encanta considerarse el mejor negociador del mundo. Aunque habla con mucha gente, señala que su principal asesor es él mismo (Caballo, 2017, p. 233).

Este contexto queda marcado por unas primarias demócratas que están beneficiando la postura del presidente absuelto del tercer *impeachment* de la historia estadounidense. Se trata del juicio político o proceso de destitución en el que se vio inmerso desde el 18 de diciembre de 2019 hasta el 5 de febrero de 2020 por el abuso de poder y obstrucción al Congreso.

4.2. El sistema político de Estados Unidos

Desde una mirada ajena puede parecer que el sistema de gobierno de Estados Unidos sea directo: el Congreso hace las leyes y el presidente las pone en ejecución. Sin embargo, Arnold y Stern (2004) considera que estamos ante “un sistema de interacciones e influencias mucho más complejo” (p. 3).

En primer lugar, los rasgos de este sistema político no tienen equivalentes en otros sistemas, por lo que Romero Ballivián (2018) examina que “esta excepcionalidad responde a una historia institucional y constitucional sin rupturas desde que se colocaron los cimientos del sistema político a finales del siglo XVIII” (p. 652).

Por tratarse de una república, la soberanía reside en el pueblo. Dicho poder se ejerce a través de elecciones programadas con regularidad en las que los votantes, ciudadanos de Estados Unidos, eligen al presidente, los miembros del Congreso y varios funcionarios estatales y locales, que promulgan leyes y dirigen las operaciones diarias del gobierno.

Por tratarse de una república, la soberanía reside en el pueblo. Dicho poder se ejerce a través de elecciones programadas con regularidad en las que los votantes, ciudadanos de Estados Unidos, eligen al presidente, los miembros del Congreso y varios funcionarios estatales y locales, que promulgan leyes y dirigen las operaciones diarias del gobierno.

En concreto, Estados Unidos constituye una república federal constitucional, con un régimen presidencialista como forma de gobierno, basado en la separación de poderes en tres ramas: ejecutivo, legislativo y judicial. El presidencialismo y el federalismo son sistemas pioneros (Campos, Güenechea y Ureña, 2020, p. 14), en los cuales se comparte el poder entre el gobierno federal y los estados federados.

El presidente de los EE.UU. concentra todo el poder ejecutivo, siendo a la vez jefe del Gobierno, jefe de Estado y comandante en jefe de las Fuerzas Armadas. La

separación entre los poderes legislativo (Congreso) y ejecutivo (presidente) es mucho más clara que en los regímenes parlamentarios, ya que se eligen por separado y gozan de su propia legitimación popular. Sin embargo, ambos cooperan debido al derecho de veto a las decisiones legislativas con el que cuenta el presidente.

La Constitución es la norma suprema que rige el funcionamiento de Estados Unidos desde el 17 de septiembre de 1787, día que fue adoptada en la Convención Constitucional de Filadelfia (Pensilvania), y luego ratificada por el pueblo en convenciones en cada estado bajo el nombre *We the People* (Nosotros el Pueblo). Incluye 27 enmiendas. Las diez primeras fueron adoptadas en 1791 y hoy conforman el llamado *Bill of Rights* (Declaración de Derechos) y garantizan la libertad de expresión, religiosa, de prensa, el derecho de reunión, el derecho a presentar demandas contra el Gobierno y una serie de derechos individuales en aspectos procesales y procedimientos criminales (Campos et al., 2020, p. 15).

Ya en el preámbulo de la Constitución se observa la orientación republicana:

Nosotros, el Pueblo de los Estados Unidos, a fin de formar una unión más perfecta, establecer justicia, asegurar la tranquilidad interior, proveer a la defensa común, promover el bienestar general y asegurar para nosotros mismos y para nuestros descendientes los beneficios de la libertad, proclamamos e instituimos esta Constitución para los Estados Unidos de América (Constitution Facts, 1787, p. 2).

Con el fin de preservar la libertad y la democracia del abuso de los representantes de cualquier mayoría absoluta, los Padres Fundadores establecieron un sistema de contrapesos y control conocido como *checks and balances*, para garantizar el equilibrio entre los poderes.

El poder legislativo (artículo I de la Constitución) está formado por la Cámara de Representantes (435 miembros que representan a los estados proporcionalmente a su población) y el Senado (en total, a razón de dos senadores por Estado), que en conjunto forman el Congreso, institución que tiene la facultad exclusiva de promulgar leyes, declarar la guerra y con poderes sustanciales de investigación. Su sede es el Capitolio, situado en Washington D.C.

Por último, el poder ejecutivo (artículo II de la Constitución) es, en sí mismo, el gobierno federal del país. Es el poder más importante, ya que reside exclusivamente en el presidente de la república. Cuenta con la capacidad de emitir órdenes ejecutivas, negociar tratados internacionales (que deben ser ratificados por dos tercios del Senado), otorgar indultos y designar magistrados de la Corte Suprema y jueces de tribunales federales, entre otras funciones.

De este modo, el presidente se desempeña como jefe de su partido político y puede usar su prestigio y la visibilidad de la presidencia para expresar opiniones y tratar de alcanzar objetivos de orden político, tanto ante el público como con los miembros de su propio partido en el Congreso. Del ejecutivo depende el vicepresidente, y de ellos

quince departamentos y agencias, como el sector de Agricultura (USDA por sus siglas en inglés); de Comercio (DOC); de Defensa (DOD); de Educación (ED); de Energía (DOE); de Salud y Servicios Humanos (HHS); de Seguridad Nacional (DHS); de Vivienda y Desarrollo Urbano (HUD); de Interior (DOI); de Justicia (DOJ); del Trabajo (DOL); de Estado (DOS); del Transporte (DOT); del Tesoro, y por último, el departamento de Asuntos Veteranos (VA) (Arnold y Stern, 2004, pp. 4-16).

Enrique Cocero, consultor político, en una entrevista para Miquel Pellicer (2017) afirma que, “la política americana es la política del hombre, es como tú lo quieres vender” (p. 45). Desde hace unos años la personalidad del candidato tiene más relevancia que el partido que lo respalda. Los representantes actúan de manera más o menos independiente, con sus propios equipos de campaña, sin disciplina de partido y con una gran libertad de conciencia.

4.2.1. Sistema de partidos

Giovanni Sartori (2005), en su obra *Partidos y sistemas de partidos*, entiende el concepto partido político como “cualquier grupo político que se presenta a elecciones y que puede colocar mediante elecciones a sus candidatos a cargos públicos” (p. 101). Al respecto, añade:

Los partidos políticos, como instituciones formales del sistema político de un Estado (democrático o no) es aquella organización de personas que se establece para lograr conquistar el poder político, y se articula como una herramienta o instrumento legítimo y necesario de un gobierno libre, y para reconciliar la existencia entre la existencia privada y la coexistencia pública (Sartori, 2005, p. 101).

De esta manera, queda comprendida la forma de concebir a un partido político, por lo que hay que fijar qué se entiende por sistema de partidos. Al respecto, Gangas (1995, p. 6) lo define como la configuración y relaciones entre los partidos importantes de un sistema político determinado. Por su parte, Sartori (2005, p. 166) establece una clasificación de siete sistemas de partidos, basados en el criterio numérico, es decir, la cantidad de partidos políticos que componen dicho sistema. La tipología es:

- Partido único. Para Sartori (2005) resulta “de forma muy visible, insuficiente” (p. 167). Únicamente existe y se permite un solo partido.
- Partido hegemónico. Tiende a permitir la existencia de otros partidos, pero estos son de segunda, porque no se les permite competir en términos de igualdad por lo que la alternancia no ocurre.
- Partido predominante. De categoría pluralista, se caracteriza por la inexistente alternancia e imposibilidad de alternancia en un largo periodo aun existiendo otros partidos.

- Bipartidismo. En él compiten dos partidos en condiciones de igualdad. Multipartidismo moderado. Este es un sistema numéricamente limitado, existe un número de partidos no mayor a cinco.
- Multipartidismo segmentado. Muestra altos niveles de fragmentación de los partidos, sin embargo, este rasgo no va acompañado de una competición separadora entre ellos. Por el contrario, como añade Ware (2004), “los partidos de sociedades que cuentan con, al menos, dos subculturas, apelan a las solidaridades de grupo y a la cooperación para la formación de gobiernos” (p. 269). De esta forma se evita la tendencia hacia el extremismo.
- Multipartidismo polarizado. Fragmentado en cinco o seis partidos con una distancia alta ideológica.

Estados Unidos es un sistema bipartidista, donde los representantes de únicamente dos partidos conforman casi todos los puestos de las cámaras legislativas, Senado y Cámara de Representantes, y de la presidencia. Actualmente, como explica Trajan Shipley en *El Orden Mundial* (2020, s.p.) en la Cámara de los Representantes hay un diputado independiente, Justin Amash, que había formado parte del Partido Republicano hasta 2019. También en el Senado hay dos de ellos independientes, fuertemente ligados al Partido Demócrata. Uno de ellos es Bernie Sanders, “el senador socialista independiente de Vermont” (Iber, 2018, s.p.). Respecto a las candidaturas de Bernie Sanders tanto para el 2016 como el 2020, Pablo Guimón comenta:

Irónicamente, su éxito podría ser precisamente lo que le cierre las puertas, por segunda vez consecutiva, a la candidatura demócrata. Su aventura de 2016 le coloca en una situación privilegiada respecto a sus contrincantes de 2020, pero también le despoja del aura *anti-establishment* que tan bien funciona entre cierto electorado (Guimón, 2019, s.p.).

Sin embargo, desde las elecciones de 1800, el sistema constitucional, tal y como había sido concebido por los Padres Fundadores, quebró, surgió “una estructura constitucional fundado en el bipartidismo, por lo que supusieron un «turning point» en la política norteamericana” (Pérez Alonso, 2013, p. 13). Es decir, el turno de poder entre dos fuerzas principales se remonta a las presidenciales de 1800, momento en el que Thomas Jefferson, vicepresidente y candidato del Partido Demócrata-Republicano había derrotado al presidente titular por el Partido Federalista, John Adams.

George Washington, el primer presidente de Estados Unidos, como explica Campos et al. (2020), “fue elegido sin hacer campaña y por unanimidad de votos electorales en el año 1798” (p. 22). Además, según añade, en aquella época solo votaban los hombres blancos, que además tuvieran prioridades.

Las enmiendas 15, 19 y 26 a la Constitución expandieron desde entonces el sufragio a todos los ciudadanos mayores de 18 años. Con la extensión al sufragio universal, las campañas electorales evolucionaron hasta convertirse en las disputas feroces y a menudo controvertidas que son actualmente, con presencia constante en los

medios y reproducidas en las redes sociales las 24 horas del día (Campos et al., 2020, p. 22).

Romero Ballivián (2018, p. 653) habla de “colapso” en el sistema de partidos en Estados Unidos a la hora de referirse al bipartidismo demócrata-republicano como tal, que no se consolidó hasta la guerra civil. De esta forma, extrapolamos a la siguiente tabla las distintas legislaturas, señalando el gobierno predominante:

Tabla 2

Los cuarenta y cinco gobiernos de Estados Unidos

Nº	Nombre	Partido	Mandato
1	George Washington	Independiente	1789 - 1797
2	John Adams	Federalista	1797 - 1801
3	Thomas Jefferson	Demócrata-Republicano	1801 - 1809
4	Jamen Madison	Demócrata-Republicano	1809 - 1817
5	James Monroe	Demócrata-Republicano	1817 - 1825
6	John Quincy Adams	Demócrata-Republicano	1825 - 1829
7	Andrew Jackson	Demócrata	1829 - 1837
8	Martin Van Buren	Demócrata	1837 - 1841
9	William H. Harrison	Whig	1841
10	John Tyler	Whig	1841 - 1845
11	James K. Polk	Demócrata	1845 - 1849
12	Zachary Taylor	Whig	1849 - 1850
13	Millard Fillmore	Whig	1850 - 1853
14	Franklin Pierce	Demócrata	1853 – 1857
15	James Buchanan	Demócrata	1857 – 1861
16	Abraham Lincoln	Republicano	1861 – 1865
17	Andrew Johnson	Republicano	1865 – 1869
18	Ulysses S. Grant	Republicano	1869 – 1877
19	Rutherford B. Hayes	Republicano	1877 – 1881
20	James A. Garfield	Republicano	1881
21	Chester A. Arthur	Republicano	1881 – 1885
22	Grover Cleveland	Demócrata	1885 – 1889
23	Benjamin Harrison	Republicano	1889 – 1893
24	Grover Cleveland	Demócrata	1893 – 1897
25	William Mckinley	Republicano	1897 – 1901
26	Theodore Roosevelt	Republicano	1901 – 1909
27	William H. Taft	Republicano	1909 – 1913
28	Woodrow Wilson	Demócrata	1913 – 1921
29	Warren G. Harding	Republicano	1921 – 1923
30	Calvin Coolidge	Republicano	1923 – 1929
31	Herbert C. Hoover	Republicano	1929 – 1933
32	Franklin D. Roosevelt	Demócrata	1933 – 1945
33	Harry S. Truman	Demócrata	1945 – 1953
34	Dwight Eisenhower	Republicano	1953 – 1961

35	John F. Kennedy	Demócrata	1961 – 1963
36	Lyndon B. Johnson	Demócrata	1963 – 1969
37	Richard Nixon	Republicano	1969 – 1974
38	Gerald R. Ford	Republicano	1974 – 1977
39	Jimmy Carter	Demócrata	1977 – 1981
40	Ronald Reagan	Republicano	1981 – 1989
41	George H. W. Bush	Republicano	1989 – 1993
42	William J. Clinton	Demócrata	1993 – 2000
43	George W. Bush	Republicano	2000 – 2008
44	Barack Obama	Demócrata	2008 – 2016
45	Donald J. Trump	Republicano	2016 - (-)

Fuente: Elaboración propia

4.2.1.1. El Partido Demócrata

En el contexto del Partido Demócrata, Washington acababa de elegir a su presidente, George Washington, el mismo que se presentó de manera independiente y formó gobierno con otros líderes de diferentes tendencias en 1789. Washington, en palabras de Campos et al. (2020), “temía a los partidos, pero fue inevitable que empezara a organizarse y a surgir durante su presidencia, tanto fuera como dentro de su propio gobierno” (p. 20). Tras finalizar su segundo mandato, gracias a la disposición del secretario de Estado, Thomas Jefferson, y el secretario del Tesoro, Alexander Hamilton, quedaron establecidos dos partidos claros: el Partido Demócrata-Republicano de Jefferson y el Partido Federalista de Hamilton. Según Aguirre (2000), “el Partido Demócrata es el heredero del Partido Demócrata-Republicano” (p. 33).

En 1832, en el marco de la nominación de Andrew Jackson a la presidencia fue cuando se instituyó el nombre del partido y se efectuó la primera Convención Nacional. Además, el Partido Demócrata era federalista y “gozaba de un alto grado de organización que resultó crucial para lograr el dominio de la escena política norteamericana entre 1828 y 1860” (Aguirre, 2000, p. 33). Tras la guerra civil, también llamada Guerra de Secesión (1861-1865), el partido quedó sumamente fracturado.

La división entre los miembros del sur, que participaron activamente en el gobierno confederado, así como los intentos de grupos demócratas del norte para negociar la paz, generaron confusión en los electores, que fue aprovechada por sus contendientes para presentar al Partido Demócrata como inconsistente e, incluso, hipócrita (Aguirre, 2000, p. 33).

Por el elitismo político debían de gobernar “los más capaces” (Campos et al., 2020, p. 23). Además, el debate político por aquel entonces giraba en torno a la libertad empresarial, la iniciativa privada, la expansión del gobierno federal y el estímulo al desarrollo del país. La división del partido tuvo como enfoque el futuro de la esclavitud. De ahí, que los que defendieron el abolicionismo fundaron el Partido Republicano. Asimismo, el Partido Whig, contrario a la presidencia del demócrata-republicano Andrew Jackson y a favor del antiesclavismo, desapareció (Campos et al., 2020, p. 23).

Recién entrados en el siglo XX, ambos partidos empezaron a recorrer caminos inversos para ir conformando la imagen política actual. Así, el contexto volvió a ser sacudido desde 1929 hasta 1939 por la Gran Depresión, y tras ocho años, los demócratas asumieron el control de la Casa Blanca con el poder de la victoria de John F. Kennedy, el “primer presidente católico de Estados Unidos” (Campos et al., 2020, p. 24).

A pesar de dominar el Congreso de forma permanente, el Partido Demócrata solo retornó durante un periodo a la Casa Blanca hasta 1972, cuando James Carter logró la nominación del partido y, posteriormente, consiguió ganar a pesar de la grave crisis del petróleo que le restó popularidad, coincidiendo con el escándalo del caso Watergate, que provocó “la renuncia del presidente republicano Richard Nixon” (Aguirre, 2000, p. 35).

En 1993, Bill Clinton logra ganar la elección, según Aguirre (2000), “poniendo fin al modelo neoliberal encabezado por los republicanos” (p. 35). Posteriormente, tras dos mandatos de George Bush, llegó Barack Obama haciendo historia al convertirse en el primer presidente afroamericano de los Estados Unidos.

En general, no se oponen a la economía de libre mercado y creen, al igual que los republicanos, que el capitalismo es el único sistema económico que permite el crecimiento y la prosperidad del país. Sin embargo, reiteran en su página web *Democrats* (<https://democrats.org/es/>) que el Estado debe intervenir para reducir los desequilibrios sociales, distribuir mejor la renta y garantizar la igualdad de oportunidades.

Según Campos et al. (2020), “después de la derrota de Hillary Clinton en 2016 el partido se encuentra dividido y en busca de un liderazgo que les permita desbancar a Donald Trump” (p. 21).

4.2.1.2. *El Partido Republicano*

En 1845, producto del debate entre los partidos y ciudadanos en torno a la esclavitud, se fundó el Partido Republicano. En sus primeros años, el partido fue considerado “progresista” porque defendía el abolicionismo, además del proteccionismo comercial (Campos et al., 2020, p. 18). Este organismo, como indica Aguirre (2000, p. 36) aglutinó, entre otros, a distintos miembros de los partidos Demócrata y Whig. Además, desde sus inicios gozó del apoyo de sectores amplios de la población en los estados del norte, incluyendo a industriales y comerciantes. En cambio, fue repudiado en el sur, que necesitaba mano de obra para el campo y el libre comercio.

En la trascendental elección de 1860, los republicanos aprovecharon la profunda división del Partido Demócrata, que había postulado a dos candidatos, para lograr una apretada victoria bajo el liderazgo de su candidato Abraham Lincoln, antiguo militante *Whig*, quien obtuvo la primera magistratura con menos de 38% del voto popular. Su triunfo ocasionó la secesión de los estados del sur y tuvo como consecuencia el inicio de la Guerra Civil (Aguirre, 2000, p. 37).

El ejército del norte triunfó y Lincoln salvó al país de la división. Sin embargo, murió asesinado el 15 de abril de 1865. Asimismo, este nuevo partido se llamó “republicano” en honor a Thomas Jefferson (fundador del Partido Demócrata – Republicano).

Según Aguirre (2000, p. 37), la victoria de las fuerzas unionistas (estados del norte) permitió a los republicanos afianzar su carácter de partido. Además, lograron establecer tales alianzas que los republicanos dominaron el gobierno federal desde 1869 hasta 1932, con solo dos excepciones: los demócratas Grover Cleveland y Woodrow Wilson.

Como se indicó en el contexto del Partido Demócrata, esta oposición también se vio afectada desde el inicio de la Gran Depresión hasta el año 1953, perdiendo un total de cinco elecciones consecutivas. Por ello, poco a poco, como aclaran Campos et al. (2020), “los demócratas introdujeron reformas sociales que les otorgaron el apoyo de las clases trabajadoras y les situaron más a la izquierda del espectro político, dejando a los republicanos más próximos a la derecha” (p. 19).

En los años 60, los demócratas abanderaron la lucha por los derechos civiles. Sin embargo, tanto la recesión económica de los 70 como el “mediocre” (Aguirre, 2000, p. 37) desempeño del gobierno del demócrata James Carter, brindaron la oportunidad para que el Partido Republicano retomara el liderazgo en el escenario político estadounidense.

Según Aguirre (2000), “con una plataforma conservadora, el candidato republicano Ronald Reagan obtuvo una apretada victoria en 1980” (p. 38). En la misma línea, explica que la política económica neoliberal y la política social conservadora, aceptadas por la población, fue lo que le permitió alcanzar la reelección de 1984. Estas nuevas políticas, englobadas en el giro de la “Revolución Conservadora” (Campos et al., 2020, p. 19) generaron una nueva era de hegemonía republicana, que continuó hasta la victoria de Bill Clinton en 1993.

Para Hernández Martínez (2017) el término conservador engloba a una persona que se adhiera a los siguientes principios: desconfianza frente al poder del Estado; preferencia por la libertad sobre la igualdad; patriotismo; confianza en las instituciones, las costumbres y las jerarquías; escepticismo ante la idea del progreso. En su opinión, “con el ascenso del conservadurismo hay un regreso a valores tradicionales, se exacerba el racismo, hay una retracción de los movimientos feministas, entran en crisis valores nuevos de los jóvenes que se desarrollaron en los años sesenta y setenta” (Hernández Martínez, 2017, p. 15).

Sin embargo, se advierten zonas de confluencia en la cultura cívica ante cuestiones relativas a las percepciones de amenazas a la identidad e intereses nacionales (Hernández Martínez, 2017, p. 16). Es decir, en relación con la fe en la capacidad de la iniciativa individual, la teórica igualdad de oportunidades, la democracia,

el libre mercado y la economía capitalista (más o menos moderada), el patriotismo y la separación entre la religión y el Estado (son partidarios de la intervención de la religión en la esfera pública).

Posteriormente, George W. Bush gobernó casi toda la década de 2000, hasta 2008, año en el que los votantes se decantaron por el candidato demócrata Barack Obama. Tras ocho años de mandado, el Partido Republicano ganó de nuevo las elecciones con Donald Trump, el cual se encuentra actualmente entre una posible reelección o, por el contrario, ante el fin de su gobierno.

Por último, nos hacemos la siguiente pregunta relacionada con estos dos partidos: ¿Cuál es la base electoral típica de cada uno de ellos? Antonio Gutiérrez Rubí (2019, s.p) extrajo, gracias a las encuestas posteriores de *Ropercenter* a las elecciones de 2016, las siguientes cifras: Las mujeres representan un 52% de los votantes y que, de ellos, un 54% votó demócrata y un 41% republicano; que la población blanca representa un 70% de los votantes y que, de ellos, un 37% votó a favor de Clinton y un 57% a favor de Trump; que la población afroamericana representa un 12% de los votantes, de los cuales, un 89% votó demócrata y un 8% republicano; que la población hispana representa un 11% de los votantes y que, en este grupo, un 66% votó a favor de Clinton y un 28% a favor de Trump.

4.2.1.3. Otros partidos

Ninguna normativa o ley estadounidense impide a otras formaciones minoritarias presentarse a los comicios. De hecho, existen otros partidos como el Partido Verde, el Partido Independiente Americano o el Partido Libertario. Por ello, la organización Easy Voter (2020), de California, a través de su página web (www.easyvoter.org), le preguntó a cada uno de los votantes cuáles son sus posiciones políticas, y tras los resultados obtenidos desarrollaron los objetivos de estos partidos en una guía, con la finalidad de dotarles de mayor visibilidad, ya que los mismos votantes habían demostrado con sus respuestas que el abanico iba más allá del Partido Demócrata y Republicano.

El Partido Verde apoya la justicia social y económica, la no violencia, la democracia de base, el respeto por la diversidad, los derechos de la mujer, el respeto por la diversidad y la responsabilidad del medio ambiente. En su perfil web (<http://www.cagreens.org/>) destacan los posibles objetivos de una reforma electoral, y, sobre todo, el aumento de las fuentes de energía limpias ante la necesidad de proteger al medio ambiente. La candidata del Partido Verde a la presidencia de los Estados Unidos para la elección del 8 de noviembre de 2016 fue Jill Stein. En estos momentos de 2020, es un duelo entre Howie Hawkins y Dario Hunter.

Por otro lado, el Partido Independiente Americano, como explica en su *site* (www.aipca.org), respalda los valores morales tradicionales y los derechos dados por Dios a la vida, la libertad y la felicidad. También confían en terminar con la inmigración

ilegal, modificar los presupuestos estatales y atender a la reparación de diques y los problemas de aguas del estado. Hasta la fecha, el último candidato presidencial fue Alan Keyes en 2008.

Además, el Partido Libertario (<https://ca.lp.org/>) entre sus promesas electorales considera la desregulación total, la bajada de impuestos y poner fin a la seguridad social y al salario mínimo. Del mismo modo, pública y virtualmente se “alegran de que finalmente los votantes tengan una opción real entre Trump y Biden” (Libertarian Party, 2020, s.p.). En 2016, el candidato a la presidencia fue Gary Johnson, en cambio, para las elecciones de 2020 el partido confía en Jo Jorgensen.

4.2.1.4. *La financiación de los partidos*

A pesar de la existencia de los partidos minoritarios señalados anteriormente, Romero Ballivián (2018) remarca que el sistema electoral estadounidense fomenta el bipartidismo pues, “un tercer actor, incluso con bajo porcentaje, puede implicar la pérdida del Estado para uno de los partidos grandes” (p. 653). De ahí, la importancia de la financiación de la política, que desde la década de 1970 se ha forjado un modelo de financiamiento privado ilimitado, que en palabras de Romero Ballivián (2018), “encarece las campañas, en nombre de la libertad de expresión” (p. 668).

A pesar de ello, las atribuciones a los partidos tienen un límite que los Comités de Acción Política (PAC, en sus siglas en inglés) no han considerado. Es decir, esta forma tradicional de recaudar fondos para las campañas de los partidos a través de donaciones de particulares, sindicatos y empresas, se han convertido “en un importante conflicto en el financiamiento de las campañas”, como señala la Red de Conocimientos Electorales (2020) en su página web (<http://aceproject.org/>).

A través del The Center for Responsive Politics (Centro para una Política Reactiva, en español) se ha hecho un seguimiento virtual al uso que se le da al dinero en la política y en las elecciones. En vista a las PAC que han recibido los candidatos para los comicios de noviembre, destacan por su volumen de dinero financiado: Majority Cmte PAC, con 1.475,1 mil millones de dólares destinados al Partido Republicano y Sheet Metal, Air, Rail & Transportation Union con 1.624,95 mil millones de dólares dirigidos al Partido Demócrata. Estos son las dos PACs que más dinero han invertido de forma individual a cada uno de los partidos.

Por otro lado, The Center for Responsive Politics (2020) también tiene la opción de observar el ranking de PACs que han financiado tanto a los demócratas como a los republicanos, en mayor o menor medida. Por ejemplo, Honeywell International ha destinado un total de 1.867,5 mil millones de dólares distribuidos en un 55% al Partido Demócrata y un 45% al Partido Republicano; Raytheon Technologies, en cambio, de 1.808,5 mil millones de dólares, de los cuales el 55% va para el Partido Republicano y el 45% restante hacia el demócrata.

Resulta llamativo observar como para las elecciones de 2016, Honeywell International, la misma PAC que le atribuyó más dinero al Partido Demócrata que Republicano en 2020, de un total de 2.876,864 mil millones de dólares en 2016, destinó el 60% hacia los republicanos y un 40% a los demócratas. Además, no aparecen PACs para otros partidos que no sean los ya mencionados.

Además de la financiación privada regulada, destaca el término “super PACs”, pues, según Ansorena (2016a), en los últimos años este concepto ha sido un protagonista clave de las elecciones en EE.UU. y, al mismo tiempo, “un arma arrojada entre candidatos y campañas” (s.p.). En su esencia, son organizaciones que recaudan fondos y los destinan a apoyar a un candidato.

The Center for Responsive Politics con fecha de 31 de mayo de 2020, había contabilizado 806.500.214 dólares de un total de 1.805 entidades. A su vez, clasifica la “super PAC” en función del grupo, si va a favor o en contra del candidato, el dinero recibido y el partido. Por ejemplo, United the Country, bajo el concepto “supports Biden” ha donado 15.195.320 dólares; America First Action, “supports Trump”, 9.225.247 dólares y, por último, Pacronym, “opposes Trump”, 6.232.823 dólares. En cambio, en 2016 sí encontramos una donación directa hacia Gary Johnson, candidato por el Partido Libertario de un total de 1.117.028 dólares.

Otro tipo de financiación propia es el *bundling*, conocido por ser una forma de financiación en la que una persona conocida, como indica Segurado (2012) “recauda mediante celebraciones o actos benéficos dinero de otras personas para luego entregarlo al candidato” (s.p.). Como el caso de la fiesta recaudatoria que organizó George Clooney para Barack Obama en 2008.

El último sistema de financiación, según Segurado (2012), periodista de *20 minutos*, son las *527s*, organizaciones que inducen al votante a crearse una imagen favorable o desfavorable de los candidatos. No están supervisadas por la Comisión Federal de Elecciones, por lo que las donaciones y gastos no están reguladas en campaña. Por ello, The Center for Responsive Politics, en su web *Open Secrets* (www.opensecrets.org), señala hay grupos de interés detrás de las *527s*, que a su vez tratan de influir para movilizar el voto a través de anuncios en medios de comunicación o Internet.

Estas *527s* están vinculadas con el *shadow money* (dinero en la sombra, en español) o “regalos misteriosos”, como el que recibió Trump en 2018 atribuido a activistas legales conservadores (Maguire, 2018, s.p.). Este “dinero en la sombra” como explica Segurado (2012) contribuye a apoyar las campañas.

4.2.2. Sistema electoral estadounidense

4.2.2.1. ¿Quién vota en las primarias?

Salvo en el Estado de Dakota del Norte, que no requiere inscripción previa, los mayores de 18, con ciudadanía estadounidense, que deseen votar en las primarias o en la elección presidencial deben registrarse como votantes. La normativa de cada Estado de cara a las elecciones es posible verla en la página *U.S. Vote Foundation* (<https://www.usvotefoundation.org/>).

Dado nuestro periodo de estudio, una de las primarias que han tenido lugar tanto en 2016 como 2020, es la de New Hampshire. En ella los ciudadanos pueden registrarse como votantes a través de alguna de las siguientes vías: a) en la oficina del secretario del pueblo o ciudad en el que residan; b) en la oficina del supervisor local de la lista de verificación; c) el día de las elecciones en su lugar de votación; y d), solo por correo si está ausente o no puede visitar la oficina del secretario, lo que obliga a presentar una declaración jurada.

Asimismo, en Texas el registro puede efectuarse por correo o en persona en la oficina electoral correspondiente. Le sigue, Carolina del Sur, que permite actualizar la información en línea, por correo o en persona.

Sin embargo, ¿cómo se eligen a los candidatos? Yolanda Fernández Vivas (2009) lo sintetiza de la siguiente forma: “todos aquellos con aspiraciones políticas empiezan a movilizarse” (p. 338).

El sistema presidencial de Estados Unidos es indirecto. Los ciudadanos eligen a unos compromisarios o electores dentro de cada Estado, que emitirán los votos electorales en su nombre.

De acuerdo con la Constitución, estos compromisarios o electores se distribuyen entre los 50 estados y el distrito de Columbia (Fernández Vivas, 2009, p. 350), en función de su población, y su número coincide con el número de diputados (435) y senadores (100) que corresponden a cada estado. El candidato para ganar las elecciones deberá obtener una mayoría absoluta de votos electorales (un mínimo de 270) que no siempre coincide con el voto popular. El que obtenga mayor número de votos será nombrado vicepresidente.

Las disparidades reflejan la desigual ocupación del territorio: California, el estado más poblado, tiene 55, seguido por Texas (34), Nueva York (29) y Florida (27). Entre los cuatro, acumulan el 26,9% de los súper electores o delegados. A lo que se le añade el comportamiento político estable (Romero Ballivián, 2018, p. 656), que caracteriza a muchos de los estados en los que desde 1962 no han cambiado de postulador. Así, desde la fecha, California y Nueva York han dado la victoria al candidato del Partido Demócrata y Texas al republicano. Esto implica, según Romero Ballivián (2018), que los candidatos no inviertan tantos recursos y tiempo en las zonas donde dan por seguras el triunfo, sin

considerar la dependencia del porcentaje demográfico para determinar el número de delegados que le han correspondido a cada estado.

El compromisario debe votar al candidato que corresponda, según las normas electorales del estado. En la mayoría de los estados todos los votos electorales se conceden al candidato que gana la mayoría absoluta de los votos populares (voto del ciudadano) en el estado, con la excepción de Nebraska y Maine (Romero Ballivián, 2018, p. 656), donde distribuyen el voto electoral de forma proporcional entre los candidatos.

Para cada elección presidencial, el número de votos electorales por estado está determinado según los datos del censo. Sin embargo, el registro de los ciudadanos según Romero Ballivián (2018, p. 669) hoy en día permanece en debate y en lucha política y social. Además, añade que “los padrones electorales enfrentan el desafío de mantener los datos actualizados” (Romero Ballivián, 2018, p. 675).

4.2.2.2. *El proceso de elección del candidato*

Los requisitos para ser candidato a la presidencia (Fernández Vivas, 2009, p. 336) se establecen en la propia Constitución. El artículo II de la sección 1 norteamericana, dispone que todo candidato debe ser ciudadano natural de los Estados Unidos, tener al menos 35 años de edad y haber sido residente en el país al menos durante 14 años (USAGov, s.p.). Por su parte, el vicepresidente, debe cumplir los mismos requisitos, aunque la Constitución añade que no debe pertenecer al mismo estado que el presidente.

En el momento que un candidato anuncia formalmente su precandidatura, queda sometido al control de las normas federales en términos de financiación y de acceso a los medios de comunicación. Es más, como señala Fernández Vivas (2009, p. 339), todos deben registrarse en la *Federal Election Commission* (FEC) y tener en cuenta que los requisitos varían según el estado elija al candidato mediante elecciones primarias o sistema de *caucus*.

En los estados en los que se celebran elecciones primarias los requisitos quedarán verificados por el secretario de Estado y, por otro lado, en los que se celebran *caucus*, los partidos políticos son los que se encargan de organizar los procedimientos para que los precandidatos presenten su candidatura.

La nominación del candidato presidencial se hace en cada estado del país y puede desarrollarse mediante dos sistemas: *caucus* o elecciones primarias. Fernández Vivas (2009, p. 330) define este proceso de nominación como primera fase. La elección primaria se extiende durante cuatro meses, de febrero a junio. La finalidad de esta fase (Romero Ballivián, 2018, p. 654) es designar a los delegados en cada estado para llevarlos a la Convención que elige al candidato, siendo ésta la segunda fase.

Con carácter general, podemos distinguir entre elecciones primarias cerradas o abiertas, en función de quiénes puedan participar. En las primarias cerradas solo pueden

participar los afiliados del partido o aquellos que han declarado su apoyo a este (Fernández Vivas, 2009, p. 341). Esto significa que, a la hora de ejercer su derecho a voto, solo recibirán la papeleta de su partido. Por otro lado, en la elección primaria abierta pueden participar todos los ciudadanos, por lo que se les entregan las papeletas de los dos partidos.

El número de delegados se adjudica según el partido político. En el caso del Partido Demócrata, se utiliza un sistema proporcional, en el que el porcentaje de votos a favor de un determinado candidato se refleja en el porcentaje de delegados que lo representa en la Convención (Fernández Vivas, 2009, p. 343).

Para los republicanos es diferente, pues han optado por el sistema *winner takes all*, es decir, el candidato que obtiene la mayoría de los votos es quien consigue todos los delegados de ese estado.

Cada partido en cada Estado define quiénes son los ciudadanos autorizados a participar, con reglas que varían de ser elector habilitado en el Estado hasta la exigencia de ser militante inscrito. También escoge el método para asignar los delegados: unos privilegian fórmulas mayoritarias, incluida la del “ganador se lleva todo”, otros los reparten proporcionalmente (Romero Ballivián, 2018, p. 655).

Por otro lado, destacamos los *caucus*, versión en inglés de la palabra *caucausu* un término de la comunidad indígena algonquina que significa consejero (Fernández Vivas, 2009, p. 344). El término se utiliza desde antes que Estados Unidos lograra la independencia para referirse a los clubes políticos que se reunían en el este del país. Este sistema de nominación presidencial se basa en una asamblea partidaria con los ciudadanos registrados y afiliados al partido, en la que van juntándose, formando distintos grupos como precandidatos haya, manteniendo una proporción.

Posteriormente, se determinan los delegados que corresponden a cada grupo a través de la siguiente fórmula: Se calcula primero el número de personas que forman parte del grupo, después se multiplica por el número de delegados y la cifra resultante se divide por el total de participantes en el *caucus* (Fernández Vivas, 2009, p. 343). Iowa es el primer estado que realiza la votación, por lo que, el vencedor del *caucus* recibe una inyección de popularidad que se extiende por todo el país, debido a la atención mediática que reciben los *caucus*.

El 1 de febrero de 2016 se celebraron los *caucus* de Iowa, en los que la redacción de *El País* (2016, s.p.) detallaba cronológicamente cómo se desarrollaba esta jornada, que finalizó con un empate demócrata entre Hillary Clinton y Bernie Sanders, y con la victoria de Ted Cruz sobre el magnate Trump. Cuatro años después, tras un recuento tardío debido a problemas técnicos, como apuntaba RTVE (2020, s.p.), Buttigieg consiguió 14 de los 41 delegados, en cambio Sanders solo alcanzó 12.

Una fecha clave en las primarias y para este Trabajo de Fin de Grado, es el denominado *Supertuesday*, el día en el que más estados celebran elecciones primarias.

En 2016, Donald Trump acabó con 234 delegados y Hillary Clinton con 486, sin embargo, el candidato republicano se alzó como favorito en siete de los once estados del “Supermartes” frente a Ted Cruz.

En 2020, hemos presenciado virtualmente el *Supertuesday* demócrata, como lo han llamado De salas y Charte (2020, s.p.). Se desarrolló a lo largo del 3 de marzo con elecciones en 14 jurisdicciones diferentes, en las que Joe Bien, candidato demócrata, se alzó como favorito en diez de ellos frente a Bernie Sanders. Tachado de demócrata porque, “nadie en el Partido Republicano ha podido con Trump en las primarias: el actual presidente ha ganado en todos los estados que jugaban este martes” (De salas y Charte, 2020, s.p.). La redacción de la *BBC* (2020) publicó ese mismo día que “la batalla se dará entre Donald Trump, cuya popularidad le convierte en el único candidato de facto, y un miembro del Partido Demócrata por determinar” (s.p.).

Normalmente, la Convención Nacional de los partidos se abre con un vencedor, pero si esto no se produce, se podría escoger como candidato a un líder que ni siquiera compitió en la primaria (Romero Ballivián, 2018, p. 655). Ahora bien, ambos partidos han establecido una serie de requisitos que deben cumplirse: el Partido Republicano dispone que el precandidato ha de acreditar que cuenta con el apoyo de los delegados de al menos, cinco estados para poder optar a la nominación; por su parte, el Partido Demócrata establece que los precandidatos han de presentar al menos el apoyo de 50 delegados, de los cuales no más de veinte pueden ser del mismo estado (Fernández Vivas, 2009, p. 341).

Para el Partido Demócrata, la convención es una oportunidad para mostrar al pueblo estadounidense lo que representan como partido (Democratic National Convention, 2020). En agosto, este partido nominará al próximo candidato a la presidencia a las elecciones de noviembre en la Convención Nacional Demócrata 2020 en Milwaukee, Wisconsin.

En cambio, para el Partido Republicano, a fecha de 25 de mayo de 2020 todavía es una incógnita la ubicación de su correspondiente convención. Únicamente Stieber (2020), para *The Poch Times*, recogía que la presidenta del Comité Nacional Republicano, Ronna McDaniel, dijo a los periodistas que la convención se haría en persona a pesar de la pandemia COVID-19.

Tras la Convención Nacional de los partidos, ya habría un candidato a presidente y vicepresidente, por lo que el primer martes después del primer lunes de noviembre se celebrará la elección presidencial en la que los votantes mayores de 18 años eligen, por un lado, a uno de los candidatos a presidente, y, por otro, a los compromisarios (total de 538), que en su nombre votarán al presidente de la nación, mediante un sistema de colegios electorales.

4.2.2.3. *El proceso de la elección presidencial*

Desde 1951, con la introducción de la vigesimosegunda enmienda de la Constitución, quedó establecido que el presidente no puede ejercer más de dos mandatos. Como se ha indicado en el apartado anterior, la elección presidencial se realiza el primer martes después del primer lunes del mes de noviembre de los años bisiestos y de los divisibles por cien, para evitar celebrar las elecciones el día 1, día de Todos los Santos.

Los electores del colegio electoral emiten formalmente sus votos el primer lunes después del segundo miércoles de diciembre. El Congreso recibe los votos electorales de los estados, los recuenta y los certifica el 6 de enero y, por último, el presidente jura el cargo en las escaleras del Capitolio ante el presidente del Tribunal Supremo y da inicio oficialmente a su mandato que, en principio, tendrá una duración de cuatro años.

Es pertinente señalar que la historia norteamericana ha demostrado que ningún presidente ha perdido la reelección cuando su país se encuentra en guerra (Becerra Gelover, 2005, pp. 79-85). El triunfo de Trump podría verse afectado en mayor medida por su gestión durante la pandemia del coronavirus. Sin embargo, este es el contexto y la percepción extraída de las encuestas *Gallup* (Laborde, 2020, s.p.) (Véase Anexo II, Antonia Laborde, Documento 19).

La elección del presidente consta de dos fases: en primer lugar, la jornada electoral, en la que los ciudadanos ejercen su derecho a voto; y, en segundo lugar, la elección formal del presidente que la realiza el colegio electoral (Fernández Vivas, 2009, p. 348).

Si ningún candidato obtuviese la mayoría de los votos electorales, la decisión de elegir al presidente pasa a manos del Congreso, según la enmienda 12 de la Constitución. La Cámara de Representantes elegiría al presidente, contando que cada delegación estatal en la cámara tiene un voto y el Senado elegiría al vicepresidente (Fernández Vivas, 2009, p. 351). Esta situación se ha dado dos veces en la historia de EE.UU., con Thomas Jefferson en 1801 y John Quincy Adams en 1825.

Sin embargo, puede darse la situación de que un candidato pierda las elecciones a pesar de haber obtenido más votos populares, pues como observamos en 2016, Donald Trump venció a Hillary Clinton por 306 votos electorales frente a los 232 de la demócrata, a pesar de que obtuviese más de 2 millones de votos populares que Trump. Para Solana (2016), “el voto oculto ha jugado un papel muy importante en estas elecciones. Los resultados reflejan una sociedad polarizada y la indignación de la clase media trabajadora” (p. 43).

Esta situación se ha dado solamente en cuatro ocasiones más en la historia de Estados Unidos. En 1824, John Quincy Adams fue elegido presidente, pero el General Andrew Jackson obtuvo 38.000 votos populares más. En 1876, Rutherford B. Hayes perdió en votos populares, pero gracias al apoyo de los estados pequeños, resultó

elegido presidente a pesar de que J. Tilden consiguió 264.000 votos más. En 1888, Benjamin Harrison se convirtió en presidente gracias a los votos electorales de los sureños. En el último caso se presenció hasta la impugnación de los votos de Florida que fueron adjudicados a George W. Bush, provocando su elección como presidente con 271 votos electorales frente a Al Gore, que con 266 votos electorales no contó con el apoyo de Florida a pesar de obtener 450.000 votos populares más (Campos et al., 2020, p. 41).

Según Fernández Vivas (2009), “una de las críticas que ha recibido este sistema de elección indirecta es que hace posible la existencia de presidentes minoritarios” (p. 351). Es decir, aquellos que resultan elegidos por la mayoría absoluta de los votos compromisarios, pero sin que estos a su vez, supongan la mayoría del voto popular. Ante las críticas, se ha ido desarrollando una serie de propuestas de reforma del colegio electoral.

William C. Kimberling (1992, s.p.) sostiene que aquellos en contra del colegio electoral, están a favor de una elección popular directa para presidente, defendiendo los siguientes argumentos: la posibilidad de elegir a un presidente de minoría, como ya hemos mencionado; el riesgo de los llamados “electores desleales”, es decir, aquellos que están comprometidos a votar por el candidato presencial de su partido y, sin embargo, votan por otro candidato; el posible papel del colegio electoral como desalentador de la concurrencia del votante, es decir, desde el momento en que cada estado tiene derecho al mismo número de votos electorales sin importar la afluencia de votantes, el estado no incentiva la participación ciudadana; y su fracaso para reflejar exactamente la voluntad popular nacional.

Ante este último aspecto, Kimberling (1992) destaca que “la distribución del voto electoral en el colegio tiende a sobrerrepresentar al pueblo en los estados rurales” (s.p.). Esto es porque el número de electores por cada estado es determinado por el número de miembros que hay en la Cámara de Representantes (más o menos refleja la población del estado), más el número de miembros que tiene el Senado. De forma que si juntamos jurisdicciones poco populosas frente a un estado que equivalga en población a estos, veremos que sus votos cuentan menos por el volumen poblacional. A lo que añade un segundo aspecto, en el que el colegio electoral falla a la hora de reflejar la voluntad popular originado por el mecanismo del “ganador-toma-todo” (Kimberling, 1992, s.p.). De este modo, Kimberling (1992) concluye que este esquema refuerza un sistema de dos partidos, desanima a terceros y, por lo tanto, restringe las opciones disponibles para el electorado.

Campos et al. (2020) acreditan que, al fin y al cabo, la Constitución no impone una disciplina política de partido, de tal modo que no obliga a que un compromisario vote por su partido. Sin embargo, para estas elecciones “29 estados y el Distrito de Columbia piden lealtad a sus electores y cinco estados prevén sanciones para electores desleales que van desde multas de 1.000 dólares hasta condenas por delitos” (Campos

et al., 2020, p. 42). En la historia de Estados Unidos sólo 10 compromisarios han sido desleales, pero no modificaron el resultado de una elección (Campos et al., 2020, p. 42).

Por otro lado, los argumentos a favor del colegio electoral se desarrollan desde las bases filosóficas de que contribuye a la cohesión del país, al requerir la distribución del apoyo popular para ser presidente. Sin ir más lejos, para Kimberling (1992, s.p.), el precio de este mecanismo unificador puede derivar en una diferencia de votos populares, provocando que el candidato más votado al final no resulte ser el electo presidente; realza el *status* de los intereses minoritarios, esto es así, porque los votos de las pequeñas minorías en un estado, hacen la diferencia entre ganar todos los votos electorales del estado o ninguno de dichos votos; contribuye a la estabilidad política de la nación al alentar un sistema de dos partidos; y, por último, mantiene el sistema federal de gobierno y representación.

El razonamiento de esta última aportación es que, en una estructura federal formal, diversos poderes políticos quedan reservados a los estados que la forman. Es por lo que, en Estados Unidos, por ejemplo, la Cámara de Representantes fue diseñada para simbolizar a los estados según el tamaño de su población. Al respecto, encontramos afirmaciones como la siguiente:

No debemos tampoco alterar el cuidadoso equilibrio de poderes entre los gobiernos nacional y estatales, que los Padre Fundadores propusieron y el cual se refleja en el colegio electoral. El hacerlo, alteraría fundamentalmente la naturaleza de nuestro gobierno y pudiera muy bien generar consecuencias, que inclusive los reformadores podrían lamentar (Kimberling, 1992, s.p.).

De forma general, las reformas buscan que los partidos se ocupen de los votantes por igual (Romero Ballivián, 2018, p. 659), independientemente del estado donde votan y no distorsionen las políticas públicas por ganar preferencia de los estados más disputados; asegurar que los partidos desarrollen campañas nacionales o prevenir crisis políticas cuando hay en juego 538 grandes electores. Por estas razones, como indica Romero Ballivián (2018), “la modificación de la Constitución implicaría cambios radicales en la manera de encarar las campañas” (p. 659).

Sin embargo, en pleno año electoral Quiroz Zamora (2020, p. 10), comenta que, si las elecciones presidenciales tuvieran lugar a día 24 de febrero, el Partido Demócrata ganaría un total de 248 votos electorales y el Partido Republicano 204. Aún no hay un candidato demócrata definido para competir por la presidencia en las próximas elecciones. A través de la encuesta realizada por Real Clear Politics (2020), Quiroz Zamora (2020) señala que el candidato republicano Donald Trump, perdería contra el candidato demócrata en los siguientes estados claves ganados hace cuatro años: Michigan, Pensilvania y Wisconsin. No obstante, el mandatario se mantendría competitivo en territorios como Florida y Arizona.

Este año electoral queda marcado por una serie de sucesos que han afectado a los niveles de popularidad del presidente, que hasta incluso han puesto en riesgo su permanencia en el cargo. Donald Trump se convirtió en el tercer mandatario de EE.UU. en ser sometido a un juicio político (Quiroz Zamora, 2020). El *impeachment* es el equivalente legislativo de un proceso penal, donde un alto funcionario del gobierno está sujeto a una investigación, acusación y juicio posterior por parte del Congreso (Campos et al., 2020, p. 72).

Según Jiménez y Caínzos (2004), “para que los votantes puedan advertir la existencia de un escándalo, es necesario que se vean expuestos a algún tipo de información sobre el mismo” (p. 152). Asimismo, el nivel de exposición depende del grado de difusión que alcance la información novedosa y del grado de atención que esta información despierte en los individuos. La difusión dependerá de la cobertura que los medios de comunicación le dediquen al asunto, además de la repercusión que pudiera despertar en las redes sociales (Jiménez y Caínzos, 2004).

Es por ello, que Campos et al. (2020) advierten de que el *impeachment* al que se enfrentó Donald Trump desde diciembre de 2019 hasta febrero de 2020, por el que quedó exonerado de los cargos de abuso de poder y obstrucción de las investigaciones del congreso, pueda ser “tanto beneficioso como perjudicial para Donald J. Trump” (Campos et al., 2020, p. 46). De hecho, el 6 de febrero, día posterior a su exoneración, *ABC* publicaba en portada el siguiente titular: “Trump, reforzado y libre de culpa en el *impeachment*” (Alandete, 2020b, p. 1) (Véase Anexo II, David Alandete, Documento 3).

Son observaciones ante las que Campos et al. (2020) observan que, por un lado, pueda hacer mella entre los votantes moderados de su partido y, por otro lado, le pueda fortalecer en el seno del Partido Republicano. Los datos de la encuesta Gallup (2020, s.p.) también muestran que el presidente tras este escándalo consiguió una aprobación del 49%. Este porcentaje es el índice de popularidad que mide esta fuente, y después de casi cuatro años como presidente, alcanzó el pico tras su absolución.

Por último, el acceso de los distintos candidatos durante las elecciones presidenciales en los medios de comunicación se regula en la *Communications Act* de 1934 y muestra importantes diferencias con los sistemas europeos (Fernández Vivas, 2009, p. 357). En este caso, son los candidatos quienes financian la propaganda electoral, pues no hay espacios gratuitos donde difundirla.

Aunque en Estados Unidos no existe un periodo de tiempo calificado como campaña electoral, con unas garantías y requisitos especiales y, por lo tanto, tampoco existe ningún límite temporal para las actividades de campaña de los partidos políticos, la Ley sí establece dos periodos de tiempo en los que los medios de comunicación deben reconocer un “acceso razonable” (Fernández Vivas, 2009, p. 358). Es decir, los medios ceden su espacio para la campaña electoral treinta días antes del inicio de las primarias

y sesenta días antes de la celebración de las elecciones presidenciales a todos los candidatos.

Según Fernández Vivas (2009), “la «*equal time rule*» o «acceso razonable» significa que todo medio de comunicación que hubiera ofrecido tiempo en su programación a un candidato tiene que hacer lo mismo con los demás candidatos que concurren a las elecciones” (p. 358).

En cuanto a la distribución de los espacios de publicidad electoral el medio no puede controlar el contenido de estos. A lo que Fernández Vivas (2009, p. 360) añade que el régimen jurídico de los debates electorales ha evolucionado de tal forma que antes podían participar todos los candidatos, es decir, debían permitir el acceso razonable de todos ellos y con el mismo tiempo. No obstante, al reformarse la *Communications Act*, los debates pasaron a ser “«programas informativos de interés general» que, de acuerdo con la nueva regulación, quedan exentos de cumplir con la regla de la igualdad de oportunidades” (Fernández Vivas, 2009, p. 360).

El primer debate presidencial para las elecciones de noviembre de 2020 se celebrará el 29 de septiembre, en la Universidad de Notre Dame, el segundo en la Universidad de Michigan el 15 de octubre y, el tercero y final, en la Universidad de Belmont el 22 de octubre de 2020 (Univisión, 2019, s.p.).

4.2.2.4. *La campaña electoral*

Para concluir, haremos referencia a la campaña electoral que se desarrolla en todo el proceso descrito anteriormente, incluyendo la financiación de ésta, que a su vez está regulada federalmente (Fernández Vivas, 2009, p. 352).

La financiación de la campaña electoral para las elecciones federales (elecciones presidenciales y al Congreso de los Estados Unidos) se regula en la *Federal Election Campaign Act* (FECA). Las normas se ajustan a los candidatos y no a los partidos políticos y dependen de una financiación pública y privada, siendo esta última la principal fuente de ingresos de los candidatos, como remarcó *The New York Times* el 10 de diciembre de 2015 tras la siguiente declaración del futuro presidente: “estoy autofinanciando mi propia campaña. No tengo a gente dándome dinero” (s.p.).

La Comisión Federal de Electoral (CFE) demostró que toda la financiación provenía de lo que Trump consideraba “pequeñas contribuciones enviadas por personas que nos aman, que aceptamos, lo que francamente, es más caro enviarlas de regreso” (The New York Times, 2015). En su página web y en la del *GOP* (Partido Republicano) se puede contribuir también económicamente en la campaña electoral. Es más, aparece “contribute” y justo encima, “Together, we are rebuilding our nation”.

La Comisión Federal Electoral se creó como reacción a la crisis política del caso Watergate, y hoy en día sus competencias están limitadas a la supervisión del

cumplimiento de las leyes sobre el financiamiento de las campañas electorales (Romero Ballivián, 2018, p. 661).

Por un lado, la financiación pública consiste en que los candidatos a la presidencia reciben fondos del gobierno para cubrir parte de los gastos de sus campañas, tanto en la fase de pre nominación (primarias y *caucus*), como en las presidenciales. Los partidos políticos reciben fondos federales para la celebración de las convenciones nacionales también. Según la información recopilada por la Comisión Federal Electoral (FEC) tras las elecciones de noviembre de 2016, la carrera por llegar a la Casa Blanca costó 6.500 millones de dólares y se espera que la de este año supere la cifra (Izurieta, 2019).

Según los requisitos que señala la *Ley Federal Election Campaign (FECA)* (Fernández Vivas, 2009, p. 353), el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos crea el Fondo de Campaña para las Elecciones Presidenciales, y de esta forma se van haciendo los pagos correspondientes a los candidatos y a los partidos políticos conforme cumplan los requisitos. Los tres programas en los que se distribuye el fondo son: desembolsos paralelos (*matching funds*) para las elecciones primarias, subvenciones para la celebración de convenciones nacionales de los partidos, y otras para las elecciones generales (Fernández Vivas, 2009).

El primer programa compromete al candidato a utilizar los fondos exclusivamente para la campaña y por cada 2.000 dólares que reciba el precandidato por donaciones individuales, el Estado le concederá 250 dólares, en concepto de desembolso paralelo.

El segundo de los programas de financiación pública consiste en subvencionar la celebración de las convenciones nacionales, en las que cada partido político elegirá a sus candidatos que optará a la presidencia y vicepresidencia. Tienen derecho a estas subvenciones los partidos políticos mayoritarios, es decir, Partido Republicano y Demócrata, y todos los partidos que hayan obtenido al menos un 5% de los votos en las elecciones presidenciales anteriores (Fernández Vivas, 2009, p. 353). Los partidos mayoritarios reciben la cantidad de 4 millones de dólares para la celebración y los minoritarios obtienen una cantidad inferior, proporcional al número de votos que haya obtenido su candidato en las anteriores elecciones presidenciales.

En la misma línea marcada por Fernández Vivas (2009), el tercer programa que establece la FECA consiste en que los candidatos a la presidencia pueden solicitar subvenciones para financiar la campaña mediante el Fondo para la Campaña de Elecciones Presidenciales. Al igual que el segundo programa, mantiene la diferenciación entre partidos mayoritarios y minoritarios. Los primeros tienen derecho a recibir una subvención para cubrir todos los gastos de su campaña, siendo esta de 20 millones de dólares, variable en función de la inflación de ese año.

Por otro lado, las fuentes de financiación privada componen la única fuente de ingresos de los candidatos en elecciones presidenciales (Fernández Vivas, 2009, p. 355). En este caso, distinguimos cuatro tipos: las cuotas de afiliados a los partidos políticos; las donaciones a los candidatos o a partidos, que constituyen la fuente principal, como vimos al principio con el caso de Donald Trump; los fondos personales de los candidatos; y los nominados *independent expenditures* (gastos independientes, en español), que engloba a todo desembolso que se hace separadamente de la campaña del candidato, como por ejemplo, publicar un anuncio publicitario en un periódico indicando quién ha pagado por ella y que ésta no ha sido autorizada por ningún candidato.

Las donaciones se diferencian en función de quién realice la donación y a quién va destinada la misma. No obstante, cualquier ciudadano puede entregar prestaciones en concepto de donación a un partido político o candidato electoral siempre que dichas donaciones se ajusten a la Ley.

La FECA dispone que cada precandidato que se presente a las elecciones puede recibir un máximo de 2.000 dólares por persona. Una vez pasada esta fase de prenomiación, el candidato electo a la presidencia podrá obtener otros 2.000 dólares por persona para costear los gastos de la campaña electoral, siempre y cuando no haya solicitado financiación pública (Fernández Vivas, 2009, p. 357).

Actualmente, la campaña de reelección del presidente Trump, según la periodista Annie Karni (2020, s.p.) ha recaudado 212 millones de dólares en los primeros tres meses de 2020. En el primer trimestre del año ha conseguido casi alcanzar los 247,5 millones que recaudó en toda la campaña de 2016 (Cuervo, 2016, s.p.).

4.3. *El País* y *ABC* de Sevilla: análisis estructural

Tanto *ABC* como *El País* pertenecen en la actualidad a dos grandes grupos de comunicación, Vocento y PRISA, respectivamente, grupos que según Aurora Labio (2006, p. 109) se encasillan dentro de los “pigmeos”. En palabras de Jesús de Polanco, el máximo accionista de PRISA, “en Europa soy un pigmeo, y en España sólo el enano más crecido” (Azcona Pastor, Re y Torregrosa Carmona, 2013, p. 659).

Este concepto de “pigmeo” describe de forma gráfica la situación de estas dos compañías que están despuntando desde hace años (Labio Bernal, 2006, p. 109). Según Bocio y Mancinas Chávez (2014, pp. 307-333), son grupos ideológicamente contrapuestos, siendo *El País* un medio defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, y *ABC*, un periódico conservador caracterizado por su elocuente catolicismo y apoyo a la institución monárquica. Pasamos a analizar el nacimiento y evolución de cada uno de ellos.

4.3.1. *El País*

El País fue fundado en 1976 como parte del grupo PRISA (Promotora de Informaciones S.A.) por José Ortega Spottorno, presidente de honor, y Jesús de Polanco, el hombre que será su presidente desde 1984 hasta su muerte en 2007. A partir de ese momento y hasta 2012, el legado quedó en manos de su hijo Ignacio Polanco Moreno. Ambos compartieron el puesto con el primer ejecutivo y consejero delegado, Juan Luis Cebrián, quien en 2012 fue nombrado presidente del grupo. Éste fue el director desde la fundación del diario el 4 de mayo de 1976 hasta el 20 de octubre de 1988.

No obstante, en 2017, Manuel Polanco, hijo de Jesús de Polanco y vicepresidente de PRISA, sustituyó a Juan Luis Cebrián en la presidencia de acuerdo con el Plan de Sucesión puesto en marcha por el propio Cebrián. Desde enero de 2019, es Javier Monzón quien preside el grupo.

Bajo las órdenes de Cebrián, la organización de las primeras páginas del periódico corrió a cargo del alemán Reinhard Gäde, y de Julio Alonso, el primer responsable de la confección de *El País*. En una entrevista para el diario 31 años después, Alonso recordó que, “el fin determinó la forma. Se trataba de no gritar, de informar. De ahí el modelo cuadrado, ordenado, que se podía leer de una vez” (El País, 2007, s.p.).

Es un periódico español, editado en castellano y con sede central en Madrid, aunque cuenta con delegaciones en las principales ciudades de España (Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Santiago de Compostela y Algeciras) desde donde edita las ediciones territoriales. La edición en papel es de pago, a lo que se le añade la variación del precio según el día de la semana: 1,70 € de lunes a viernes; 2,00 € los sábados y 2,80€ los domingos. Sin embargo, la versión digital, *Elpais.com*, es gratuita con ciertas limitaciones, pues hay que suscribirse para acceder de forma ilimitada a todo el contenido web. Es más, desde el 1 de mayo de 2020 ha entrado en funcionamiento el muro de pago del periódico. El precio del primer mes es un euro, después, diez euros al mes. En el caso de no optar por la suscripción, se verá restringido el acceso a las noticias, pues solo se podrá disfrutar de forma gratuita de diez al mes.

Con una tirada de 188.000 ejemplares, el primer número de *El País* se publicó en un clima de gran expectación debido a las numerosas trabas que durante más de cuatro años había puesto la administración franquista para impedir su publicación (Moreau, 2010, p. 2). *El País* se inspiraba en los mayores rotativos del mundo, como era el caso de *El Sol*, *Le Monde* y otros grandes periódicos occidentales que Juan Luis Cebrián había visitado.

Según Moreau (2010), José Ortega Spottorno, hijo del filósofo José Ortega y Gasset tenía como objetivo contribuir al cambio político, ya que el periódico fue “ideado como un diario de calidad, influyente, culto y serio” (Moreau, 2010, p. 2). Es por ello, que se le considera el primer periódico emblemático de la Transición Española (Labio

Bernal, 2006, p. 116), de clara vocación democrática en un contexto en el que el resto de los periódicos españoles venían de una larga historia en el franquismo.

Desde 1976, el equipo dirigido por Cebrián tomó una postura comprometida con el progresismo e hizo de *El País* un diario rupturista, agresivo, militarmente laico, con vocación occidentalista (Córdoba Hernández, 2009, p. 229).

El ideario del periódico está fuertemente condicionado por los planteamientos defendidos de la época en la que nació (Moreno Espinosa, 2000, pp. 169-190). Así se recoge en el *Libro de Estilo* del medio:

El País se define estatutariamente como un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europeísta, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución (El País, 2014, p. 27).

Junto al surgimiento de este producto informativo, hubo factores decisivos para su ascenso: una gran organización empresarial que lo respaldaba económicamente, instalaciones y maquinarias modernas, la calidad profesional de los redactores y un selecto equipo humano. En menos de tres años, *El País* se hizo con el primer lugar en las ventas (Barrera del Barrio, citado en Córdoba Hernández, 2009, p. 229).

Fue con motivo del Golpe de Estado del 23-F, en 1981, cuando el periódico se consagró como un referente de la prensa democrática (Barriopedro, 2016, s.p.). Ese día, el teniente coronel de la Guardia Civil, Antonio Tejero encabezó el asalto al Congreso de los Diputados. Bajo el titular: “El País, con la Constitución”, y antes de que *Televisión Española* pudiese emitir el mensaje institucional del rey Juan Carlos I condenando el golpe, *El País* sacó a la calle aquella noche, una edición especial en la que el medio pedía que los españoles se sumaran a la manifestación nacional e internacional a favor de la democracia.

Su éxito en una sociedad sedienta de cambios fue inmediato y logró ser algo más que flor de un día, pues pasados más de 30 años es un periódico que ha alcanzado su madurez, bien consolidado en la sociedad española y que debe afrontar los mismos retos que los otros grandes diarios europeos (Sabés Turmo, 2008, pp. 20-21).

Fue precursor en la adopción de usos periodísticos como el Libro de Estilo, la figura del Defensor del Lector y el Estatuto de Redacción, como indica la propia Escuela de Periodismo UAM – *EL PAÍS* en su web (<https://escuela.elpais.com/>), sirve para regular las relaciones profesionales ente la redacción, a través del Comité de Redacción, la dirección del periódico y la sociedad editorial.

Como ya hemos dicho, *El País* pertenece al grupo PRISA, siendo este el primer grupo de medios de comunicación en los mercados de habla española y portuguesa, presente en 24 países y líder en educación con la compañía Santillana, en información y entretenimiento. Además, junto con Vocento, ha puesto en marcha *Kiosko* y *Más*, una

plataforma de suscripción que une las cabeceras *online* de distintos grupos de comunicación como Godó, Zeta o Planeta, y que según apuntan Labio Bernal y Reig (2017, p. 129), compite con Orbyt, de Unidad Editorial.

En cuanto a la evolución del capital social del grupo, en abril de 2019 era de 666.131.181,42 euros y se encuentra representado por 708.650.193 acciones (PRISA, 2020, s. p). Entre los principales accionistas destacan Amber Capital, que tiene el 29, 8% del capital; seguido de Telefónica (9,44%) (R.A., 2020, s.p.).

PRISA es propietaria en el sector de la prensa del diario económico *Cinco Días*, el deportivo *As* y *The Huffington Post*, así como las revistas *Rolling Stones*, *Cinemanía*, *Claves de la Razón Práctica* o *Gentleman*; en el campo de la radio posee Cadena Ser, Los 40 Principales, ADN Radio, Kebuena, W Radio y Caracol Radio; con la editorial Santillana, al igual que un portal online, Inicia; y en la televisión controla *Digital Plus*, *Documanía* y *Cinemanía*, entre otras (PRISA, 2020, s. p).

No obstante, *El País*, diario que dirige Soledad Gallego, se mantiene rozando el millón de lectores. Aunque pierde 9.000 lectores diarios, el diario se mantiene como el diario de información general con más adeptos en la prensa escrita (EGM Prensa, 2020, s.p.). Según el Estudio General de Medios correspondiente al primer trimestre de 2016 (EGM Prensa, 2016, s.p.), entre los medios generalistas *El País* mantiene la segunda posición como diario más leído (1.400.000 lectores diarios), aunque en este 2020, hemos apreciado que, aunque mantenga la misma posición, el número de lectores ha disminuido de tal forma que no supera el millón (AIMC, 2020).

Es por lo que, gracias a la Historia de *El País* desarrollada en la página online de la Escuela de Periodismo UAM – *EL PAÍS* sabemos que el fenómeno de la globalización en este medio empezó a tener presencia en 1996, pues es desde esa fecha que se inauguró la primera edición digital. En la década de 2000 decidió despegar a nivel global y cambió su dominio de *elpais.es* a *elpais.com*. Hoy el diario cuenta con tres ediciones que varían según la procedencia de los lectores. A la edición desde España, se ha sumado la edición América y la de Brasil. La edición digital roza los 20 millones de usuarios únicos mensuales.

Para Alonso González (2015), la ausencia de independencia política “provoca que el tratamiento informativo del medio se halle condicionado estructuralmente por el contexto sociopolítico, pero también por el condicionante económico que impone la dictadura de la publicidad” (p. 93). De tal forma que *El País* concluye siendo un modelo dentro del sistema de Economía de Mercado, que a la vez que funciona como medio impreso, ha dejado de ser cuarto poder, ya que forma parte del primero al relacionarse directamente con cuestiones económicas y políticas. Así, lo relacionamos de forma directa con la afirmación de Labio Bernal (2006), en la que constata “que los medios del grupo PRISA muestran su fidelidad editorial al Partido Socialista, pero esto se debe sobre todo a la necesidad de copar una cuota de mercado” (p. 117).

En este mismo sentido se manifiesta Labio (citado en Alonso González, 2015, p. 94) en referencia a las cuestiones políticas que “vemos que los medios de comunicación defienden los intereses de un partido o de otro”. Concretamente y de forma evolutiva, desde los 90, tras las tensiones propiciadas por los escándalos de corrupción del gobierno socialista de Felipe González, tanto la política y prensa española quedaron polarizadas como de izquierda y de derecha. *El País* quedó encuadrado dentro del primer grupo (Alonso González, 2015).

Durante los gobiernos de José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE), y posteriormente Mariano Rajoy (PP), el periódico publicó artículos opuestos a las políticas de ambos y el motivo para Sáenz de Ugarte (citado en Alonso González, 2015, p. 97) era “que se ha ido produciendo en paralelo a los crecientes problemas económicos de PRISA, obligada a negociar en posición vulnerable con los grandes bancos del país para renegociar una deuda inmensa” (p. 97).

4.3.2. ABC de Sevilla

ABC fue la obra de un sevillano, Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio. Tras ser mandado por su familia a Madrid a estudiar, pronto mostró sus aficiones periodísticas y, en 1801 fundó la revista *Blanco y Negro*. Posteriormente, en 1903, creó el periódico *ABC* como órgano de información independiente y popular (Langa Nuño, 2001, p. 480). En sus orígenes fue un semanario, aunque se convirtió en un bisemanario el 16 de junio de ese mismo año y el primero de junio de 1905 vio la luz como diario.

Los Luca de Tena no olvidaron sus orígenes sevillanos, pues tenían la voluntad de que el diario llegase con regularidad y prontitud a la capital andaluza. Langa Nuño (2001) añade que “*ABC* se proponía convertirse en el periódico de Sevilla” (p. 481). Es por lo que, el 12 de octubre de 1929 nació *ABC* de Sevilla, al que *ABC* de Madrid enviaba sus portadas y páginas de huecograbado, además de insertarle una sección local muy abultada en referencia a la región andaluza (Langa Nuño, 2001, p. 481).

La dirección de la edición andaluza recayó en manos de Juan Carretero y Luca de Tena, primo de Juan Ignacio. Este último es el hijo de Torcuato. El éxito del diario fue grande, pues al año de salir a la calle la tirada era de 26.000 ejemplares. La edición sevillana fue un fiel reflejo de la madrileña (Langa Nuño, 2001, p. 482), de ahí que sean las ediciones más sólidas. Hoy cuenta con once ediciones más repartidas por todo el territorio español.

Ambos pertenecen al grupo Vocento, nombre con el que se rebautiza la fusión de grupo Correo, encabezado por *El Correo Español* y *El Pueblo Vasco* con Prensa Española en septiembre de 2001. No obstante, este nuevo grupo, durante los primeros meses funcionó bajo el nombre Correo-Prensa Española y en mayo de 2003 pasó a llamarse finalmente Vocento (Labio Bernal, 2006, p. 112). Dicho en palabras de Ramón Reig (2011):

Vocento es un ejemplo de la unión de dos estructuras mediáticas de poder nucleadas en torno a familias de Madrid-Sevilla y del País Vasco, estas últimas vinculadas a la política nacionalista de mercado y a la banca (BBVA, sobre todo). Los Luca de Tena (ABC) y el núcleo vasco hace años que venían colaborando, incluso se intercambiaban acciones de manera simbólica, hasta que en 2001 la tendencia de la llamada Nueva Economía hacia las sinergias empresariales les aconsejó unirse (p. 226).

Tras la guerra civil, cada una de las ediciones quedó en un bando distinto de la guerra, *ABC* de Madrid, apoyando a los sectores conservadores del antiguo régimen y *ABC* de Sevilla, “con una línea editorial de constante enfrentamiento al Partido Socialista una vez accede éste a la Moncloa” (Ruiz Romero, 1998, pp. 102-103).

No obstante, Prensa Española durante la guerra civil, que también editaba *Blanco y Negro*, quedó bajo el gobierno republicano hasta que las tropas franquistas entraron en Madrid, en marzo de 1939. Según apunta Moreno Espinosa (2000, p. 182), no fue hasta 1957 que la Dirección General de Prensa no autorizó de nuevo la posibilidad de publicar *Blanco y Negro*.

ABC de Sevilla, como legítimo representante de Prensa Española (Langa Nuño, 2001, p. 489) intentó proseguir su trayectoria en un ambiente de aparente estabilidad, dentro de las circunstancias de posguerra que se estaban viviendo. Es más, lo relevante en esta época sucedió en 1938, cuando la nueva Ley de Prensa otorgaba al Estado tal papel que el ministro de Interior, Ramón Serrano Súñer, decidió el cese de Carretero al no permitir su continuación en el cargo. El 19 de septiembre de 1938 se confirmaba a Luis Martínez de Gasolina, ahijado de Franco, en el cargo de la dirección.

Sin embargo, tras varias diferencias entre el nuevo directivo y Juan Ignacio Luca de Tena, el primero presentó su dimisión el 11 de abril de 1939, y Juan Carretero regresó al noticiero hasta julio de 1939, donde permaneció hasta su muerte en 1952. *ABC* de Sevilla fue restituido a sus propietarios originales.

Durante la dictadura franquista, como recuerda Armañanzas y Díaz Noci (citado en Moreno Espinosa, 2000, pp. 180-181):

ABC se vio afectado por la supresión de la libertad de expresión, al igual que el resto de las publicaciones del país, y sufrió continuas multas y censuras, sobre todo entre 1953 y 1958. Con la Ley de Prensa de 1966 sufrió el primer secuestro desde la Guerra Civil por la publicación de un artículo de Luis María Ansón titulado “La Monarquía de todos”, en el que apostaba por una Monarquía constitucional y democrática.

La Ley de Prensa del nuevo ministro de Información, Manuel Fraga, había suprimido la censura previa en 1966. Por esto, el periódico fue recogido en todos los quioscos y, según Salgado Araujo (1976, p. 478) publicado en el diario *La Razón* (2016), afirmaba que, “después de una guerra de tres años, con cerca de un millón de muertos

y media España destruida, no se le ocurre a este señor otra cosa que la salvación de España está en una Monarquía democrática con Don Juan de Borbón”.

Luis María Ansón dirigió el diario desde 1983 hasta 1997, sustituyendo a Guillermo Luca de Tena, nieto del fundador. Es más, Ansón también presidió la agencia EFE entre 1976 y 1983.

Desde la dirección de *ABC*, Ansón recuperó la tirada y el cambio de estilo del periódico con unas portadas muy forzadas hacia temas polémicos. En 1985, Prensa Española enderezaba su rumbo, obteniendo beneficios de cien millones de pesetas (Moreno Espinosa, 2000, p. 181). Francisco Rodríguez Alemán, el director de la cabecera sevillana, sucedió a Ansón al frente de *ABC*.

En 1993, elevó la cifra de ejemplares diarios vendidos a 334.000. No obstante, nunca ha superado al diario de PRISA, ocupando así *El País* el primer lugar en las ventas (Córdoba Hernández, 2009, p. 237).

Aunque, la prensa sevillana va a desempeñar un papel crítico en los años siguientes (Reig, 1998, p. 140), *ABC* en sí mantiene una línea ideológica que, según Pastora Moreno (2000, pp. 183-184) se complementa con la unidad de España y postulados abiertamente anticomunistas, en lo político, y partidario, desde su fundación, de la libertad de mercado, desde la perspectiva económica. En lo social, defiende los valores religiosos, en concreto, de la Iglesia Católica y, por último, la lealtad a la monarquía.

Al contrario de lo que sucede en el caso de *El País*, el *Libro de estilo* de *ABC* no incluye sus principios editoriales ni cuenta con una especificación amplia de los propósitos de Prensa Española S.A. (Pastora Moreno, 2000, p. 184).

Los Luca de Tena velaron por no perder la línea editorial en el momento de la fusión de la empresa con el grupo Correo. Recordemos que, el 19 de septiembre de 2001, Prensa Española y el grupo Correo llegaban a un acuerdo al compartir idénticas posiciones de carácter tradicionalista y monárquico (Labio Bernal, 2006, p. 112).

En la práctica, ya no era una familia la única accionista, sino que ahora formaban parte del accionariado del periódico tres: los Ybarra-Bergareche (Labio Bernal, 2006, p. 112), por el grupo Correo y los Luca de Tena, por Prensa Española.

A través de *ABC* (2008), sabemos que el Consejo de Administración de Diario ABC, S. L. designó en 2008 a Ángel Expósito como director en sustitución de José Antonio Zarzalejos, quien era el director desde septiembre de 1999. Ese mismo año, fue el periódico nacional que más aumentó sus ventas. Finalmente, el 7 de septiembre de 2010, se nombró al actual director, el periodista gallego Bieito Rubido Ramonde, que, por aquel entonces, como apunta *El País* (2010, s.p.) era el responsable de Medios Regionales de Vocento desde 2008.

Actualmente, *ABC* de Sevilla sigue defendiendo como parte de su identidad el ser un periódico local con independencia, rigor y calidad. Es decir, la empresa está dispuesta a cambiar el diseño y los subsistemas, pero en ningún caso parece que vaya a modificar los principios que rigen sus directrices esenciales. A los anteriores mencionados, sumamos el compromiso con la sociedad sevillana y la defensa beligerante de la libertad de expresión. Caro González (2007) también añade, “*ABC de Sevilla* sigue siendo el referente de la sociedad sevillana, el reflejo cotidiano de lo que acontece en la ciudad y la provincia” (pp. 342-343).

Como ya hemos mencionado, tanto la versión nacional de *ABC* como *ABC* de Sevilla, pertenecen al grupo Vocento. Reig (2011, p. 224) añade al conglomerado en prensa, *El Correo Español*, *El Pueblo Vasco*, *El Diario Vasco*, *La Verdad*, *Hoy*, *Mundo Deportivo*; en radio destacamos Punto Radio y hasta 2006, un 4-5% de *COPE* y para finalizar en televisión, Net TV, que cuenta con dos licencias de TDT ocupadas por Paramount Channel (Viacom) y Disney Channel (The Walt Disney Company).

Además, en el libro de Aurora Labio Bernal y Ramón Reig (2017), *El laberinto mundial de la información*, los autores reflejan como el principal problema al que se enfrentan estos grupos es la falta de rentabilidad, que, por una cuestión de principios, sus fuentes de financiación van más allá de la publicidad pues se les “imponen claras limitaciones éticas” (Labio Bernal y Reig, 2017, p. 132).

5. Resultados

En este apartado detallaremos los resultados obtenidos a través del análisis de contenido de todas las piezas informativas encontradas en los diarios *El País* y *ABC* de Sevilla en los periodos que comprenden desde el día 1 de febrero al 3 de marzo de 2016 y desde el 1 de febrero al 5 de marzo de 2020. En total hemos analizado un total de 228 documentaciones gráficas y 281 géneros informativos.

5.1. Aspectos generales del tratamiento informativo

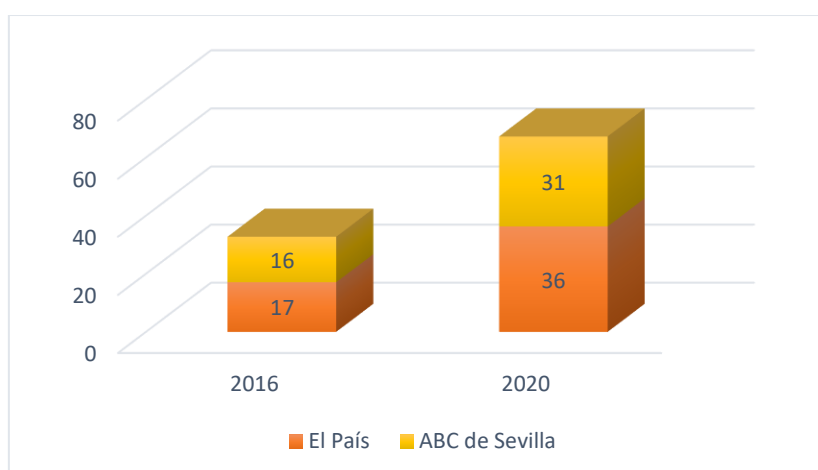


Figura 1: Número de publicaciones totales en *El País* y *ABC* de Sevilla

Fuente: Elaboración propia

Si observamos la Figura 1, es *El País* el rotativo que dedicó más publicaciones a Donald Trump durante el periodo estudiado, con 48 textos informativos en 2016 y 102 en 2020, lo que supone un 17 y 36% del material analizado. *ABC* de Sevilla se reparte el resto del *corpus* con sus respectivas 44 y 87 publicaciones, que a su vez representan el 16 y 31%, respectivamente.

Hemos de aclarar que el número de piezas, bajo nuestra elección metodológica, es solo un criterio de entre los posibles por seguir a la hora de medir la cantidad de información dedicada por cada diario. Es decir, para el periodo de 2016, Donald Trump, precandidato del Partido Republicano, no fue tratado más allá de la posible candidatura o nominación a las elecciones de noviembre de ese mismo año. En cambio, este 2020, la vertiente se ha bifurcado, pues cuatro años después, además de ser el presidente de Estados Unidos, se ha convertido en la viva imagen del Partido Republicano, o como indica Amanda Mars en *El País* (2020a, 2 de febrero), “el Partido de Donald Trump” (p. 8), ante la posible reelección a la que se enfrenta este 8 de noviembre de 2020 (Véase Anexo I, Documento 1).

Hecha esta apreciación, y sintetizando los resultados, ha sido *El País*, como ya hemos visto, el diario que ha dedicado más atención a la figura de Donald Trump.

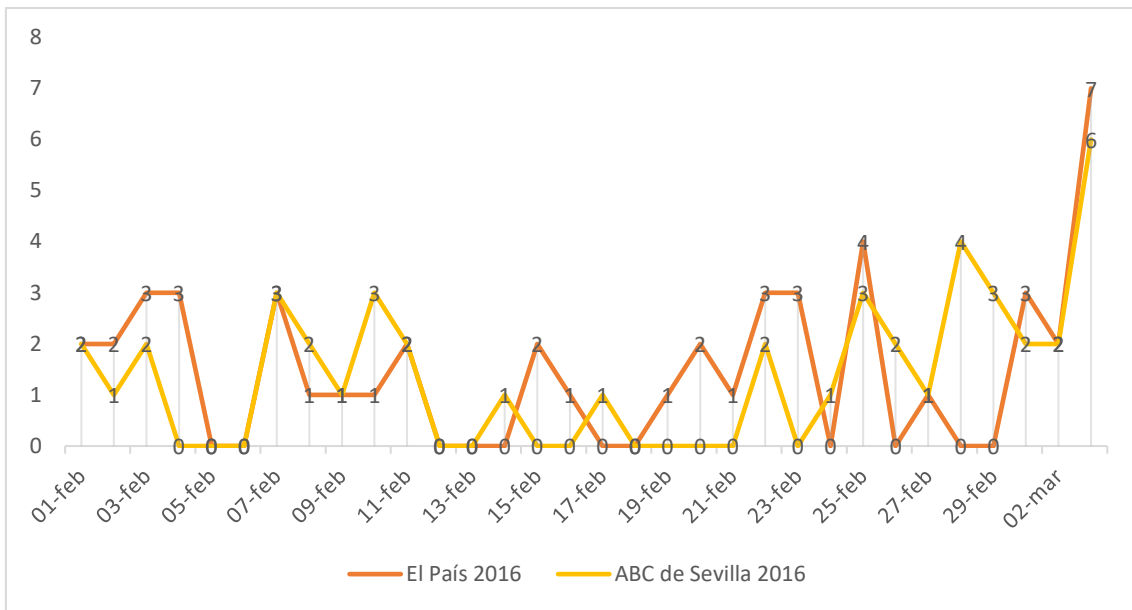


Figura 2: Número de piezas informativas analizadas por día en 2016

Fuente: Elaboración propia

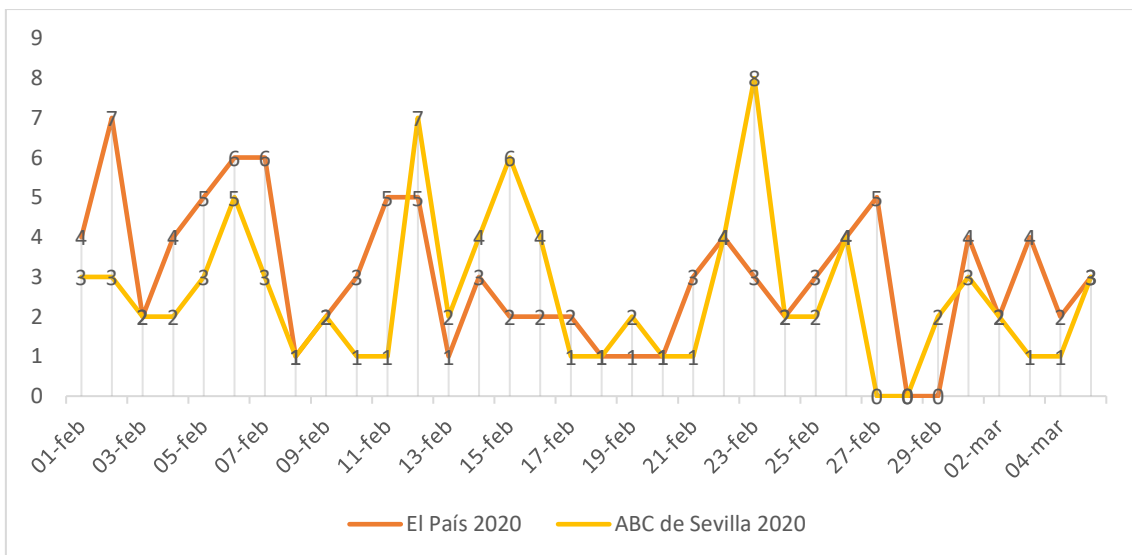


Figura 3: Número de piezas informativas analizadas por día en 2020

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la distribución temporal de la información, tanto en la Figura 2 como en la Figura 3 podemos observar cómo ha sido el seguimiento de Donald Trump en ambos medios a lo largo del periodo de análisis que comprende desde 1 de febrero de 2016 al 3 de marzo de 2016 y desde el 1 de febrero de 2020 al 5 de marzo de 2020.

En esta distribución de piezas por día, aclaramos que el periodo desde el comienzo de las primarias hasta el “Supermartes”, queda marcado por un contexto llamativo a nivel mediático. En 2016, Donald Trump era un precandidato que postulaba a la nominación del Partido Republicano. Además, por aquel entonces resultaba llamativo que un empresario sin experiencia directa en la política estuviese despertando

el interés de los estadounidenses. Asimismo, cuatro años después, siendo el mandatario de Estados Unidos, se ha enfrentado al escándalo mediático del *impeachment* a nueve meses de las elecciones presidenciales de 2020.

Respecto a la Figura 2, los diarios *El País* y *ABC* de Sevilla coinciden más o menos en el seguimiento de la información respecto a este tema, pues ha habido cinco días en los que ninguno de estos medios ha publicado ningún tipo de piezas informativas en las que se mencionase al protagonista. En este gráfico referido a los dos periódicos, los picos se corresponden por partes iguales al 3 de marzo de 2016. En este momento, un 13% de las noticias, siete de *El País* y seis de *ABC* de Sevilla, aludían a la victoria de Donald Trump en el “Supermartes” o “Día D” (Mars, 2016) del pasado 1 de marzo de ese mismo año. Los géneros informativos abrían la sección de internacional de ese día bajo titulares en los que se otorgaba un protagonismo diferente hacia Donald Trump. Para *El País* (Bassets, 2016c) “El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump” (p. 3). En cambio, *ABC* de Sevilla (Erice, 2016f) encaminaba más hacia “La victoria de Trump amenaza con romper el Partido Republicano” (p. 56). Recordamos que se alzó victorioso en siete de los once estados que se disputaban ese día.

Por otro lado, del 3 al 5 de marzo fue cuando se produjo el *caucus* de Iowa y la primera derrota de Trump, a lo que *El País* le otorgó un mayor protagonismo mediático que *ABC* de Sevilla. En concreto, suman un 9% del total, seis y dos piezas informativas respectivamente. Antes del “Supermartes”, se desarrollaron tres primarias más en New Hampshire, Carolina del Sur y Nevada. De éstas, es en Nevada, el 25 de febrero cuando se produce el segundo pico más alto. Así lo exponía como título *ABC* de Sevilla (Erice, 2016d) en una noticia: “Trump barre en Nevada y hunde a las filas republicanas en el desconcierto” (p. 56) (Véase Anexo II, Manuel Erice, Documento 18). Y *El País* (Ximénez de Sandoval, 2016) publicaba en portada: “Trump sigue ganando y se afianza como candidato republicano” (p. 1).

En cuanto a la Figura 3, relativo también al grueso del *corpus* de análisis, se han añadido dos días más, debido a que los resultados del “Supermartes” se publicaron el 5 de marzo de 2020. También es reseñable que en este periodo Donald Trump tiene dos funciones, la primera ser el presidente de Estados Unidos, y la segunda, postulante a los comicios del 3 de noviembre de 2020. Fue bajo la primera función que fue sometido en el mes de diciembre a un juicio político tradicionalmente conocido como *impeachment*. La resolución de este acontecimiento se produjo el 6 de febrero. De esta forma, tanto el día mencionado como el anterior y el posterior, engloban el 9% de las piezas informativas de este periodo, frente al 6% de atención informativa de *ABC* de Sevilla en el periodo mencionado.

Por otro lado, justificamos los cuatro grandes picos visibles que corresponden al 15% (28) de las piezas informativas tratadas (189). De ese quince por ciento, al *ABC* de Sevilla le pertenece un 11% (21). En concreto, las fechas de estos máximos coinciden con el 2 de febrero de 2020, momento en el que *El País* anuncia que la autoridad

palestina rompe relaciones con Israel y Estados Unidos; el 12 de febrero de 2020 es el punto en el que *ABC* de Sevilla anuncia la visita de Estado de los Reyes a Estados Unidos, además de las acusaciones del Pentágono a Rusia y las primarias demócratas; el 15 de febrero destaca por la presencia de tres infografías propuestas en el contexto del gasto militar de Estados Unidos; y, por último, el 23 de febrero de 2020 fue el instante en el que la reelección de Trump estuvo más presente en un conjunto de piezas informativas que combinaban cuatro noticias más tres infografías.

Es obligatorio decir que nuestro cómputo global de piezas toma como inicio el contexto de las elecciones primarias en Estados Unidos. No obstante, el último aspecto curioso de esta Figura 3 es el día 27 de febrero, momento en el que *El País* proyecta su atención mediática hacia Donald Trump en cinco ocasiones, combinando temáticas que van desde el rechazo del plan de paz de Trump para Palestina, el coronavirus en Estados Unidos y las primarias, mientras que *ABC* de Sevilla no hizo ninguna referencia sobre el presidente.

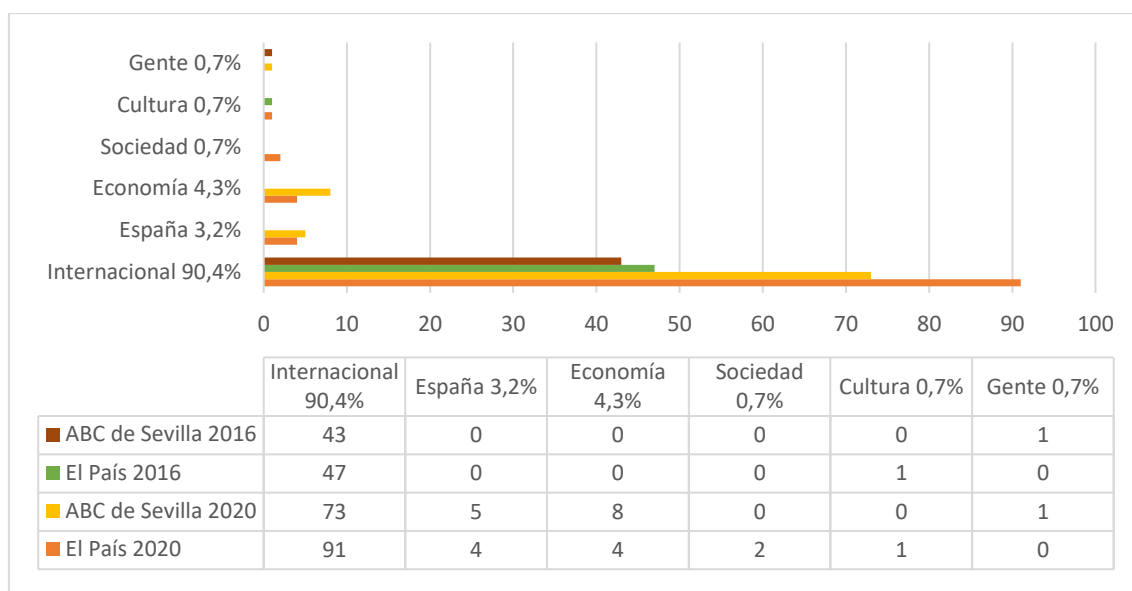


Figura 4: Sección

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 4 podemos observar que la inmensa mayoría de los géneros informativos que los medios han publicado en los respectivos periodos aparecen, con un 90,4%, en la sección Internacional. Llama la atención que haya textos, en este caso, que mencionen a Donald Trump en las secciones Cultura o Gente.

En primer lugar, en el caso de *ABC* de Sevilla (Erice, 2016e), la noticia que aparece en Gente titulada “Los aspirantes a la Casa Blanca hacen campaña electoral en familia” (p. 93) habla sobre cómo cada precandidato, en concreto, Hillary Clinton, Donald Trump y Marco Rubio acuden con sus familias a los actos de campaña electoral. También, *El País* (EFE, 2016) publicó en Cultura una información en la que se vinculaba a Donald Trump con la cantante Adele, porque ésta pedía que dejase de utilizar sus canciones en

los actos de campaña, pues empleaba de fondo en cada mitin la conocida *Rolling In The Deep*.

Del mismo modo, en este 2020 los dos medios han vuelto a ocupar estas secciones que no suman más del 0,14% de publicaciones. De esta forma, *ABC* de Sevilla en la sección Gente o más bien GENTESTYLO&TV publicaba la noticia “Trump sobre el veredicto de Weinstein: «Es una gran victoria»” (p. 84). El periodista Javier Ansorena (2020d), corresponsal en Nueva York, recordaba la filtración de un vídeo de Donald Trump en el que poco antes de las elecciones de 2016, decía que “«cuando eres una estrella» las mujeres te dejan hacer de «todo»” (p. 84) (Véase Anexo II, Javier Ansorena, Documento 10).

Por otro lado, el último suceso hallado en la sección Cultura de *El País* (Ximénez de Sandoval, 2020a) hace referencia de nuevo al mundo musical y envuelve al presidente de Estados Unidos en una noticia en la que se comunicaba la actuación de Shakira y Jennifer López en la *Super Bowl*, y, además, se vincula el voto hispano con la posible reelección de noviembre de 2020 (Véase Anexo I, Documento 4).

Igualmente, como también apreciamos en la Figura 4 y expusimos en la ficha de análisis, añadimos la sección España para saber si Donald Trump tiene cabida en nuestro país, y obtuvimos una respuesta afirmativa. Aunque a ojos del presidente sea un tema de política de exterior, para la prensa española requiere importancia ubicar estas noticias dentro de la sección España, porque las políticas económicas impuestas por Trump, en concreto los aranceles a productos como el vino, afectan de forma directa al sector agrario español. Asimismo, también se ha incluido en dicha sección la ya cancelada visita de Estado de los Reyes a Washington, que estaba prevista para el 21 de abril.

Por último y no menos importante, ya que cuenta con el segundo porcentaje más alto, en concreto 4,2% (12), la sección Economía engloba temas como la Tasa Google y la bajada de tipos de interés en Estados Unidos debido al Covid-19.

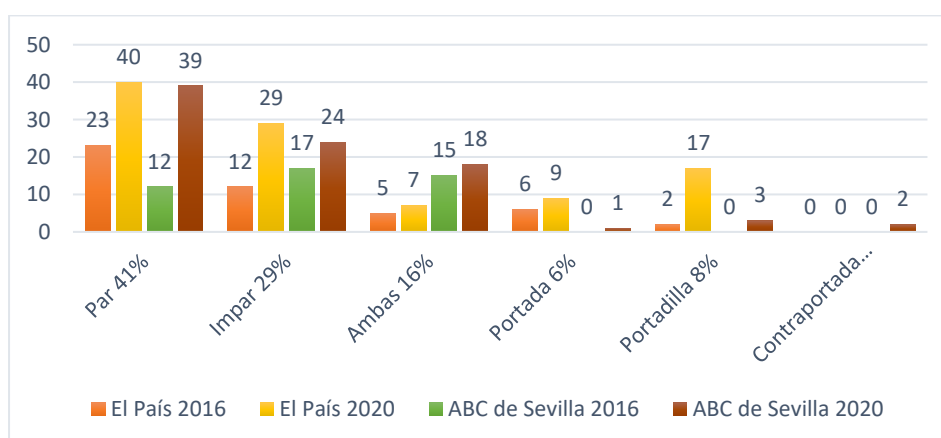


Figura 5: Número de la página

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al emplazamiento de las informaciones, en la Figura 5 podemos ver la distribución de las páginas en las que publicó la información. El uso de páginas pares representa el 41% del total. *El País* 2020 es el medio que cuenta con mayor presencia en las páginas pares, seguido de *ABC de Sevilla* 2020, *El País* 2016 y *ABC de Sevilla* 2016.

Las páginas impares comprenden el 29%, no obstante, el orden concedido por ambos medios es el mismo, salvo que *ABC de Sevilla* 2016 cuenta con más piezas informativas en las páginas impares que *El País* 2016. Las páginas impares confieren a las publicaciones una mayor importancia puesto que reciben las primeras miradas del lector de prensa. En esta ocasión, las diferencias en 2016 sí son notorias, pues *El País* casi duplica con una diferencia de once publicaciones al diario *ABC de Sevilla*.

Por consiguiente, el 16% analizado ocupa ambas páginas, por lo que hablamos, en nuestro caso de noticias largas que han recibido un tratamiento con mayor profundidad. Además, debido a la estructura de *El País*, en portada llevan más de un género, y en este caso, aunque ninguna fuese fotonoticia, sí eran noticias importantes. Ambos periodos de este medio generalista cuentan con casi el 6% del total de piezas informativas ubicadas en portada. La noticia que completa este porcentaje es la portada que le otorgó el *ABC de Sevilla* (Alandete, 2020b) a la visita de Juan Guaidó, presidente encargado de Venezuela.

Debido al cambio de portadilla de *El País* en 2018, la sección Internacional da comienzo en la página dos, no obstante, hay un caso curioso y excepcional, ya que el 7 de febrero de 2016 se suprimió la "Página 2" para dar comienzo a la sección mencionada, pues como hemos comentado no será hasta el paso del 8 al 9 de septiembre de 2018 que la sección Internacional diese comienzo en la segunda página del diario. Es por lo que, en 2020, un 6% de las 281 piezas otorgan el protagonismo necesario a las informaciones en las que aparecen referencias a Trump, ya sea como Administración, como candidato republicano o como presidente.

Estimado el total de piezas informativas (281), es necesario saber la longitud de estas. El criterio determinado fue simple. Sin embargo, no podemos tachar el 32% (91) de las publicaciones que se establecen bajo el ítem de menos de ½ página como breves o noticias cortas en su totalidad, pues también se han integrado en la cifra los despieces e infografías correspondientes, que veremos llegado el momento en la distribución de los géneros informativos visuales y textuales. Igualmente, es la extensión que más abunda seguida de la de más de media página, en la que *El País* 2016 ha cobrado protagonismo, atribuyéndose el 13% del veintidós por ciento ya mencionado.

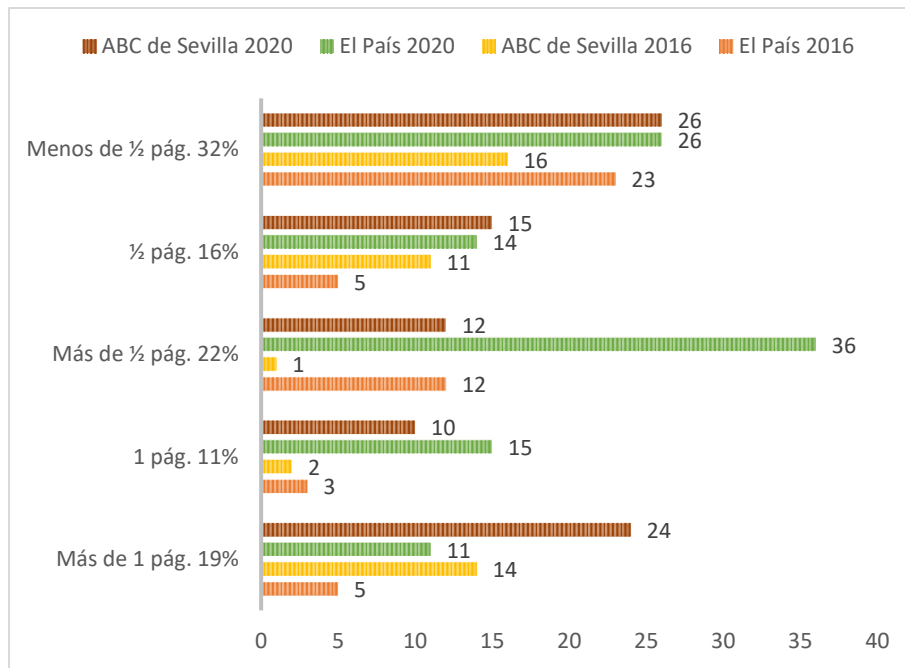


Figura 6: Extensión

Fuente: Elaboración propia

También, a través de la clasificación de más de 1 página con el 19%, hemos comprobado que *ABC de Sevilla 2020* lidera la gráfica, reflejando que sus publicaciones se extienden en ambas páginas, que como vimos en el apartado anterior, le corresponde un 6% del 16% con el que ambas (haciendo referencia a presencia en páginas pares e impares) alcanzaba la tercera posición.

A consecuencia de haber determinado dos periodos de tiempo en los que el tratamiento mediático hacia la figura de Donald Trump ha evolucionado y aumentado en los respectivos periódicos, hemos comprobado cómo *El País* ha pasado de doce a treinta y seis publicaciones de extensión con más de media página. Esta cuestión también se extrapola al caso de *ABC de Sevilla*, pues aun contando con menor número de contenidos informativos, ha pasado de uno a doce dentro de esta categoría.

Además, en 2016, ni *ABC de Sevilla* ni *El País* superaron las 5 publicaciones de 1 pág., lo que supone el 2% de ese 11% general. Es por lo que, confirmamos que cada medio ha aumentado su ejercicio informativo en función del periodo anterior, sin embargo, hay un aspecto destacable y es que *El País 2016* coincide con *ABC de Sevilla 2020* en más de media página.

La extensión no es el único criterio para determinar relevancia concedida a Trump por parte de los medios españoles. Por ello, es importante destacar el uso en las informaciones de recursos visuales como los cintillos. De hecho, el 25,3% (71) de las publicaciones llevan cintillo. De este porcentaje, hemos subdividido por medio y fecha la proporción que corresponde a cada uno de ellos. Solo con visualizar la Figura 7, podemos afirmar que *El País*, a pesar del 3% menos que lo diferencia de *ABC de Sevilla* en 2016,

en el año 2020 ha incrementado en un 31% el uso de cintillos, englobando así el 51% (36) del total (71).

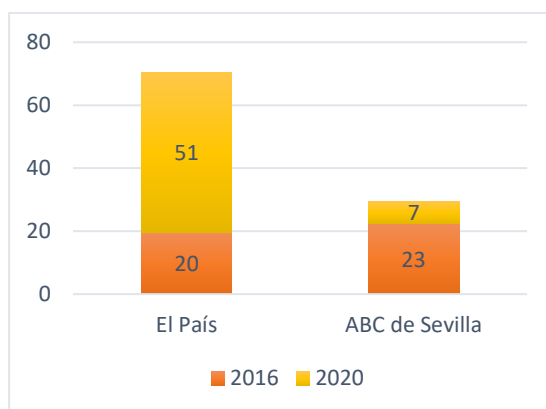


Figura 7: Fragmentos informativos con cintillo

Fuente: Elaboración propia

Estos datos se atribuyen a toda pieza informativa que esté situada bajo el cintillo, y como resultado, hemos diferenciado los siguientes en cada medio (Véase Anexo I, Documento 5):

- *El País* 2016:
 - La carrera presidencial en EE.UU. (3)
 - La carrera para las elecciones en EE.UU. (1)
 - La carrera hacia la Casa Blanca (10)
- *El País* 2020:
 - Salida de Reino Unido de la U.E. (1)
 - El *impeachment* contra Trump (9)
 - La crisis del coronavirus (3)
 - Primarias en EE.UU. (23)
- *ABC de Sevilla* 2016:
 - Primarias en Estados Unidos (2)
 - Primarias en Estados Unidos. Los otros (1)
 - USA Primarias 16' (1)
 - Primarias republicanas en EE.UU. (1)
 - Supermartes en EE.UU. (1)
 - Primarias en EE.UU. Los republicanos (3)
 - Primarias en EE.UU. Los conservadores (2)

- Primarias en EE.UU. Los demócratas (2)
- ABC de Sevilla 2020:
 - Primarias demócratas. “Supermartes” (1)
 - Resultado del “Supermartes”. Carrera a la Casa Blanca (3)
 - Agricultura (1)

Tras este esquema, lo primero que llama la atención es la variedad de cintillos usados por ABC de Sevilla en 2016, que además de elevar el segundo porcentaje del Figura 7, presenta la mayor variedad independientemente de la cantidad de piezas informativas que acumula. De este medio resulta revelador el nivel de especificación con el que nombra al cintillo, de forma que se refleja cómo ha utilizado tres modelos para referirse a los republicanos o conservadores, además de los destinados a los demócratas o a los “otros”. Debemos recordar que Donald Trump pertenece al Partido Republicano, y que estos cintillos, independientes a este partido, aparezcan mencionados en la clasificación, implica que la figura de Trump haya sido nombrada en piezas informativas diversas a las correspondientes de su partido.

Por su parte, el diario generalista *El País* tanto en 2016 como en 2020, no ha entrado en ejemplificaciones y ha tendido a la enunciación informativa sin ningún tipo de connotación, como por ejemplo en 2016, “Primarias en EE.UU.” y en 2020 “La carrera presidencial en EE.UU.”. La excepción de este periódico es que otorgó al *impeachment* cierto protagonismo y ha sido el único caso en el que ha aparecido el nombre de Trump en el cintillo, siendo este, “El *impeachment* contra Trump” (Véase Anexo I, Documento 6). Si relacionamos este cintillo con la regla de simplificación y del enemigo único, se individualiza a Donald Trump como único enemigo ante el *impeachment*, que reúne a sus adversarios (Partido Demócrata) en una sola categoría.

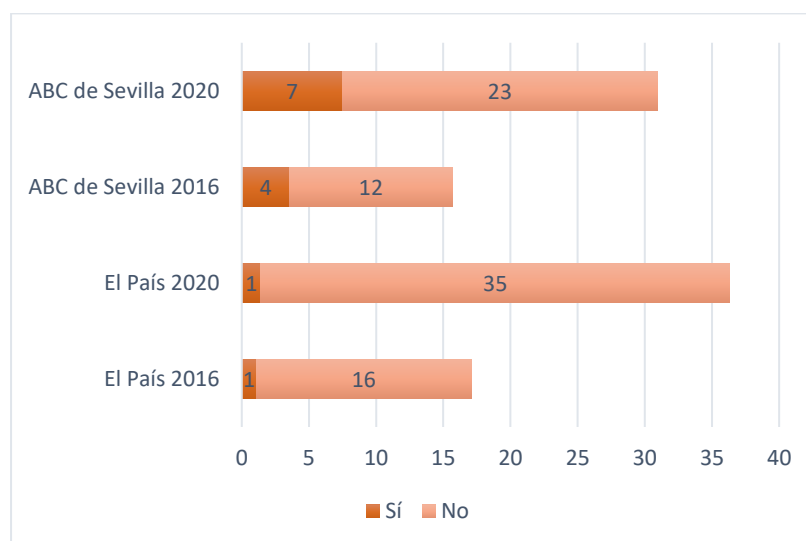


Figura 8: Presencia de recuadro como recurso tipográfico

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, el recuadro también es un recurso tipográfico utilizado para destacar las informaciones, aunque en nuestro análisis no ha sido muy relevante. De forma breve, ABC de Sevilla ha empleado este medio un 11%, al contrario que *El País*, que como se refleja en la Figura 8, no suma más del 2%. El modelo evidente a través del cual hemos comprobado que este recurso sirve para posicionar y ejemplificar la ideología de un partido ha sido en el diario ABC de Sevilla del día 23 de febrero de 2020. De forma más esclarecedora, el medio concedió a los recuadros de dos noticias breves el color rojo, con el que se vincula al Partido Republicano, y respectivamente, el azul del Partido Demócrata (Véase Ilustración 1).



Ilustración 1. Ejemplo de recuadro
Fuente: ABC de Sevilla (23/02/2020)

Con respecto a la autoría de las informaciones, al examinar la Figura 9, el 89% (250) de las piezas informativas han sido elaboradas por corresponsales o enviados especiales, lo que evidencia la importancia concedida por ambos medios. El 1,1% (3) de las informaciones ha sido elaboradas por agencias, distinguiendo EFE (2) y Reuters, y el resto corresponde a la redacción de cada periódico en la etapa paralela, como puede ser la de *El País* (2,5%) en 2016 y 2020 (0,7%), así como la de ABC de Sevilla en 2016 (3,6) y 2020 (2,5%).

Las redacciones han quedado vinculadas en todos los diarios a la realización de las infografías. De este modo, ya podemos adelantar que el medio que utiliza más recursos infográficos es ABC de Sevilla, tanto en el año 2016 como en 2020.

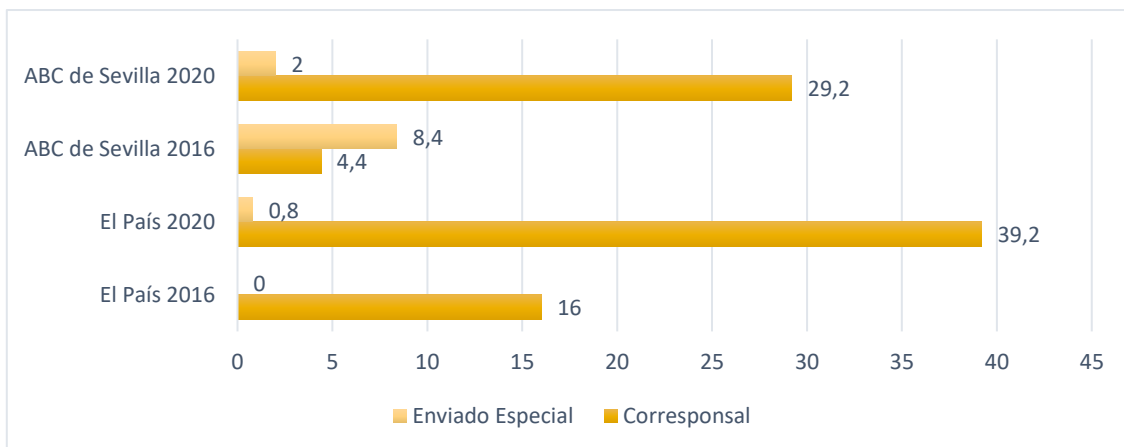


Figura 9: Porcentajes correspondientes a los enviados especiales y corresponsales

Fuente: Elaboración propia

El análisis nos ha permitido comprobar que cada periodista suele estar vinculado a un partido político en concreto. En ABC de Sevilla en 2016 se ve de forma clara. Javier Ansorena con el 16% (5) de las publicaciones, es quien escribe sobre el Partido Demócrata, M. Trillo con el 6% (2) sobre Marco Rubio y Manuel Erice sobre Trump con 23 publicaciones, lo que supone el 46% del total (32). Cada periodista establece según la línea editorial del medio su propio estilo para la cobertura informativa.

Por esa razón, fuimos conscientes de que, en 2020, Javier Ansorena seguía participando en la actividad periodística de ABC, es más, pasó a ser enviado especial adjudicándose el 2% (5) de la elaboración informativa. No obstante, el protagonismo es para David Alandete, pues con el 53% (41) se convierte en el corresponsal de Washington que más piezas ha redactado respecto a lo que la data de este Estado se refiere.

En cambio, *El País* 2020 asciende en número de corresponsales con un 39,2%. Sin embargo, la presencia de enviados especiales es casi inexistente (0,8%), y esto puede resultar tanto extraño como revelador, pues ese porcentaje tan bajo únicamente recoge dos producciones de Gregorio Belinchón desde Berlín. Es decir, ha sido una única ocasión en la que el medio ha especificado que se trata de un enviado especial, y tras revisar los perfiles de los autores de las piezas informativas en redes sociales, hemos afirmado que son corresponsales. Siendo estos, Pablo Guimón, al que le corresponde el 22% de las publicaciones, Amanda Mars con un 20%, Yolanda Monge con un 17% y Pablo Ximénez de Sandoval con el 10% de un total de 100 textos. El 31% restante queda atribuido a otros periodistas que han aparecido de forma excepcional.

Además del caso de ABC en el que se observó la continuidad de periodistas en el tiempo, *El País* 2016 vuelve a mostrarnos este ejemplo de forma más exagerada, ya que de nuevo aparece Amanda Mars, autora del 17,5% de las publicaciones, Yolanda Monge desde New Hampshire trae el 15% de la información, Pablo Ximénez de Sandoval con el 10%, y, por último, desde Washington Marc Bassets con el 35% (14).

La autoría se expresa bajo la firma y como indica Panigua Santamaría (2009), “suele ser la norma habitual en cualquier texto” (p. 54). Es más, de las 281 piezas informativas estudiadas, todas la han presentado. Asimismo, la data, también ha sido mostrada en cada una de ellas.

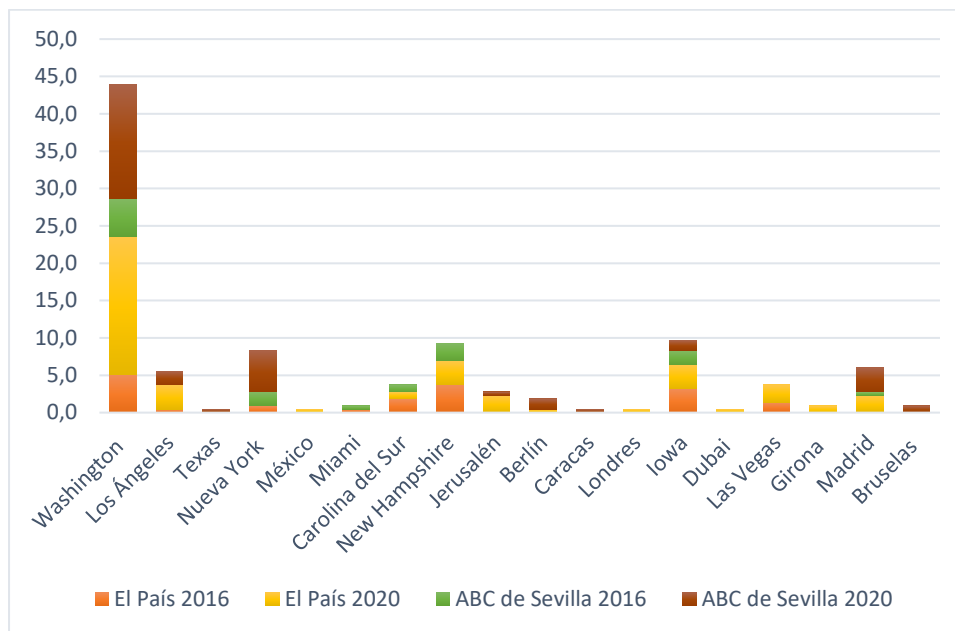


Figura 10: Data

Fuente: Elaboración propia

Visualizando la Figura 10, los medios encuentran el punto de unión en Washington, pues de forma conjunta participan en el 44% (95) del total. De análoga forma, Iowa con el 9,72% (21), New Hampshire (9,3%), Nueva York (8,3%) y Madrid con el 6% (13).

Los dos aspectos que no deben de pasar desapercibidos son Jerusalén y Las Vegas. El primero, con un 2,3% (5) de presencia en *El País* 2020, no ha tenido el mismo tratamiento en *ABC* de Sevilla 2020, concretamente hablamos de que la cabecera andaluza únicamente ha datado un 0,5% (1) de sus publicaciones en esta ciudad. Es por lo que deducimos que el Plan de paz de Trump para Israel no ha sido tratado por igual en los dos medios. En segundo lugar, Las Vegas, con un 3,7% (8) solo tienen detrás a un periodista, tanto para 2016 como para 2020, siendo este, el corresponsal Pablo Ximénez de Sandoval.

De esta forma, finalizamos este punto 3.1. de los aspectos generales del tratamiento informativo. Debemos destacar que el volumen de información publicada ha sido mayor en 2020 que en 2016; que *El País* ha sido el diario que más ha dedicado más atención a la figura de Donald Trump en los dos periodos; que el 90,4% de los géneros informativos pertenecen a la sección Internacional; que el emplazamiento de las imágenes corresponde con un 41% al uso de las páginas pares; que *ABC* de Sevilla ha disminuido el uso de cintillos en 2020 respecto a la variedad presentada en 2016; que

ambos medios vinculan a los periodistas a coberturas informativas a lo largo del contexto, aun siendo el caso de *ABC* de Sevilla el más claro; y por último, el 44% del total de las piezas informativas datan en Washington.

5.2. La importancia de la imagen

La presencia de documentación gráfica es una constante en los dos medios de comunicación analizados. En la Figura 11 se recoge de forma porcentual la cantidad hallada en cada medio. El diario *El País* en 2020 se caracteriza por el gran uso que hace de las imágenes, ya que tras ese 27% se esconden 73 publicaciones. Asimismo, *ABC* de Sevilla 2020, con el 21,1% (57), ocupa la segunda posición al contrario que en 2016, pues el medio andaluz superó a *El País* 2016 con un 11,9% (32).

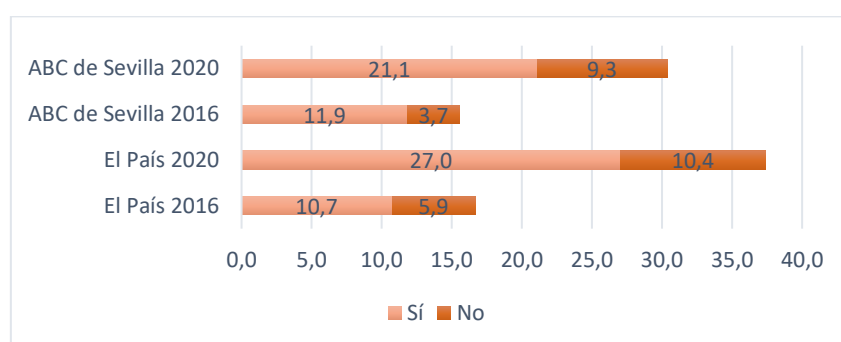


Figura 11: Presencia de documentación gráfica

Fuente: Elaboración propia

El 100% (228) de los recursos gráficos utilizados se distribuyen de forma similar en ambos medios, tal y como se puede constatar en la Figura 12. La fotografía es el recurso más utilizado tanto en *El País* en 2016 y 2020 como en *ABC* de Sevilla en 2016 y 2020. En concreto, el 79,9% pertenece a esta tipología, que en menor medida se ha visto complementada a través de ilustraciones (2,2%), y con un rango mayor, de infografías (17,9%).

Hablar de publicaciones o géneros informativos y documentaciones gráficas no es lo mismo, pues en una publicación puede haber más de una documentación gráfica, entonces aun sabiendo el resultado, como ya hemos verificado arriba, 228, así lo hemos averiguado contabilizando en cada publicación si había 1, 2 o más piezas gráficas.

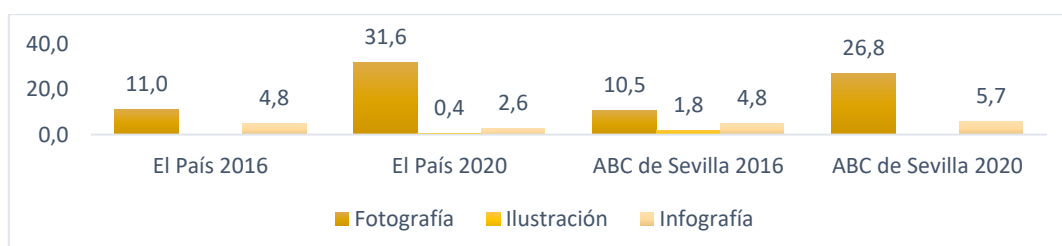


Figura 12: Tipología de la documentación gráfica

Fuente: Elaboración propia

Por orden, en *ABC de Sevilla* 2016, el 87,5% (28) de los géneros informativos contenían una única fotografía, el 6,75% (2) ha publicado dos y más de dos veces también el 6,75% (2). Este último modelo ha sido una publicación en la que había 3 infografías. Cuatro años después, este medio aumenta los porcentajes, pues la única aparición de una fotografía se traduce en un 89% (51), con dos piezas gráficas el 3,5% (2) y con más de 2 el 10,5% (4).

A continuación, *El País* 2016 tiende en el 79% (23) de los casos a la utilización de un recurso gráfico, con el 17,2% (5) han aparecido hasta 2 piezas en una publicación (1 de las 5 son dos imágenes y los 4 restantes, infografías) y con más de 3 veces el 3,4% (1). Repetimos la misma historia y cuatro años más tarde, *El País* alcanza con el 93,1% (68) el pico más alto de la única producción gráfica por publicación, seguido del 5,5% (4) de las que aparecen 2 veces y el 1,4% (1) de más de dos. En este último, hemos examinado incluso 5 infografías en una publicación (Véase Ilustración 2) e incluso la combinación de fotografía e infografía en el mismo documento informativo.

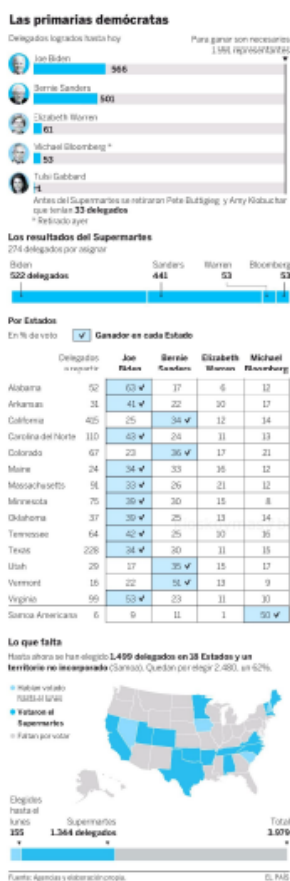


Ilustración 2. Ejemplo de 5 infografías en una misma publicación

Fuente: *El País* (05/03/2020)

En la Figura 13 se muestran quiénes son los protagonistas de las imágenes. Trump, con una presencia del 19%, se encuentra por debajo del 28% los políticos del Partido Demócrata. Este último porcentaje, aparte de ser el más alto, cuenta con 14% de *El País* en 2020 y el 6% de *ABC de Sevilla*.

Continuando con esta bifurcación partidaria, se comprueba que a pesar de que ABC de Sevilla forme parte del 28% de políticos del Partido Demócrata con un 11%, estos datos no dejan en mala posición el protagonismo proyectado hacia Trump, pues hay que tener en cuenta que el apartado de políticos del Partido Republicano es menor que el de Donald Trump, que sumado al de familia Trump, alcanza el 24%. Esto se traduce en el año 2016, en un contexto en el cual Donald Trump obtuvo una atención mediática visual mayor a lo que pudieron tener los otros precandidatos republicanos, Ted Cruz o Marco Rubio.

No del mismo modo, pero sí de forma similar, en 2020 han aparecido dos nuevos nombres en el Partido Republicano dispuestos a competir contra Trump por la nominación republicana, siendo estos, Bill Weld y Joe Walsh. No obstante, la cobertura recibida no ha sido extendida en el tiempo, pues no llega al 2% del 7% de este año.

Dentro del apartado otros destacamos los aspectos independientes a la política que se han relacionado con el gobierno o incluso con la figura de Donald Trump. Hemos encontrado desde granjeros, hasta latinos bailando, pidiendo el voto hispano e incluso fotografías de productos agrícolas españoles que están siendo afectados por los aranceles de la administración Trump.

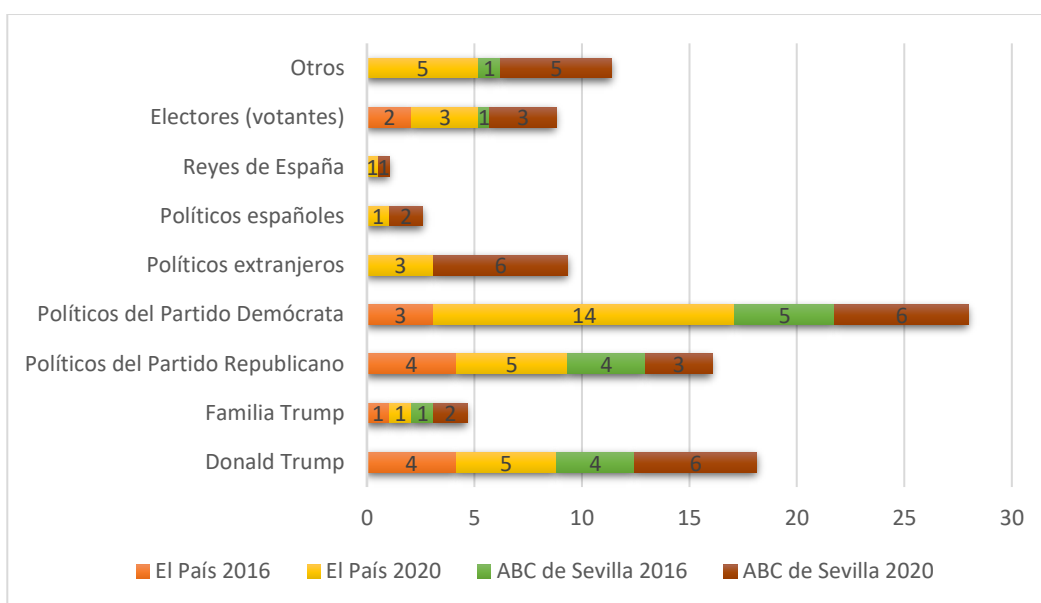


Figura 13: Los protagonistas

Fuente: Elaboración propia

Al igual que es determinante saber quién sale en la imagen, es relevante saber el contexto o tema en el que se desarrolla. Sin ir más lejos, la temática de las imágenes publicadas en 2016 no va más allá de los actos electorales, que a su vez reúnen el escrutinio después del *caucus* de Iowa o las primarias de Carolina del Sur, Nevada y New Hampshire o, incluso, el “Supermartes”, junto a actos de campaña, mítines, discursos y foros. ABC de Sevilla y *El País* ese mismo 2016 publicaron imágenes correspondientes a las variables de análisis “Debates”, “Agenda política” y “Ruedas de prensa”, sin salirse

del contexto de la precandidatura hacia las nominaciones tanto republicanas como demócratas. No obstante, el 1% de temática de agenda política corresponde a Donald Trump tomando café en un bar durante su gira de campaña (Véase Ilustración 3).



Ilustración 3. Ejemplo de imagen con temática de agenda Política

Fuente: ABC de Sevilla (08/02/2016)

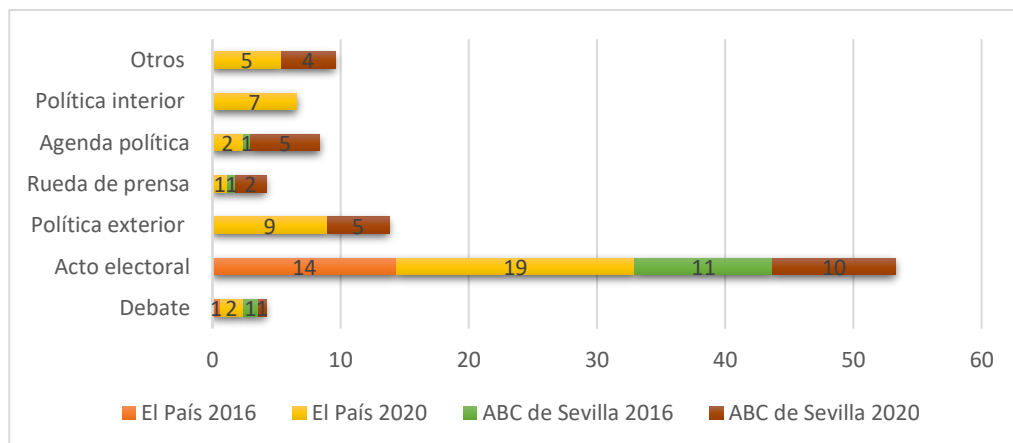


Figura 14: Temática de las imágenes

Fuente: Elaboración propia

En definitiva, *El País 2020* es el diario que ha tratado únicamente imágenes relacionadas con la política interior con el 7%, además de dedicarle el 9% de su documentación gráfica a temas de política exterior, frente al 5% de *ABC de Sevilla 2020*.

La descripción visual de una imagen no consiste solo en reflejar el quién, el cuándo y el dónde, sino también hay que definir el cómo y el cuánto. El cómo expresa la captación en sí, de hecho, la Figura 15 nos presenta unos resultados que se acercan más de lo que pensábamos. Es decir, *ABC de Sevilla* y *El País* en 2020 han seguido la misma

tendencia, coincidiendo en porcentajes tanto en plano general con un 13% (24) cada uno, plano medio con el nueve (17) y diez (18) por ciento, y finalmente el primer plano con el que estos medios han expresado los sentimientos de los personajes con un total del 12% (23). La única diferencia es en la cuestión del plano americano, pues *El País* supera con un 11% (20) el 4% (8) de *ABC* de Sevilla.



Donald Trump, en un acto en Iowa el martes. / JOE RAEDLE (AFP)

Ilustración 4. Ejemplo de primer plano

Fuente: *El País* (04/02/2016)

Esta Ilustración 4, relacionada con la temática de “Acto electoral”, expresa el sentimiento de Trump de éxtasis ante el inminente comienzo de las primarias presidenciales de 2016.

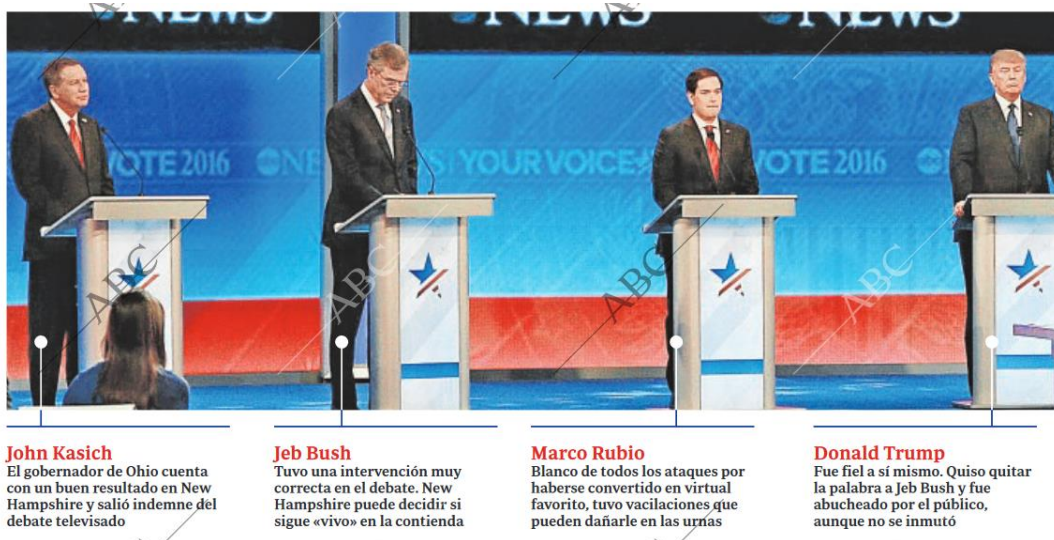


Ilustración 5. Plano general de un debate electoral

Fuente: *ABC* de Sevilla (08/02/2016)

Si nos fijamos en la Ilustración 5, en el semblante de Trump en pleno debate electoral, queda vinculado directamente con el comentario que Manuel Erice (2016a), enviado especial a New Hampshire, hace sobre él: “Fue fiel a sí mismo. Quiso quitar la palabra a Jeb Bush y fue abucheado por el público, aunque no se inmutó” (p. 66). El gesto es de indiferencia.



Ilustración 6. Plano americano en portada

Fuente: ABC de Sevilla (06/02/2020)

En esta Ilustración 6, vemos como ABC de Sevilla emplea el plano americano en portada para tratar la visita de Juan Guaidó a Washington, a la vez que aprovecha la gesticulación y posición firme de Trump para enunciar lo que será otra noticia dentro del diario: “Trump, reforzado y libre de culpa en el *impeachment*” (Alandete, 2020b, p. 1) (Véase Ilustración 17).

Por último, en la Ilustración 7 vemos el uso del plano medio bajo la temática “Acto electoral” de nuevo. En este caso, Trump expresa otro tipo de sentimiento, siendo este, agradecimiento. Así, ABC de Sevilla refleja uno de los pocos ejemplos de imagen en la que Donald Trump aparece sonriendo.



Trump agradece a sus seguidores la victoria en Carolina del Sur

Ilustración 7. Ejemplo de plano medio

Fuente: ABC de Sevilla (22/02/2016)

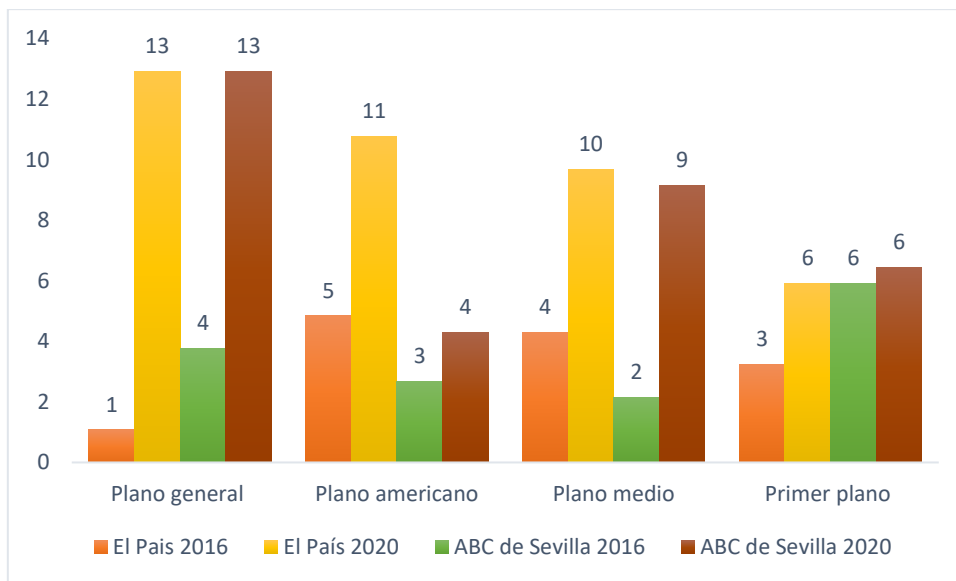


Figura 15: Tipos de planos

Fuente: Elaboración propia

En 2016, a pesar de que la documentación gráfica era menor que en el periodo actual, estos periódicos no coincidieron en ningún momento. Es más, cuando *El País* no tenía más del 1% (2) de imágenes en las que destacara el plano general, *ABC de Sevilla* resaltaba con un 4% (7) este tipo de plano de carácter descriptivo. Asimismo, el plano americano y el plano medio posicionaban a *El País* sobre *ABC* con un 2% más en ambos

casos. No obstante, el 6% del primer plano deja al medio andaluz por encima (Véase Ilustración 8 e Ilustración 9).



Donald Trump, durante una rueda de prensa ayer en Palm Beach, Florida

Ilustración 8. Primer plano de Donald Trump

Fuente: ABC de Sevilla (03/03/2016)



Donald Trump sale de una tienda de lujo de uno de sus hoteles en Las Vegas

Ilustración 9. Plano general de Donald Trump

Fuente: ABC de Sevilla (25/02/2016)

Por esa razón, estos cuatro tipos de planos han aumentado conforme hemos pasado de 2016 a 2020, y no solo por la cantidad de piezas gráficas, sino también en el uso de estos planos por los medios ya estudiados.

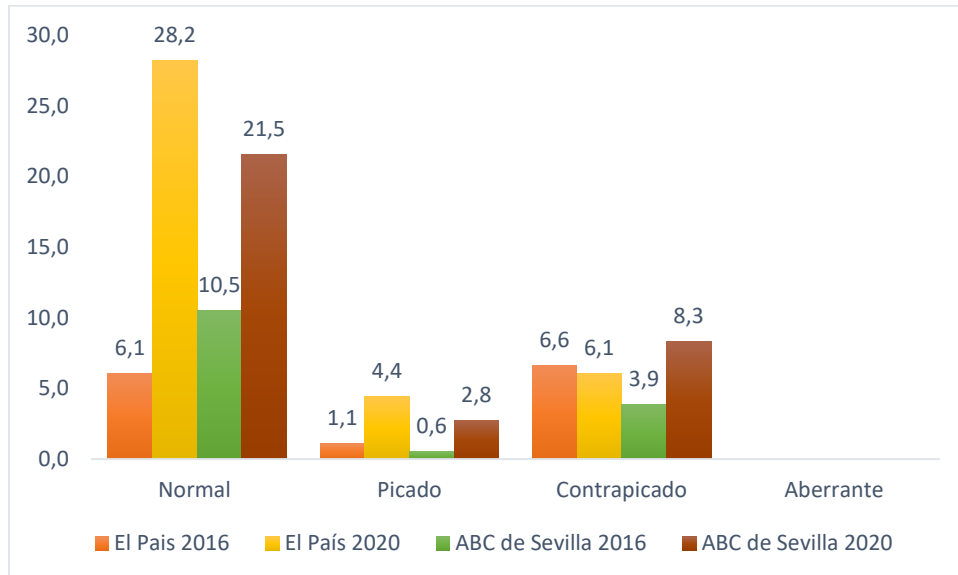


Figura 16: La angulación.

Fuente: Elaboración propia

Con un total del 66,3% (120) de angulación normal, afirmamos que es el modelo más usado entre todos los periódicos con la finalidad de dotar de realidad a las imágenes. Sin embargo, el ejemplo de *El País* en 2016 es el más llamativo, pues del 6,1% (11) en angulación normal, pasaba al 6,6% (12) en contrapicado, reflejando la intención de transmitir superioridad del protagonista enfocado (Véase Ilustración 10 e Ilustración 11).



Ilustración 10. Ejemplo de contrapicado

Fuente: *El País* (11/02/2016)



Donald Trump, acompañado de dos de sus hijos, celebra el martes en Las Vegas su victoria en las primarias de Nevada. / JIM YOUNG (REUTERS)

Ilustración 11. Ejemplo de angulación normal. Fuente: El País (25/02/2016)

Al hablar de enfoque y desenfoque, que estos medios tiendan a la angulación normal no quiere decir que se exprese la realidad sin ningún tipo de connotación. Por ejemplo, hay una predisposición hacia la angulación normal con el fondo desenfocado dotando de grandeza el primer plano del protagonista, por lo que recurre a una profundidad de campo corta (Véase Ilustración 12).



Donald Trump, durante su comparecencia en Palm Beach la noche del Supermartes. / G. ABERN (AP)

Ilustración 12. Ejemplo de desenfoque en la imagen

Fuente: *El País* (03/03/2016)

Además, las imágenes a pesar de ser actuales no son propias del medio, sino que suelen ser tomadas de agencias como *Reuters*.

Por otro lado, *El País* 2020 asciende al 4,4% (8) de preferencia por la angulación en picado, proporcionando una sensación de inferioridad, lo que resulta interesante por

la diferencia entre la intención de transmitir superioridad (6,1%) e inferioridad que no va más allá del 1,7% (Véase Ilustración 13 e Ilustración 14). Estos ejemplos tomados llevan implícitos en el contexto la figura de Donald Trump.



Palestinos protestan contra el plan de paz de Trump para Oriente Próximo, ayer en Ramala. / MALDI MOHAMMED (AP)

Ilustración 13. Plano picado

Fuente: *El País* (12/02/2020)



Bernie Sanders, ayer en Santa Ana (California). / DAVID MONER (AFP)

Ilustración 14. Plano contrapicado

Fuente: *El País* (22/02/2020)

En cambio, ABC de Sevilla pasa del 2,8% (5) de angulación en picado al 8,3% (15) de contrapicado, verificando que el alcance de la grandeza es mayor que el de la indefensión que puede reflejar un plano en picado (Véase Ilustración 15 e Ilustración 16).



Ilustración 15. Plano picado

Fuente: ABC de Sevilla (03/02/2020)



Ilustración 16. Plano contrapicado

Fuente: ABC de Sevilla (22/02/2020)

La simbología predominante en las imágenes publicadas se puede apreciar en la Figura 17. En este sentido, la bandera de Estados Unidos ha estado presente en el 43% (60) de los casos. La hemos visto en los actos electorales correspondientes a cada partido y en cada visita de Estado en la que Donald Trump o el gobierno de Estados Unidos ha estado presente, entre otros (Véase Ilustración 17 e Ilustración 18).

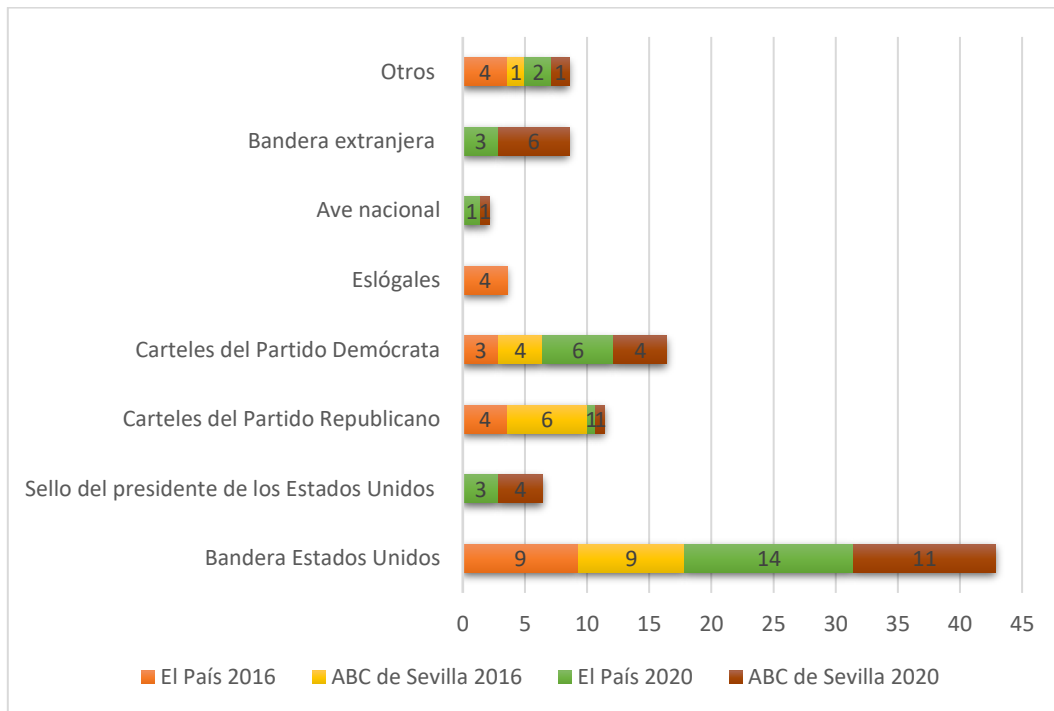


Figura 17: Simbología en la imagen

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 17. Visita de Estado de los Reyes de España

Fuente: ABC de Sevilla (12/02/2020)



Ilustración 18. Pete Buttigieg en un acto

Fuente: *El País* (9/02/2020)

Tanto la Ilustración 17 como la Ilustración 18 podrían ser los dos claros ejemplos de la presencia de la bandera de Estados Unidos en una imagen. La primera, de los Reyes, junto a Donald Trump y su esposa Melania, en la Casa Blanca el 19 de junio de 2018, presentan la bandera de España y Estados Unidos como símbolo de unión, y anunciaban la visita de Estado de los Reyes prevista para el 21 de abril de 2020. Por otro lado, la segunda imagen muestra la grandeza de Estados Unidos en sí, a pesar de que el protagonista sea el precandidato ya retirado, Pete Buttigieg, la simbología predominante y su significado es aplicable a cualquier contexto.

Igualmente, el sello del presidente de los Estados Unidos, propio de la sala de prensa de la Casa Blanca, del Capitolio o del despacho oval apareció en 2020, ya que en 2016 Trump no era presidente, y es por lo que no sobrepasa el 7% del total. Lo mismo sucede con las banderas extranjeras, pues en un 10% de las imágenes han aparecido las banderas de España, Venezuela, Bolivia, Rusia, Palestina, Afganistán y Cuba.

A la hora de comparar la presencia de los carteles tanto del Partido Demócrata como del Partido Republicano en las imágenes, primero, debemos remarcar que, en 2020, la presencia de los carteles republicanos no superó el 2% (2) frente al 10% (14) de los posters demócratas. En cambio, en 2016, cuando Donald Trump se enfrentaba a la nominación, tanto *El País* como *ABC* de Sevilla le dedicaron con una diferencia del 3% mayor tratamiento a documentaciones gráficas en las que aparecían carteles del Partido Republicano. Entre ellos destacamos los empleados por *ABC* de Sevilla, "Trump MAKE AMERICA GREAT AGAIN", "Stands with Trump", "I have my Trump card" o incluso, "Marco Rubio Country", y los de *El País*, "CLINTON FOR PRISONdent", "Choose Cruz" y, por último, "Text TRUMP to 88022. Clemson. South California" (Véase Ilustración 19, Ilustración 20 e Ilustración 21).



Trump es saludado como el rey de corazones de la baraja de póker

Ilustración 19. Cartel "I have my Trump card"

Fuente: ABC de Sevilla (14/02/2016)



Trump muestra en un mitin ayer en Iowa un cartel que pide cárcel para Hillary Clinton.

Ilustración 20. Cartel de "CLINTON FOR PRISONdent"

Fuente: El País (01/02/2016)



Ilustración 21. Cartel de "Stands with Trump"

Fuente: ABC de Sevilla (10/02/2016)

Al final, al añadir la categoría otros para reflejar las simbologías que no quedaban recogidas en nuestros parámetros, hemos contabilizado en ese 8% de 2020, los cuadros de los anteriores presidentes de Estados Unidos colgados por los pasillos de la Casa Blanca, la portada del periódico *USA Today* bajo el titular “ACQUITED” del 9 de febrero de 2020 publicada en *ABC* de Sevilla (Alandete, 2020f) (Véase Anexo I, Documento 8), así como la portada de *The Washington Post* con el título “Trump acquitted” del 7 de febrero de 2020 en *El País* (Mars, 2020c).

Y de 2016, autobuses de campaña, camisetas con la frase “We love Hillary”, y la portada del *Times* en la que aparece como cabecera “HOW TRUMP WON” del 4 de febrero de 2016, justo tres días después de dar comienzo a las primarias.

En cuanto a la intención de las imágenes empleadas por *El País* y *ABC* de Sevilla, podemos observar el equilibrio existente entre ambos medios en el año 2016 (Véase Figura 18). Asimismo, es considerable la coincidencia de porcentajes en la categoría expresiva (7,2%), pues indica que han seguido la misma tendencia de proporcionar imágenes originales que comunicaran a su vez estados de ánimo y concepciones subjetivas. Es más, *El País* en 2020 triplicó este uso hasta llegar al 24,9%, al contrario que *ABC* de Sevilla, que lo disminuyó en un 5% (Véase Ilustración 11, Ilustración 12 e Ilustración 21).

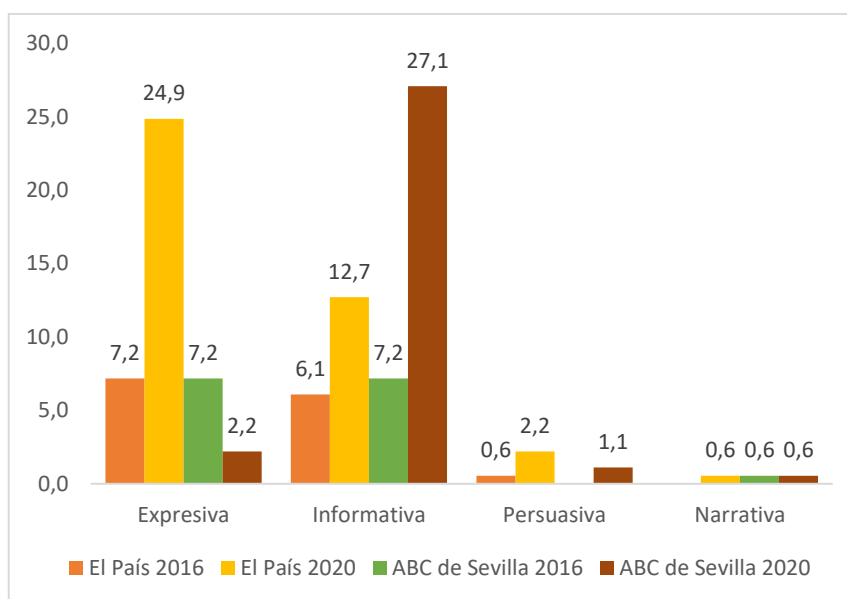


Figura 18: Intencionalidad en la imagen

Fuente: Elaboración propia

De ahí, que en 2020 la predisposición hacia el uso de la tipología informativa se viera tan marcada y diferenciada en estos medios, ya que el periódico andaluz alcanza 27,1% frente al 12,1% de *El País*. Esto lo traducimos en que *ABC* tiene una mayor proyección de imágenes con trasfondo informativo que registran una realidad de forma que dejan constancia de un hecho verídico sin opción a sujeciones (Véase Ilustración 22).



Trump exhibe en su comparecencia un gráfico de los países "mejor y peor preparados" frente a la epidemia. Con él, el vicepresidente, Mike Pence, y la doctora Anne Schuchat, subdirectora principal del CDC. / REUTERS

Ilustración 19. Tipo de imagen informativa

Fuente: *El País* (27/02/2020)

En este caso, teniendo en cuenta que el registro analizado son piezas informativas, resulta revelador el uso de la imagen persuasiva y narrativa, que con un 5,5% (10) entre las dos dejan entrever un uso más valorativo e impactante del mensaje visual. Como ejemplo de persuasión destacan dos fotografías publicadas el 2 de febrero de 2020 en *El País*, acompañando al reportaje "El muro de Trump empieza en los centros de México" (Reina, 2020, p. 10), en la que aparece un padre con su hijo en brazos rodeados de personas sentadas y difuminadas en el suelo (Véase Ilustración 23 y Anexo II, Elena Reina, Documento 26).



Un migrante centroamericano con su hijo, el 20 de enero en la frontera entre Guatemala y México. / JOHAN GONZALEZ (APP)

Ilustración 20. Ejemplo de fotografía persuasiva

Fuente: *El País* (02/02/2020)

Después, la imagen de la categoría narrativa presentada en *ABC* de Sevilla el 2 de marzo de 2020 en la que se simula un *story-board* del debate demócrata. Llama la atención que esta misma imagen se presentó en *El País* de forma expresiva y en este no aparecían tanto Warren como Bloomberg (Véase Ilustración 24 e Ilustración 25).



Ilustración 24. Imagen expresiva sin M. Bloomberg y E. Warren

Fuente: *El País* (27/02/2020)



Ilustración 25. Story-board del debate electoral

Fuente: *ABC de Sevilla* (02/03/2020)

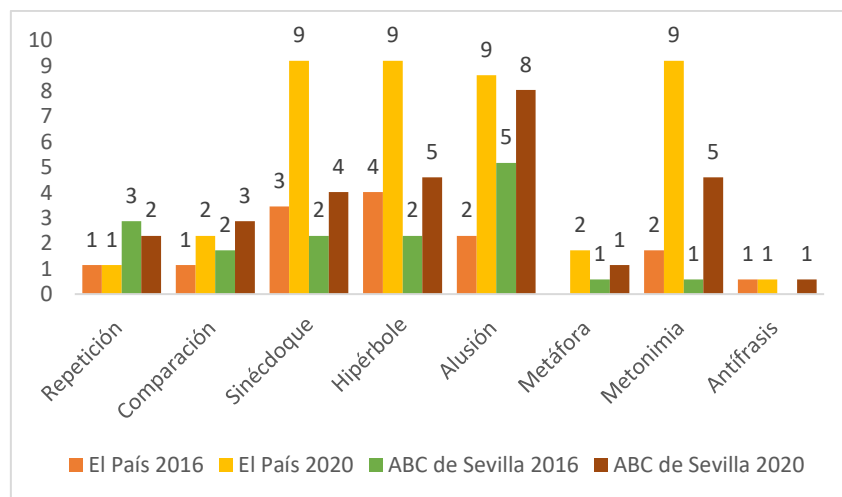


Figura 19: La retórica visual

Fuente: Elaboración propia

La idea de la retórica visual es aplicarla a la imagen para ver qué nos quiere transmitir como mensaje. Para ello hemos aplicado la ficha de análisis a cada medio y

hemos obtenido unos resultados llamativos que van a ser comentados, haciendo hincapié en las técnicas más utilizadas y en los casos más relevantes.

En el caso de *ABC* de Sevilla 2016, destaca la repetición (3%, cinco imágenes), entendida como el hecho de repetir a propósito conceptos en una imagen. Llama la atención el día 29 de febrero de 2016, cuando el medio publicó la fotografía de la familia Trump en un acto de campaña, en el que todos rubios, sonrientes y saludando generaban redundancia del término “Trump” (Véase Ilustración 26).



Donald Trump, rodeado de su familia, en el anuncio de su candidatura en Nueva York

Ilustración 21. Ejemplo de repetición

Fuente: *ABC* de Sevilla (29/02/2016)

Además, el medio andaluz en 2020 encabezaba con otro 3% (5) la figura retórica de la comparación, que infiere en la intención de dar una idea viva de algo frente a otra. Como ejemplo destacable, podría ser cualquier imagen de un debate electoral en el que los precandidatos se hallan enfrentados. Sin embargo, el 15 de febrero de 2016 *El País* nos trasladó al claro ejemplo bajo el título “El Pato Donald para presidente” (Carlin, 2016, p. 4) (Véase Ilustración 27).



Ilustración 22. Donald Trump tras el debate electoral

Fuente: *El País* (15/02/2016)

Igualmente, *El País* 2020 abandera las tres siguientes técnicas retóricas: Sinécdoque, hipérbole y alusión. Con un 9% cada una, expresen al máximo el papel del

presidente de los Estados Unidos, a la vez que influyen en el eslogan, “Make America Great Again” que tanto ha resonado desde 2016. La sinécdoque más llamativa, que refleja una de las partes como un todo o viceversa, es la fotografía de Donald Trump justo el día después de su exoneración del *impeachment*. En ella aparece el presidente con la mano levantada señalando la portada de *The Washington Post* (Véase Ilustración 28). El título, “Trump acquitted” (Trump absuelto, en español), iba acompañado de una imagen suya saliendo del Senado el día de antes. Se ha considerado Sinécdoque porque es una parte del conjunto que forma el Gobierno de Estados Unidos, es más, es un tercio del poder. A la vez, que se convirtió en el “todo” de la prensa.



Ilustración 23. El presidente de Estados Unidos sostiene un ejemplar de The Washington Post

Fuente: *El País* (07/02/2020)

En segundo lugar, la hipérbole, utilizada para engrandecer o disminuir aquello de lo que se habla comprende una relación directa con la gesticulación del personaje, que como venimos viendo no es algo de lo que el medio se prive de publicar. Este ejemplo no es menos, pues la noticia menciona al Senado, el cual ha puesto límites a la acción de Trump contra Irán. La respuesta del presidente fue negativa y su expresión en la imagen refleja su descontento y engrandece el nivel de reprimenda.



Ilustración 24. Trump en el Despacho Oval

Fuente: *El País* (14/02/2020)

La alusión, de forma general, es la figura más utilizada por *El País* 2016, *ABC* de Sevilla 2020 y *ABC* de Sevilla 2016, con un 24%. Esta técnica resulta simple, pues cualquier imagen en la que haya un cartel en referencia a cualquier político, un escenario llamativo que nos traslade a otro contexto, un protagonista que aludiese a otro, una imagen de Qasim al Raimi, líder de la rama más activa de Al Qaeda, la feria del libro en Venezuela en la que sale la portada del libro de Hugo Chávez (Véase Anexo I, Documento 9) o Juan Guaidó, pueden extrapolar y aludir a la persona de Donald Trump sin necesidad de su presencia visual.

De otro modo, la metáfora y la antífrasis son las menos encontradas, ya que la primera cuenta con un 4% y la segunda con un 2%. En *ABC* de Sevilla 2016 se observa el modelo más llamativo de metáfora: una ilustración en la que montados en un burro Marco Rubio y Ted Cruz, Donald Trump aparece en el suelo (Véase Ilustración 30). Como indica el significado de metáfora, consiste en trasladar el sentido recto de las voces, Trump como principal precandidato a la nominación republicana, frente la esperada derrota que se vincula con la caída al suelo, en virtud de comparar.

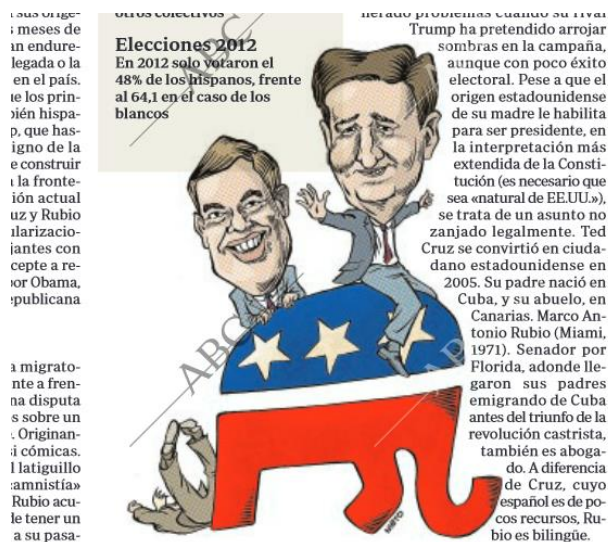


Ilustración 25. Ejemplo de metáfora como recurso visual

Fuente: *El País* (03/02/2016)

Por otro lado, como antífrasis el 1 de febrero de 2016, justo el día en el que comenzaron las primarias estadounidenses, *El País* (Bassets, 2016a) utilizaba la imagen de Trump para confirmar a través de un mensaje violento y subjetivo que Trump plasmaba en un cartel, “Clinton for PRISONdent”, la lucha de precandidato republicano hacia precandidata demócrata (Véase Ilustración 20). En este caso, se cumple el concepto de antífrasis pues designa una imagen, un contexto contrario a lo que se debería de decir. Una vez más, este medio generalista ridiculiza visualmente la imagen de Trump dando pie a la opción de provocar en la sociedad un rechazo hacia él.

Por último, y no menos importante, pues le corresponde un 17%, la metonimia ha abundado en este año 2020, concretamente en *El País* con un 9% y en *ABC* de Sevilla

con un 4% menos. La metonimia que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa, y es por ello, que como ejemplo hemos tomado la imagen de Mitt Romney saliendo del Senado la jornada antes del *impeachment*. Esto quiere decir que a través de esta fotografía saliendo, abandonando un lugar, podría decirse que Romney aun siendo senador republicano, saldría, le daría la espalda a su presidente en la votación de su absolución (Véase Anexo I, Documento 10).

5.3. Los géneros informativos en *El País* y *ABC* de Sevilla

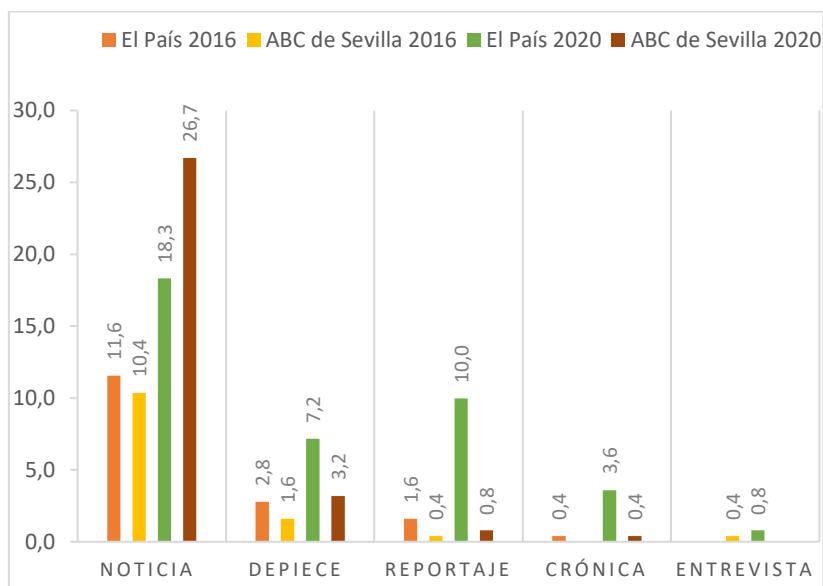


Figura 20: Géneros informativos textuales

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 20 podemos observar la clasificación de los géneros periodísticos de los textos informativos hallados en *ABC* de Sevilla y *El País* respecto a Donald Trump. En primer lugar, encontramos la noticia, con 168 textos de los 251 totales, lo que supone el 67%. En segundo lugar, se sitúa el despiece, con 37 (14,8%) textos, seguido del reportaje, con un 12,8% (32). El 5,4% restante lo forman las once crónicas y las tres entrevistas publicadas. Dentro de este último género mencionado destaca la publicación de *ABC* de Sevilla, en plena campaña electoral, de la entrevista informativa a Jeanette Rubio, mujer de Marco Rubio, el pasado 1 de marzo de 2016 (Trillo, 2016, p. 52).

El porcentaje de *El País* 2020 en el reportaje, 10% (25), llama la atención, pues quiere decir que de un tema que puede resultar complejo como, por ejemplo, del muro de México se ha hecho un tratamiento más exhaustivo y denso, al contrario que en *ABC* de Sevilla 2020, que únicamente destaca por la presencia del 0,8% (2) en este género. Asimismo, *El País* este mismo año, publicó en cuestión de 32 días nueve crónicas (3,2%) en las que se mencionaba Donald Trump o al gobierno de Estados Unidos.

En cambio, el medio andaluz en 2020 lideró el género de la noticia, adjudicándose el 26,7% (67) del 67% ya mencionado. Esto supuso respecto al año 2016 un crecimiento del 16,3%.

Al hablar de géneros, es importante analizar los elementos de titulación de los géneros informativos textuales. De forma esclarecedora, el recuento se subdivide en título, subtítulo, antetítulo y ambos. Asimismo, los hemos diferenciado por medios ya que no cumplen con la misma regla de titulación.

- El titular en *El País*

Las informaciones de las páginas ‘duras’ como ha llamado José Álvarez Marcos (citado en Fernández Barrero, 2017, p. 75) a la sección de Internacional, Nacional y Economía llevan entradilla y títulos en negrita. Por lo que, analizando la Figura 21 visualizamos el siete (10) y 12 (18) por ciento de las noticias que solo han llevado título en 2016 y 2020 respectivamente. No resulta llamativo pues esto engloba noticias cortas o despieces, y el volumen de este género también evolucionó (Véase Figura 20).

En segundo lugar, el subtítulo destaca por dos tipos, siendo estos, la entradilla ya mencionada que se ha contabilizado en 19 ocasiones en 2016 y 34 veces en 2020, además de el subtítulo como tal que ha aparecido en 2016 un total de doce veces y cuatro años después nueve (Véase Ilustración 28). Ambos periodos suman el 50% del *titrage* (Martínez Albertos, 1974, p. 161). de estas piezas informativas. En tercer lugar, el antetítulo como tal cobra protagonismo en el 2020 con un aumento del 22% respecto al 2016. En concreto, 36 géneros informativos, correspondientes a la crónica y el reportaje, llevan en la parte superior del título un antetítulo con función de sumario (Véase Ilustración 27). Así llegamos a la combinación de ambos, que con un 2% (3) culminaba este recuento.

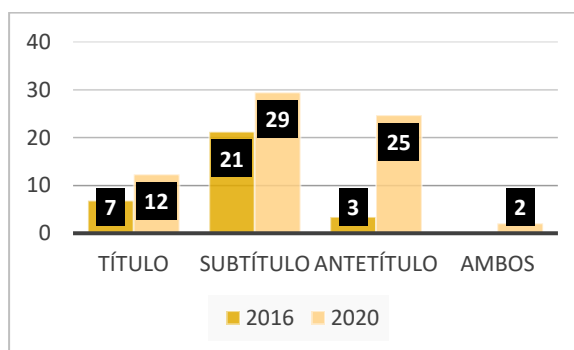


Figura 21: Comparativa del titular en *El País*

Fuente: Elaboración propia

ELENA REINA. México
Un joven de 15 años está tumbado en una colchoneta sin moverse. Su madre, desesperada, le pone paños húmedos a su frente ardiendo. En la calle el termómetro marca 36 grados centígrados, pero en ese cuarto insalubre en el centro de Tapachula (Chiapas, frontera con Guatemala) la sensación es de por lo menos cinco

Las ONG tienen restringido el acceso a instalaciones donde miles de solicitantes de asilo viven hacinados y atrapados

El muro de Trump empieza en los centros de México

taron hacinamiento en todas las estaciones, abusos de poder de las autoridades, falta de atención médica y psicológica, también de acceso a una asesoría jurídica, escaso contacto con el exterior; muchas personas aseguraron no haber podido llamar a sus familiares; minora; prácticas de castigo y áreas de aislamiento; extorsiones "de forma generalizada";

Ilustración 26. Ejemplo de subtítulo en un reportaje

Fuente: *El País* (02/02/2020)

'IMPEACHMENT' CONTRA TRUMP

INTERNACIONAL

Los demócratas llaman en la recta final del juicio a plantar cara "a la tiranía"

YOLANDA MÓNTE. Washington. Mientras la campaña electoral de 2020 comenzaba oficialmente en Iowa y muchos votantes vivían ajenos al juicio político que se celebra contra Donald Trump, en el Senado de Estados Unidos se presentaron ayer los argumentos finales por parte de la

acusación (demócrata) y la defensa del presidente que se enfrentan en el impeachment. Pese a que todo apunta a que la mayoría republicana en la Cámara garantizará a Trump la absolución, los demócratas declararon la necesidad de condenar al presidente para "plantar cara a la tiranía".

¿Quién iba a decir que hacer historia podría ser tan tedioso? El senador Bernie Sanders, que debía estar en Iowa pero tuvo que quedarse en Washington para la argumentación final de las partes, hosteaba sin complejos. Aparta y languidez han sido la tónica general desde que la destitución del mandatario pasó de la Cámara de Representantes al Senado

de la acusación y argumento de la defensa, sus señorías se fueron a comer. Regresaron pronto. Antes del almuerzo, los llamados fiscales del impeachment (los siete congresistas demócratas que defienden la causa abierta contra Trump) resumieron las dos semanas de proceso en varias ideas. Que Trump sigue siendo un peligro hoy día para la seguridad na-

por encima de la ley", declaró con acento pero en español la demócrata Silvia García.

Cuando el Senado paró para comer, Trump aprovechó para dar su opinión sobre el juicio.

En Twitter, se preguntaba por el informante que desencadenó su impugnación, al revelarse que el presidente había pedido a sus homólogos irse a casa. Solo-

por California al frente de la acusación) se INVENTA mi conversación con el presidente de Ucrania?? ¿Por qué la Cámara (de Representantes) no ha hecho su trabajo? Y mmmuuu-cho más".

No todos usaron el receso de la comida para alimentarse. Lisa Murkowski y Joe Manchin, el senador republicana y el demócrata, conversaban entre ellos con las cabezas casi pegadas. La republicana, a la que se observa de cerca debido a que su voto puede fluctuar y cambiar de bandeada, no tiene todavía decidido qué hará mañana cuando se produzca la votación final. No se sabe si Murkowski se decantará por votar a favor o en contra de destituir a Trump. También es desconocido el voto de Manchin, senador de West Virginia.

Esta semana está cargada de fechas relevantes. Desde los caucus de Iowa hasta la votación final del impeachment pasando hoy por el discurso presidencial sobre el Estado de la Unión, a di-

conde la preocupación que existe sobre que sus comentarios puedan ponerle en una situación comprometida, ya que entre algunos miembros de las filas republicanas existe la idea de que el mag-nate actuó de forma inapropiada, aunque no creen que esa conducta merezca un impeachment.

Trump no será el único presidente de EE UU que acudirá al discurso del Estado de la Unión mientras es sometido a un juicio político. Lo mismo le sucedió a Bill Clinton en 1999. En ningún momento Trump se planteó cancelar su comparecencia ante el Congreso y la nación. "Lo voy a hacer", dijo en la cadena Fox el presidente poco antes de que comenzara la famosa Super Bowl en la noche del domingo. "Voy a hablar de todos los logros que hemos conseguido", finalizó.

Como si de un viaje en el tiempo se tratara, en el espacio de la defensa compareció Kenneth Starr, el fiscal especial que lideró la investigación sobre la vida sexual de Bill Clinton que le llevó a su impeachment en 1998. Starr

Ilustración 27. Ejemplo de entradilla en una noticia

Fuente: *El País* (04/02/2020)

- El titular en ABC de Sevilla

Gracias a José Álvarez Marcos (citado en Fernández Barrero, 2017, p. 75) supimos desde el primer momento que en ABC solo las noticias llevan subtítulo, en los reportajes los titulares son más delgados y los subtítulos van por encima fileteados y, por último, que los despieces solo se justifican a la izquierda. Esto, aplicado a nuestro estudio se ha trasladado a 12 (11%) ocasiones en las que las publicaciones, típico de los despieces breves, solo llevan título. Por otro lado, el subtítulo es el que más abunda con un total del 55% (19 en 2016 y 42 en 2020). Asimismo, el 20% (22) de los antetítulos incluyen los subtítulos fileteados que van en la parte superior de los reportajes y crónicas, así como, de esas 22 publicaciones, diez corresponden a noticias cortas (Véase Ilustración 29, Ilustración 30 e Ilustración 31).

De esta manera, la categoría ambos, no ha evolucionado más que un 3% con el paso de estos cuatro años lo cual no resulta relevante.

EL SENADOR DE VERMONT, EN DESVENTAJA

El voto negro y el hispano, cruciales en la próxima batalla de los demócratas

J. ANSORENA NUEVA YORK

Mañana se celebra el Supermartes, una cita decisiva en el calendario de las primarias, con once estados en juego para el bando demócrata. Las minorías raciales definirán buena parte de esta batalla electoral: más del 40 por ciento de los votantes demócratas en estos estados no son blancos.

Los electores negros serán decisivos en seis estados del Sur -Alabama, Arkansas, Georgia, Tennessee, Texas y Virginia- y, tras los resultados en Carolina del Sur, todo apunta a que

aquí la ventaja la tendrá Hillary Clinton.

El equipo de Bernie Sanders confía en imponerse en los otros cinco estados en liza, con más población blanca: Minnesota (donde ayer estaba de campaña), Massachusetts, Vermont (el estado al que representa como senador), Oklahoma y Colorado, el único con una minoría racial, la hispana, de peso.

De hecho, en algunos de estos estados, el voto hispano será tan importante como el voto negro. Sobre todo

El Ku Klux Klan y Jean Marie Le Pen, a favor de Trump

No votar por Trump sería «traicionar nuestra herencia». Así argumentó David Duke, antiguo líder del grupo supremacista blanco Ku Klux Klan (KKK), su apoyo al magnate en su carrera hacia la Casa Blanca, pese a que el propio multimillonario ha rechazado este respaldo que le puede perjudicar mucho más que favorecer. Otro controvertido apoyo le vino a Trump por parte del jefe histórico de la extrema derecha francesa, Jean Marie Le Pen.

en Texas, el estado que más reparte, con 222 compromi 38 por ciento de los votant estado son hispanos (fren por ciento afroamericanos y ciento, blancos).

Ventaja de dos a uno. Una encuesta del diario «The ton Post» y de la cadena de «Univisión» asegura que Cl tiene una ventaja de dos a u a Sanders entre los demócr nos a nivel nacional. El can pulista se aferra a los resu Nevada, donde se impuso puntos entre los hispanos.

En Texas ya ganó Hillary (2008 frente a Obama, con ciento de los votos, y su eqt ra repetir triunfo. Si la balan permertes se inclina a su f muy difícil que Sanders con perarse.

Ilustración 28. Ejemplo de antetítulo en noticia corta y despiece

Fuente: *ABC de Sevilla* (29/02/2016)



Ilustración 29. Ejemplo de subtítulo fileteado en una entrevista

Fuente: ABC de Sevilla (01/03/2016)



Ilustración 30. Ejemplo de subtítulo

Fuente: ABC de Sevilla (02/02/2020)

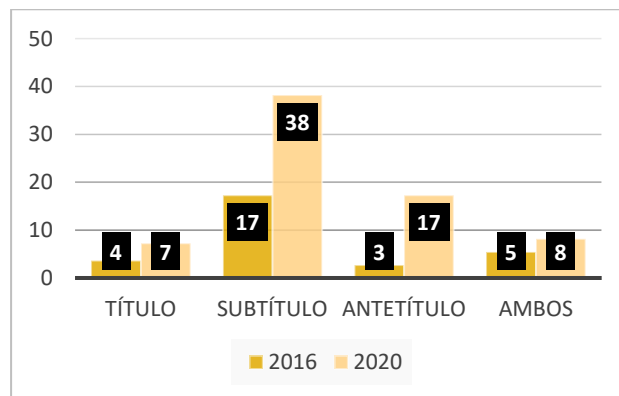


Figura 22: Comparativa del titular en ABC de Sevilla

Fuente: Elaboración propia

Dentro de este apartado nos hemos propuesto exponer los títulos más llamativos de estos dos espacios temporales, simplemente por ir viendo qué tratamiento hace cada medio sobre Donald Trump o su gobierno.

En el año 2016, las fechas claves que queremos destacar son las siguientes:

- 1 de febrero:
 - *El País*: “EE.UU. mide la fuerza del descontento y del fenómeno Donald Trump” (Bassets, 2016a, p. 6) (Véase Anexo II, Marc Bassets, Documento 11).
 - ABC de Sevilla: “Iowa pone a prueba a Trump y Clinton, que encabezan las encuestas” (Erice, 2016a, pp. 66-67).
- 22 de febrero:

- *El País*: “Rubio y Cruz se sitúan como únicas alternativas ante el avance de Trump” (Faus, 2016, p. 3).
 - *ABC de Sevilla*: “La nueva victoria de Donald Trump pone en jaque al Partido Republicano” (Erice, 2016c, pp. 64-65) (Véase Anexo II, Manuel Erice, Documento 17).
- 3 de marzo (Resultados del “Supermartes”):
- *El País*: “El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump” (Bassets, 2016c, p. 3).
 - *ABC de Sevilla*: “La victoria de Trump amenaza con romper el Partido Republicano” (Erice, 2016f, pp. 55-57).

En el año 2020, las fechas claves que queremos destacar son las siguientes:

- 2 de febrero:
- *El País*: “El *impeachment* culmina la sumisión republicana a Trump” (Mars, 2020a, p. 8).
 - *ABC de Sevilla*: “Trump salva su presidencia y se hace con el control total del Partido Republicano” (Alandete, 2020a, p. 60).
- 5 de febrero:
- *El País*: “Los problemas del Partido Demócrata dan alas a Trump” (Monge, 2020b, p. 4) (Véase Anexo II, Yolanda Monge, Documento 24).
 - *ABC de Sevilla*: “Pierden todos los candidatos demócratas: el fiasco de los caucus impulsa a Trump” (Ansorena, 2020a, pp. 48-49).
- 6 de febrero:
- *El País*: “Los republicanos absuelven a Trump” (Mars, 2020b, pp. 2-3).
 - *ABC de Sevilla*: “La exoneración total en el *impeachment* enardece a un Trump ya en campaña” (Alandete, 2020c, p. 50).
- 18 de febrero:
- *El País*: “España aplaza el cobro de la ‘tasa Google’ ante la presión de EE.UU.” (delle Femmine, 2020, p. 35).
 - *ABC de Sevilla*: “Calviño aplaza el choque de la Tasa Google para evitar el choque con Trump” (Seberto, 2020, p. 56).
- 1 de marzo:
- *El País*: “Trump trata de influir en las primarias” (Monge, 2020c, p. 8) (Véase Anexo I, Documento 7).

- ABC de Sevilla: “Trump moviliza a sus bases para la victoria frente al socialismo” (Alandete, 2020h, p. 56).

Hasta el momento, este es el adelanto de lo que posteriormente se hará el estudio propagandístico de ambos medios. No obstante, si tenemos en cuenta las diferencias ideológicas propias de los medios expuestas en el marco teórico, el cambio de entonación lo encontramos en *El País*.

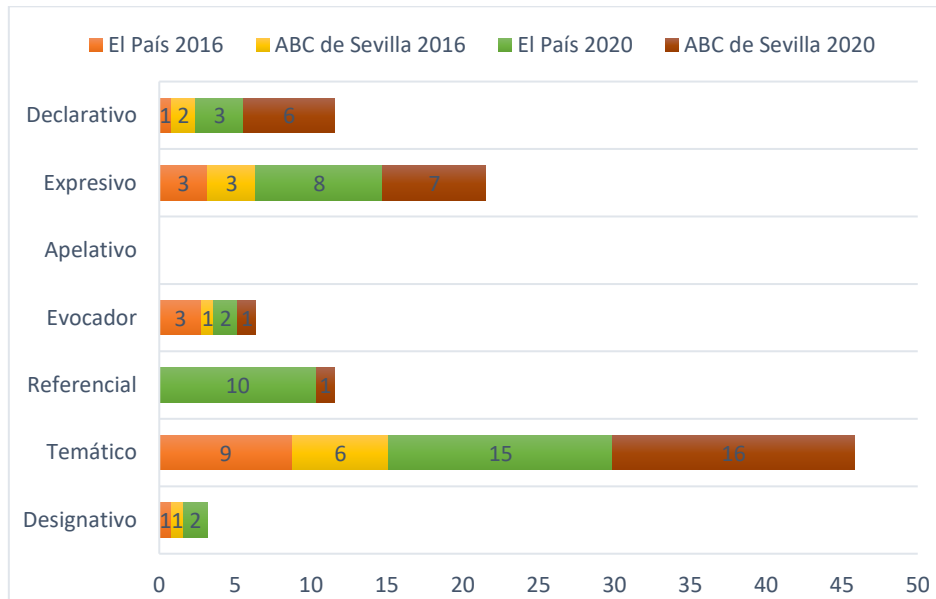


Figura 23: Tipos de títulos

Fuente: Elaboración propia

Tras haber examinado las 251 informaciones en las que aparece alguna referencia sobre Trump, evidenciamos que el 46% de los géneros utiliza un título de carácter temático, seguido del 21% que se enuncian bajo uno expresivo, un 12% según un enunciado declarativo, un 11% con un título referencial y un 7% de las piezas informativas se enuncia de forma evocadora, es decir, utiliza juegos de palabras, frases de moda, refranes canciones para seducir.

Igualmente, si desglosamos más los datos, el mayor porcentaje, 16% queda adherido a la cabecera andaluza, en pleno 2020, y al enunciado temático, que coincide con el periodo anterior ya que, con el 6% también fue su resultado más alto. De manera análoga, el 15% correspondiente a *El País* también se refleja en la Figura 23, pues al igual que *ABC*, su segunda presencia más importante la tiene en la tipología expresiva.

Recordamos que el titular temático enuncia el tema que contiene el cuerpo de la información, al contrario que el expresivo pues contiene opiniones, puntos de vista o valoraciones que hace el periodista. El primero es ejemplificado a través de la noticia de *El País* con título, “La autoridad palestina rompe relaciones con Israel y EE.UU. tras el plan de Trump” escrita por Juan Carlos Sanz (2020, p. 12) desde Jerusalén el pasado 2

de febrero (Véase Anexo II, Juan Carlos Sanz, Documento 27), y el segundo modelo lo vemos con otra noticia de este mismo medio en el que se emplea un tono expresivo, siendo este, “Los demócratas llaman a la recta final del juicio a plantar cara «a la tiranía»” redactada por la corresponsal Yolanda Monge (2020a, p. 3) desde Washington el 4 de febrero de 2020.

A continuación, el titular declarativo, por un lado, y por otro el referencial. Aunque únicamente se diferencien por un 1%, la categoría declarativa ha estado presente en 2016 en seis ocasiones y la referencial únicamente cuenta con el protagonismo dado en 2020.

Así, para contrastar un poco las comparaciones entre años y medios, en este caso tomaremos como ejemplo de 2016 el titular declarativo sacado de la entrevista que ABC (Trillo, 2016, p. 52) le realizó a Jeanette Rubio, mujer de Marco Rubio, precandidato por el Partido Republicano publicada el 1 de marzo, que decía así, “«Mi marido va a ser el primer presidente hispano de EE.UU.»”. Este es un tipo de declaración directa, y ahora mostraremos un ejemplo de cita indirecta publicada el 8 de febrero de 2020 por *El País* (Espinosa, 2020, p. 11): “EE.UU. confirma la muerte en Yemén del líder de la rama más activa de Al Qaeda”.

En cambio, el referencial con un 11%, como hemos mencionado, su presencia tan actual y propia de los reportajes, hace que los prototipos tomados sean: “Aquí nació la revolución de Sanders” (Mars, 2020f, 16 de febrero), “Michael Bloomberg, el precio de la política” (Guimón, 2020b, 16 de febrero) y “La hora de la verdad para el voto latino” (Mars, 2020g, 4 de marzo), entre otros.

Antes de hablar del titular evocador vamos a exponer algunos de los ejemplos que forman ese 7%: “Un Trump vindicado promete que no habrá ni olvido ni perdón” (Alandete, 2020e, 7 de febrero), “Una oración más bien política” (Alandete, 2020e, 7 de febrero), “Vox se entrega al Trumpismo” (Alandete, 2020i, 3 de marzo), “El Pato Donald para presidente” (Carlin, 2016, 15 de febrero) (Véase Anexo II, John Carlin, Documento 14), “El granjero que susurraba a los demócratas” (Guimón, 2020a, 3 de febrero) y “Los ochocientos aspirantes que nunca ocuparán el Despacho Oval” (Ansorena, 2016c, 7 de febrero).

Todos ellos han sido utilizados bajo el poder seductor de un periodista que hace que en diversas ocasiones estos medios hayan tendido hacia un extremo más sensacionalista que el que les caracteriza. Además, hacemos esta afirmación porque sabemos que 115 géneros informativos de los 251 tienden hacia los enunciados temáticos, los cuales no dan lugar a interpretaciones.

Con respecto a los géneros según el predominio visual, la Figura 24 refleja el porcentaje de las 30 piezas informativas visuales. De estas, cuatro son fotonoticias y el resto (86,7%) corresponde al género infográfico. De hecho, nos ha sorprendido el escaso número de fotonoticias publicadas en ambos medios.

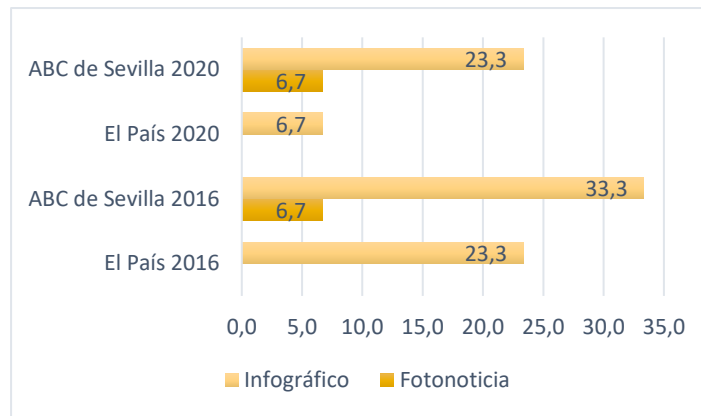


Figura 24: Géneros informativos visuales

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 31. Fotonoticia

Fuente: ABC de Sevilla (25/02/2020)

No obstante, merece la pena destacar la fotonoticia del 25 de febrero de 2020 publicada en ABC de Sevilla bajo el título “Trump se da un baño de multitudes en la India” (Ansorena, 2020c), en la que aparece junto a Melania Trump y Narendra Modi, primer ministro indio, en una visita de política exterior (Véase Ilustración 32). Se trata la imagen como hecho noticioso pues no se le dedica una noticia como tal a narrar este acontecimiento.

Así, lo confirmamos también, tras la aparición el 10 de febrero 2016 de una fotografía en una noticia cuyo texto no mencionaba Trump, sin embargo, en la imagen sí aparecía su nombre (Véase Ilustración 33). Es más, la interpretación que hacemos es totalmente comparativa pues esta imagen fue publicada también por *El País* el mismo día (Véase Ilustración 34) con otro significado, ya que en este caso Trump sí aparecía mencionado en el cuerpo informativo. Solo basta con ver los pies de fotografía de la noticia y la fotonoticia para saber a lo que nos referimos:

- *El País*: “Hillary Clinton **saluda** a una partidaria de Trump en Nashua (New Hampshire)” (Bassets, 2016d).
- *ABC de Sevilla*: “Clinton, **sorprendida** en New Hampshire por un simpatizante de Trump” (Erice, 2016g).



Hillary Clinton saluda a una partidaria de Trump en Nashua (New Hampshire). / JUSTIN SKILLMAN (AFP)

Ilustración 32. Hillary Clinton saluda a una partidaria de Trump en Nashua (New Hampshire)

Fuente: *El País* (10/02/2016)



Ilustración 33. Clinton, sorprendida en New Hampshire por un simpatizante de Trump

Fuente: *El País* (10/02/2020)

Por otro lado, el género informativo visual predominante ha sido la infografía, que tras la dicotomía de si es un género propiamente dicho o no, hemos considerado que sí. Además, ha estado muy presente en los medios a su vez que en el eje temporal bajo el que dividimos este análisis. Es por lo que como vemos en el Figura 24, aunque su uso haya disminuido con el paso del tiempo, consideramos que es normal debido a que estas infografías hacen alusión directamente a Trump, al Partido Republicano o incluso a las políticas de Trump (Véase Ilustración 35), por lo que la bajada respecto a 2016

queda explicada bajo la idea de que Trump ya no es un candidato que lucha por la nominación republicana como por aquel entonces.

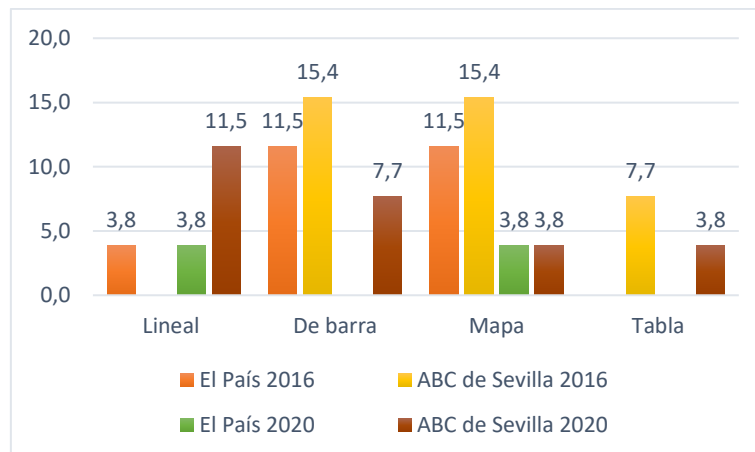


Figura 25: Tipos de infografías

Fuente: Elaboración propia

Para comprender mejor esta idea, es necesario explicar el uso que ambos medios le han dado a las infografías (Véase Figura 25). Es decir, han tenido un papel clasificador de resultados y de precandidatos políticos manteniendo la misma estructura, pero modificando los datos con el avance de las semanas. Como, por ejemplo, en el uso de la infografía en ABC de Sevilla 2016 se observa como con un 15,4% (4) tanto el tipo de barra como mapa se complementaban con el 7,7% (2) del tipo tabla. El mapa (34,4%) predomina para ubicar visualmente a los delegados que le corresponden a cada Estado conforme pasaban las primarias. Las barras se han utilizado para mostrar el recuento de delegados que lleva cada político en su respectivo partido. A su vez, el lineal, encabezado por el ABC de Sevilla (Sánchez, 2020) se ha empleado para plasmar las “Diferencia de gastos entre EE.UU. y China”.



Ilustración 34. Ejemplo de infografía de tipo mapa

Fuente: El País (27/02/2020)

5.4. Los temas tratados y los protagonistas de la información

Para determinar la preferencia temática que cada medio tuvo en 2016 a la hora de escribir sobre la figura de Trump, establecimos unos ítems generales como el muro de México, política exterior, política interior, economía y comercio, inmigrantes y refugiados, primarias, críticas a Trump y apoyos a Trump. Dentro de cada uno de ellos, se han hallado diferentes subtemas que han hecho que fuera posible comprobar que tanto *El País* como *ABC* de Sevilla iban a darle preferencia a unos temas antes que otros.

Es por lo que, a lo largo de los días analizados de 2016, observamos que el 51,7% (75) de las 145 temáticas acumuladas correspondían a las primarias estadounidenses. A su vez, con un 20% (29) ambos medios atacaron a Donald Trump. Atacar a Trump como tal, se traduce en un tratamiento propagandístico excesivo que veremos posteriormente. Por consiguiente, la política interior con un 11% (16) nos llama la atención pues ha sido protagonista debido a las numerosas menciones que hacen sobre *establishment* estándar de la política norteamericana y ante ello, el *antiestablishment* del que se tachaba a Trump. En cuanto al muro de México, Economía y comercio, e Inmigrantes y refugiados, no suman más del 6,3% entre los tres, también, han sido simples alusiones que se han hecho a estos temas tras el conocimiento del programa electoral que Trump tenía previsto. Además de lo mencionado, los apoyos a Trump también resultan llamativos, pues *ABC* de Sevilla con el 5,5% (8) se posiciona a favor del precandidato frente al 2,1% (3) de *El País*.

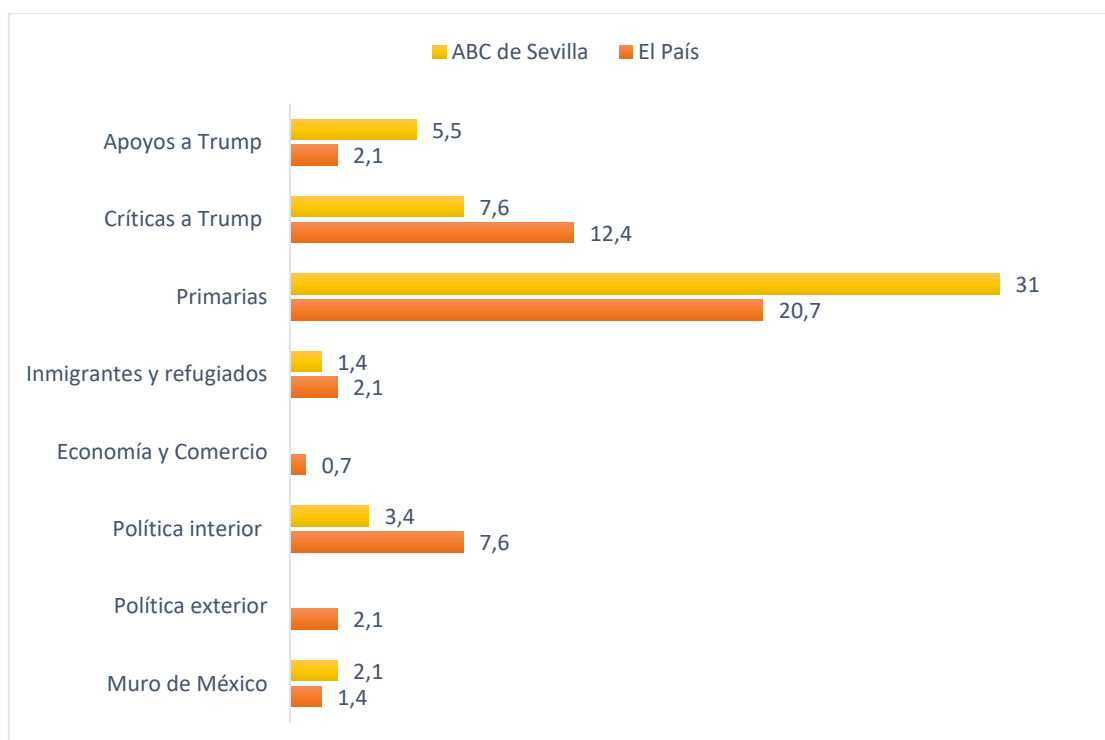


Figura 26: Los temas predominantes en *ABC* de Sevilla y *El País*

Fuente: Elaboración propia

A través de esta última categoría mencionada, lo que se pretende reflejar es lo mismo que se ve en la Figura 26. Es decir, el mayor protagonismo que le ha proporcionado *ABC* de Sevilla a las primarias, el porcentaje superior de críticas a Trump que recoge *El País* y, sobre todo, el tratamiento a ciertos aspectos del programa electoral que veremos posteriormente.

Cuatro años después, mantenemos las mismas categorías, pero como ya venimos mencionando, los subtemas que encontramos dentro de los grandes bloques son los que hacen que consideremos que tanto *ABC* como *El País* se extienden más en unos temas que en otros.

En primer lugar, de las 221 menciones acumuladas a los temas y subtemas determinados, el 45,2% (100) hace referencia a las Primarias, seguido de Política Interior con un 16,3% (36) de *El País* y el 9,5% (21) de *ABC* de Sevilla. Debemos de hacer referencia en esta categoría a la importancia que ha supuesto para la política estadounidense el *impeachment*, pues en la cabecera andaluza ha sido tratado en diez ocasiones y en *El País*, 18. También, dentro de esta unidad hemos englobado las relaciones con los despidos tras el juicio político, investigaciones (el veto presidencial y Roger Stone), dimisiones y el discurso del Estado de la Unión que fue celebrado dos días antes de la absolución de Trump. Lo único diferenciador dentro de la política interior es que *El País* le ha dedicado dos noticias al Covid-19, en cambio *ABC* no.

Además de dedicarle el 12,7% (28) *ABC* y un 11,3% (36) *El País*, la Política exterior es donde ambos medios han bifurcado sus caminos. Por una parte, el medio andaluz ha tratado en dos ocasiones las relaciones con Venezuela y Guaidó, y una vez el Plan de paz o también llamado Plan para la Prosperidad de Trump, asimismo este periódico ha dedicado sus páginas a las elecciones de Israel, las relaciones con Afganistán y Rusia, la base naval de Rota, los ataques contra Irak y de forma redundante la visita de Guaidó a Washington (Véase Anexo II, David Alandete, Documento 2) y el descontento de ambos con Pedro Sánchez con respecto el tema de Venezuela.

También resulta llamativo que Santiago Abascal el pasado 1 de marzo de 2020 estuviera en Washington, *ABC* culminase la visita bajo el título “Vox se entrega al trumpismo” (Alandete, 2020i, p. 49) y *El País* no hiciera ningún tipo de alusión al respecto.

Por otra parte, *El País* en diez ocasiones ha publicado informaciones relacionadas con el Plan de paz de Trump para Palestina. A través de este dato ya sabemos que tanto Donald Trump como la autoridad palestina van a gozar de mayor protagonismo en este medio que en *ABC* de Sevilla. A su vez, las cuestiones vinculadas con Filipinas y los ataques a Irán también lo separan de la línea seguida por el otro medio.

No obstante, ambos medios van a coincidir en los temas relacionados con los aranceles impuestos a España en el sector agrícola, en la visita de Estado de los Reyes de España a Washington y en el atraso de la Tasa Google.

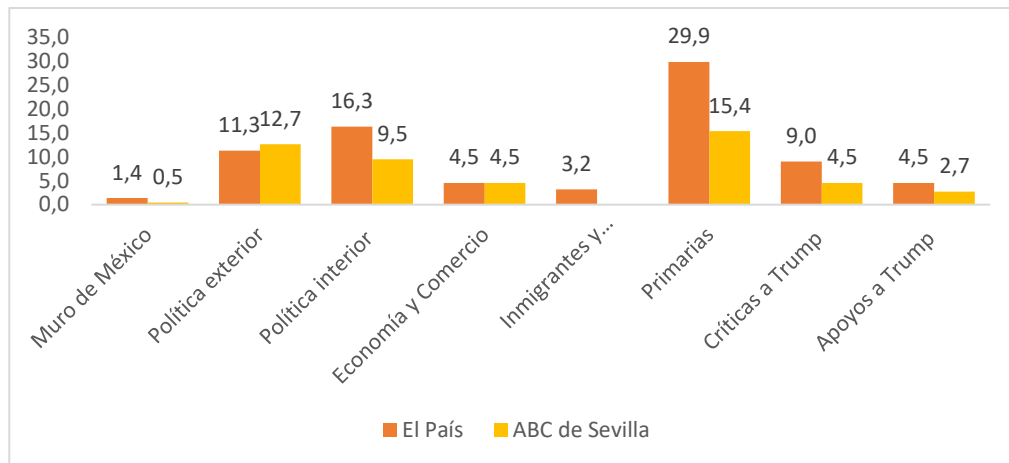


Figura 27: Los temas predominantes en *El País* y *ABC de Sevilla*

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, tras haber visualizado la Figura 26 y la Figura 27, queda verificado que la temática de las primarias ha sido la más tratada. Sin embargo, no puede analizarse por encima ya que entran en juego muchos factores que pueden determinar qué medio le da más protagonismo y a quién. Es como un laberinto pues en 2016, Trump era un precandidato más (o eso pensábamos), sin embargo, los ataques que recibió por parte de *El País* eran dignos de rebajar pues al final acabaría convirtiéndose en el actual presidente de Estados Unidos.

No obstante, fue lo que pasó pues el medio líder en España en esta campaña de reelección a pesar de ir en contra no ha excedido el uso de etiquetas y atribuciones que dieran pie a interpretaciones y posicionamientos. Ahora no es el momento de explicarlo, pues lo desarrollaremos en el último punto del análisis. Sin embargo, consideramos necesario mencionarlo porque la categoría de primarias se ha subdividido de forma que quedase claro si las primarias que se estaban celebrando eran demócratas, republicanas, si se hacía alusión al programa electoral de Trump, si hablaba sobre algún conflicto en los debates, el protagonismo con el que se caracteriza el “Supermartes” o simplemente lo que ahora mismo nos interesa más, la reelección o no del presidente de Estados Unidos para cuatro años más de gobierno.

Primero, en 2016 *El País* formuló un 8% (6) de informaciones sobre el programa electoral y *ABC* un 6,7% (5), seguido el primer medio le dedicó un 8% más de publicaciones a las primarias del Partido Republicano (12) que a las del Partido Demócrata (6), no obstante, de forma general aludió a las primarias de ambos partidos un 6,7% (5) de las veces totales (75).

En consecuencia, *ABC* lidera con el 29,3% (22) las publicaciones dirigidas a las primarias republicanas y con un 9,3% (7) las relacionadas con las demócratas. A diferencia de *El País*, sí ha hecho alusiones al “Supermartes” (5) y a los debates como, por ejemplo, el caso en el que Trump atacó a Jeb Bush en un cara a cara al dirigirse a George W. Bush y la Guerra de Irak (Véase Figura 28).

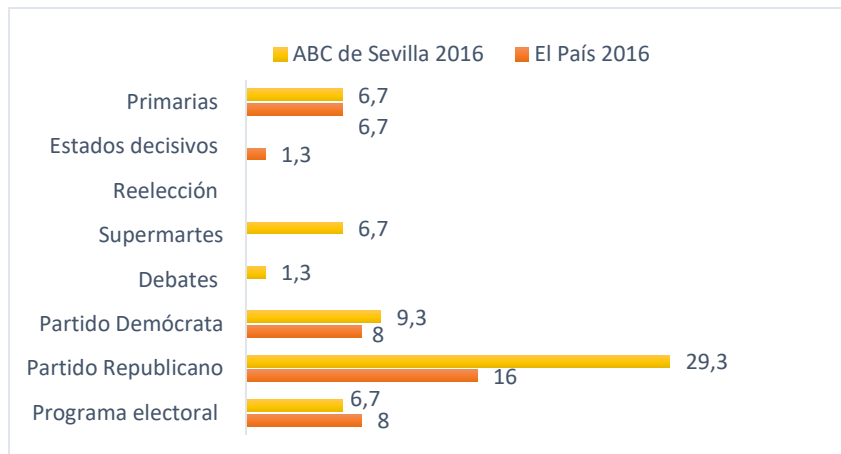


Figura 28: Primarias en 2016

Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar y como comparación final respecto a las temáticas utilizadas, en este 2020, se han recopilado 100 relaciones a las primarias. Por lo que el porcentaje es fácil, 49 publicaciones hacen referencia a las elecciones primarias demócratas, correspondiéndole un 29% a *El País* y un 20% a *ABC*. En cambio, solo un 13% alude a las republicanas. Decimos solo porque la cantidad en 2016 fue de 34, pero 13 publicaciones implican que se ha hablado de la campaña de reelección de Trump y de la posibilidad, casi inexistente a nivel mediático, de que hubiera otro nominado en el Partido Republicano que no fuera el actual presidente. Estas afirmaciones que estamos desarrollando no son subjetivas pues *El País*, en 22 ocasiones ha mencionado la posible reelección de Trump en sus textos informativos (Véase Figura 29).

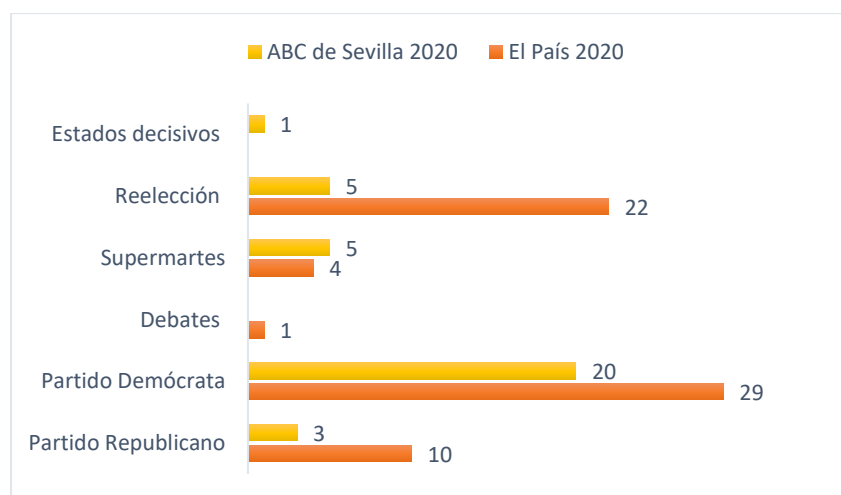


Figura 29: Primarias 2020

Fuente: Elaboración propia

Llegados a este punto, no resulta necesario demostrar de forma gráfica el protagonismo de todos aquellos que han aparecido en cada pieza informativa, sin embargo, del total estableceremos porcentajes para reflejarlo de forma cuantificada.

Cabe destacar que Donald Trump es el protagonista de las informaciones de *El País* en 2016 en 17 (11%) ocasiones; Bernie Sanders, seis (4%); el Partido Republicano, once (7%); la Casa Blanca, seis; Hillary Clinton, nueve; el Partido Demócrata, ocho; la Guerra de Irak, dos; el Senado, una y la Cámara de Representantes, una (0,6%). Además, hemos separado al resto de precandidatos republicanos y las comparaciones y alusiones concretas a Trump. Los primeros son Marco Rubio en seis publicaciones, y Ted Cruz y Jeb Bush en cuatro cada uno. Además, se menciona en tres ocasiones el apoyo que le procesa el Ku Klux Klan a Trump, así como el rechazo del Papa en un momento dado.

Respecto a *ABC* en 2016, con 23 (15%) apariciones principales Trump lidera de nuevo, seguido del Partido Republicano con 15 (9,5%), Sanders con seis (4%), y Bloomberg, otro precandidato demócrata cobra protagonismo en una noticia (0,6%). Hillary Clinton en este caso desciende a seis (4%) y el Partido Demócrata a dos. Conforme al resto de precandidatos republicanos, Marco Rubio con nueve publicaciones a su favor roba el primer plano de Jeb Bush, sin embargo, Ted Cruz cobra la misma relevancia que en *El País*. Asimismo, en otros se menciona la “super PAC” y otra vez, el Ku Klux Klan. El anuncio público de David Duke, antiguo líder del grupo supremacista blanco resultó llamativo a nivel mediático para estos dos periódicos.

Para el periodo de 2020, vamos a elaborar una tabla comparativa debido a todos los nombres situados, y por ello, que primero expongamos los protagonistas que nos han resultado llamativos, a su vez, ubicados en la categoría de Otros.

En *El País*, han cobrado importancia en el cuerpo informativo, la *Super Bowl*, Shakira, Jennifer López, la “Operación Caos” y de forma curiosa Mike Pence, el vicepresidente de Estados Unidos. Hasta el momento no había sido mencionado y ha sido justo en la situación en la que Donald Trump dejaba públicamente en sus manos la crisis del Coronavirus en sus inicios. En cambio, los personajes primarios para *ABC* son diferentes en todos los aspectos. Aparece Rafa Nadal, al que Trump requiere en la visita de Estado y cena posterior en la Casa Blanca cuando los Reyes se dispusieran a ir, también la Organización Mundial del Comercio, aludiendo al gobierno de Trump, Pedro Sánchez en relación con Juan Guaidó; Santiago Abascal y los Óscar.

Tabla 3

Protagonistas de la información en 2020

Protagonista	<i>ABC</i> de Sevilla 2020	<i>El País</i> 2020
Donald Trump	26	33
Pentágono	3	1
Partido Republicano	3	6
Comité de Inteligencia	2	4
Casa Blanca	8	8
Gobierno de Estados Unidos	7	11
Partido Demócrata	6	10
Hillary Clinton	0	1

Bernie Sanders	8	13
Joe Biden	5	6
Michael Bloomberg	3	4
Elisabeth Warren	0	1
OTAN	2	0
Capitolio	5	3
Senado	7	11
Cámara de Representantes	8	8
William Barr	2	2
Departamento de Defensa	1	2
Congreso	1	3
Rusia	4	2
Venezuela	4	1
John Bolton	2	0
Ucrania	3	0
Narendra Modi	1	1
Nicolás Maduro	2	1
Juan Guaidó	6	2
Reyes de España	2	1
Nancy Pelosi	2	3
Mitt Romney	2	2
Palestina	1	7
Afganistán	1	3
Irak	1	0
Covid-19	1	3
Tasa Google	1	2

Fuente: Elaboración propia

Hay que tener en cuenta que en una misma publicación han podido salir reflejadas varias instituciones, personas o grupos. Por lo que, si sumamos toda la columna que corresponde a *ABC* de Sevilla, veremos cómo se han reflejado 130 en un total de 110 publicaciones textuales. Lo mismo ocurre en *El País*, pues de 141 textos hemos diferenciado 155 protagonistas en diferentes ocasiones. A la cabecera andaluza le corresponde una proporción de 1,18 protagonistas por pieza informativa, y a *El País* un 1,1.

Con mayor frecuencia, Trump es quien más veces ha salido en las publicaciones. Debemos entenderlo porque hemos analizado cualquier tipo de información en la que apareciese este nombre propio. Este parámetro sale reflejado en el 23,5% (59) de las figuras de ambos medios. No resulta tan elevado si tenemos en cuenta el amplio margen que podemos admitir en dicho parámetro.

Seguidamente se encuentra Bernie Sanders, nombrado en 21 ocasiones, lo que supone el 8,36% del total. Con el 7,2% encontramos en tercera posición un empate entre el Gobierno de Estados Unidos, que también ha sido llamado como Estados Unidos de Trump o Administración Trump, y, por otro lado, el Senado, que a través del juicio

político y las investigaciones sobre el veto presidencial ha logrado estar al mismo nivel que el gobierno. Esto refleja el equilibrio entre las partes, pues el Senado y el gobierno de Estados Unidos, poder ejecutivo en su mayoría engloban dos tercios del poder total.

5.5. Las fuentes de información

El conjunto fuentes de información que han formado parte de todas las publicaciones se han subdividido en fuentes documentales, alcanzando una presencia de 36 veces en 2016, 20 apariciones *El País* y 16 en *ABC*, y en 2020, aumentaron a su vez a 84 diferenciándose en 56 y 28 respectivamente.

También, el cuerpo de la información queda contrastado por fuentes orales en su mayoría, que ya estén mal o bien atribuidas afectan al desarrollo y entendimiento de las posturas e información expuestos en el texto. Por ejemplo, *ABC* de Sevilla puede coincidir con *El País* a la hora de seleccionar a una fuente *on the record*, sin embargo, la declaración que utilicen puede no ser la misma e incluso generar distorsión ante el hecho noticioso, con motivo de una posible contradicción entre medios. Es por lo que el uso de fuentes en este tipo de secciones es muy importante, y más en el contexto en el que nos encontramos.

Es un entorno marcado por las primarias, como bien hemos mencionado, y a la vez, los votantes tienen cabida dentro de estos textos pues opinan y testifican de lo que creen mejor para ellos. La presentación de testimonios es una tendencia propagandística que han seguido los dos periódicos, pero desde perspectivas diferentes. Por el contrario, esto lo ejemplificaremos pasado el estudio de las fuentes orales.

5.5.1. Fuentes documentales

En 2016, como se refleja en la Figura 30, la fuente de información documental que más frecuencia de aparición ha tenido en las publicaciones de ambos diarios es Estadísticas, encuestas y sondeos de opinión. Esta vez, *ABC* (10) supera con un 2,8% a *El País* (9). No es de extrañar que esta fuente sea la que mayor cabida tenga pues hay muchas publicaciones que beben de portales de encuestas como Real Clear Politics, por ejemplo.

Le sigue Internet y Hemerográficas, pues parece que se han intercambiado los papeles en este año. Mientras que *El País* da uso a Twitter (4) y correo electrónico (1), como el mencionado del Centro para la política de la Universidad de Virginia, con un total del 13,9% (5), *ABC* usa con mayor profundidad los recursos hemerográficos como el *Wall Street Journal*, el diario digital *Five Thirty Eight*, la *CNN*, suponiendo también el 13,9%.

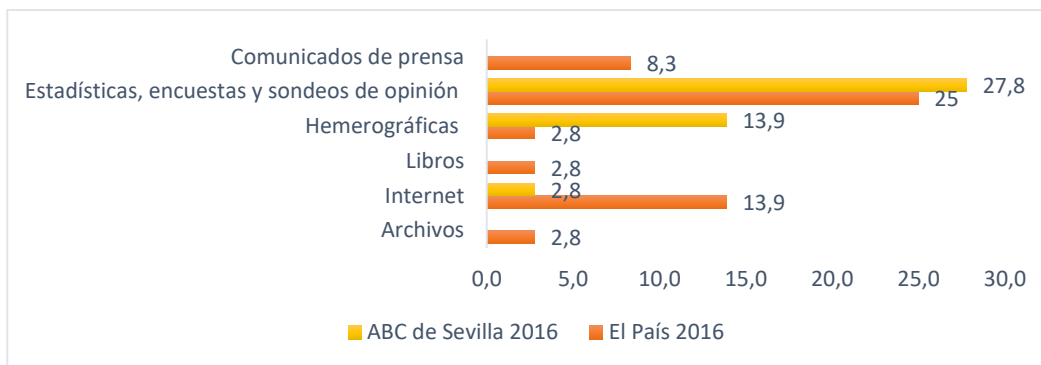


Figura 30: Uso de fuentes documentales en 2016

Fuente: Elaboración propia

En comparación con *ABC* de Sevilla, *El País* ha usado en cuatro ocasiones menciones a las cuentas de Twitter de Marco Rubio (2) y Trump (2), frente a la única alusión que ha hecho *ABC*. Esto no merece resultado porcentual específico pues estos datos están incluidos dentro de la categoría de internet.

En cambio, este 2020, Twitter, como principal fuente documental ha incrementado de forma notable sus apariciones en la prensa en cuestión de cuatro años. Esto es normal pues sabemos la fluida relación que vincula al presidente de Estados Unidos con esta red social. En la Figura 31 podemos ver la apuesta que hace *El País* del uso de fuentes de internet, con un 22,6% (19), seguido del 10,7% (9) de *ABC* de Sevilla. Resulta muy revelador ver la apuesta del medio líder en España hacia las fuentes documentales, pues 56 de las 84 documentaciones halladas corresponden al 66,7% (56) del total de ambos medios. Lo que deja al medio andaluz con el 33,3% (28).

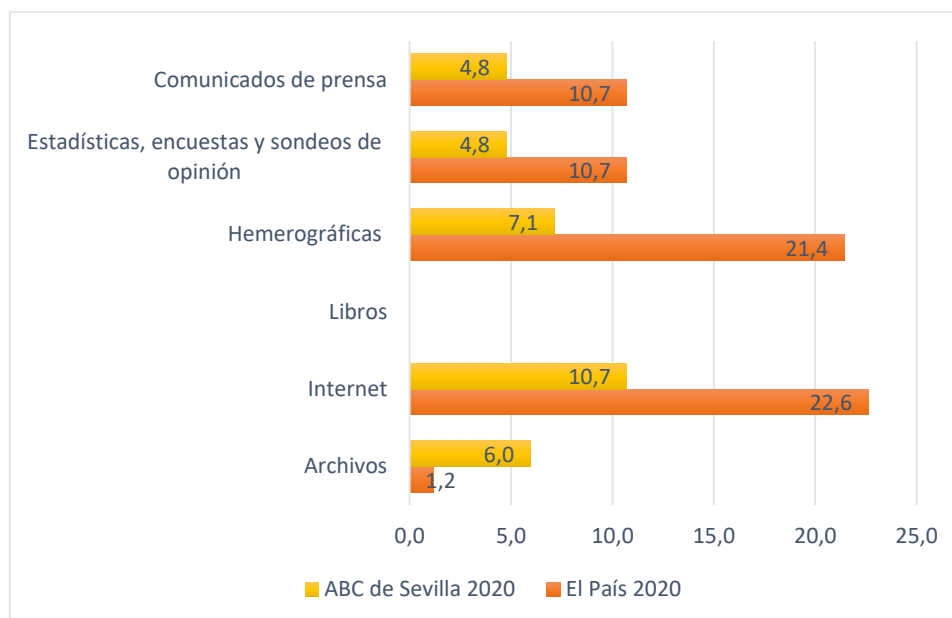


Figura 31: Uso de las fuentes documentales en 2020

Fuente: Elaboración propia

Con estos datos esclarecedores acerca de cuantas fuentes documentales les corresponden a los medios estudiados, entendemos la gran diferencia apreciada en el gráfico. Debemos destacar, sobre todo, el predominio de las hemerográficas en *El País* con el 21,4% (18). Como ejemplo, tomamos la *Fox*, *The New York Times*, *The Washington Post* y *ABC News*. Asimismo, a finales octubre de 2019, Trump calificó a los miembros de la prensa como “enemies of the people” (enemigos del pueblo, en español) y canceló su suscripción a *The Washington Post* y *The New York Times*. Por lo que usar este tipo de fuentes puede ser dañino para la imagen de Trump.

Por otro lado, la novedad la encontramos en la categoría de comunicados de prensa, pues a pesar del mínimo porcentaje que tuvo en 2016, cuatro años después, con un 15,5%, ambos medios han utilizado en mayor o menor medida los Comunicados de la Casa Blanca como fuente. No obstante, como veremos en el siguiente apartado, estos periódicos en 2020 han tendido hacia la mala atribución de las fuentes documentales de la Casa Blanca.

5.5.2. Fuentes orales

La clasificación de las fuentes según su atribución será el primer aspecto para tratar. Si el periodista no cita de forma adecuada las fuentes de información que ha consultado, puede transmitirle al lector la sensación de especulación. De esta manera, no solo estaremos saltándonos el principio de honestidad con las fuentes y nuestro trabajo, sino que nuestro texto no quedará dotado de credibilidad.

Primero, tanto *El País* tanto en 2016 con el 59% (47) y el 51,9% (80) en 2020 muestra la buena atribución de sus fuentes, *on the record*, acompañado del 38% (30) y 32,5% (50) de *ABC* en los tiempos correspondientes. Esto significa, que el 2016 ambos medios citaron bien sus fuentes un 97% de las veces, y en 2020, un 84,4%.

Esta bajada poco visible, pero a nivel profesional importante se ha traducido en falta de oficialidad. Es decir, el 4% de fuentes *on background* de 2016 no eran más que alusiones a grupos de demócratas y republicanos, sin embargo, el 15,6% de 2020 se traduce en términos mayores a malas atribuciones, como, por ejemplo, los altos funcionarios de la Casa Blanca aludidos tanto en *ABC* como *El País*, las fuentes diplomáticas y fuentes palestinas, analistas y demócratas políticos mencionadas en *El País* 2020. Además de la mayoría del Partido Republicano en el Senado, la defensa del presidente, el propio *ABC*, fuentes diplomáticas, fuentes de *ABC* citadas en estos medios, que reflejan que las malas atribuciones empleadas favorecen en mayor o menor medida la imagen de Trump.

On background no es más que la táctica que *El País* ha empleado a la hora de redactar la información relacionada con el Partido Demócrata opuesta a Trump, al contrario que *ABC*, pues ha recurrido a este tipo de fuentes en el momento de establecer

una postura cercana entre el medio y Trump. Además, han usado unas técnicas propagandísticas para la prensa específicas.

En la Figura 32 se exponen los resultados teniendo en cuenta que la suma total da 200%, ya que hemos decidido fusionar en un mismo recurso el 100% correspondiente a cada periodo.

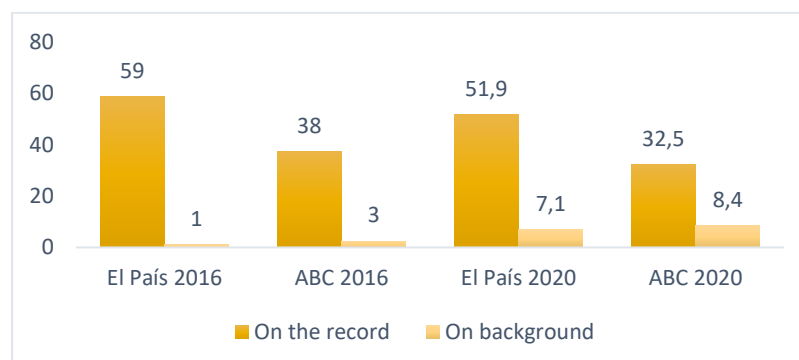


Figura 32: Atribución de las fuentes en los textos informativos de *El País* y *ABC*

Fuente: Elaboración propia

Además de la clasificación según su atribución, las fuentes orales también se subdividen en voluntarias. Dentro de esta categoría diferenciamos si son activas o pasivas, oficiales u oficiosas e implicadas o no implicadas.

En primer lugar, el 100% de las fuentes son pasivas, es decir, el periodista ha sido quien ha buscado a la fuente. Si se hubiera dado el caso contrario, estaríamos ante una posible situación de soborno, dominio o poca transparencia informativa. Respecto a los datos de 2016, las 77 fuentes cumplen con la categoría pasiva y en referencia a las 130 halladas en 2020 también.

Es necesario mencionar que para que el análisis, no se han contabilizado las fuentes *on background* para que los resultados reflejaran con máxima exactitud el trabajo de los periodistas en relación con la figura de Donald Trump. De esta forma, en 2016 hemos pasado de 80 fuentes a 77 y en 2020 de 154 a 130, lo que supone una reducción poco visible, al fin y al cabo.

En segundo lugar, la Figura 33 expresa la suma total del uso de fuentes oficiales u oficiosas de estos periódicos en los dos periodos, con el fin de mantener la comparación lo más concreta posible. De esta forma, en 2016, tanto *ABC* con el 36% (28) y *El País* con un 43% (33) utilizaron un total de 61 fuentes oficiales para referirse a nuestro precandidato. Las fuentes oficiales que destacamos son: Jeb Bush; Donald Trump; Hillary Clinton; el Papa; Marco Rubio; el gobernador republicano de Iowa, Terry E. Branstad; y Newt Gingrich.

No obstante, el 21% restante equivale a 16 fuentes oficiosas que, al fin y al cabo, se traducen en profesores, como Richard Almeida mencionado en *El País* (2016), entrevistas a universitarios, el escritor Mason B. Williams, el periodista y presentador de

la cadena de televisión *NBC*, el analista electoral Frank Lutz, e incluso el historiador Julian Zelizer.

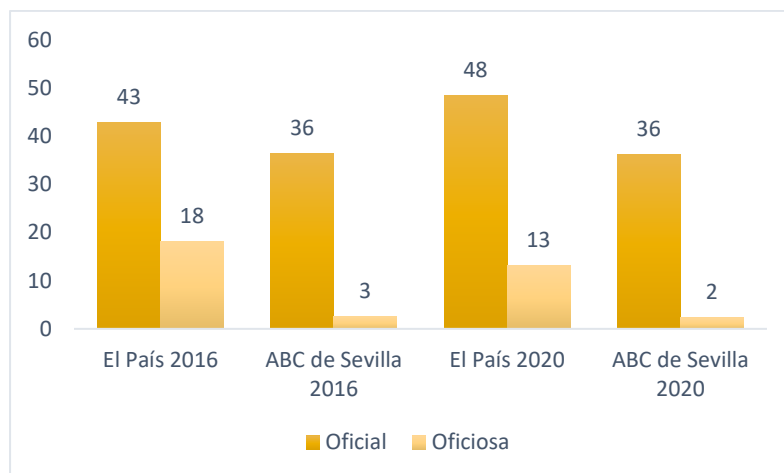


Figura 33. La oficialidad de las fuentes

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, en 2020, la oficialidad sigue siendo la predominante, lo que supone el 48% (63) de fuentes de *El País* y el 36% (47) de fuentes de *ABC*. Este fenómeno coincide con un panorama periodístico en el que la información, sobre todo la política, se basa en declaraciones que realizan los principales actores, agentes e instituciones. Ejemplo de ello son las numerosas citas de Trump con las que *ABC* narra acontecimientos, o la cantidad de referencias que *El País* utiliza de Bernie Sanders o Michael Bloomberg para mencionar la negativa ante la reelección de Trump. Además, ambos medios recurren a fuentes *on the record* como el senador republicano Lamar Alexander; Mike Pompeo; Tony Blair; Mitt Romney; el diputado demócrata, Adam Schiff; Nancy Pelosi; y Juan Guaidó, entre otros.

El grado de oficialidad en ambos medios y periodos se traduce en desinterés general por otras voces que no se encuentran en los núcleos de poder existentes. Además, la fuente oficiosa transmite el testimonio, al fin y al cabo, otra visión, y el predominio hacia las fuentes oficiales provoca la transmisión de una única visión. Sin embargo, veremos casos en los que el testimonio ha salido a la luz para aludir a Trump. Como es el caso de los migrantes; Russell, el granjero; los ciudadanos; y voluntarios de la campaña de Bernie Sanders.

En tercer lugar y en grosso modo, las fuentes implicadas en 2016 suponen el 76% (61), lo que significa que la información les afecta directamente. En concreto, *El País* responde a este porcentaje con un 43% (33), y *ABC* con el 36% (28). El 21% restante corresponde a fuentes no implicadas, que quedan vinculadas al mismo porcentaje que las fuentes oficiosas en 2016.

Por otro lado, en 2020 asciende a un 91,5% la implicación de las fuentes, de modo que únicamente el 8,5% de las fuentes no resultan afectadas por que la

información salga a la luz. Esto es alentador pues dependiendo del contenido, el público podrá verse afectado en mayor o menor medida, a la vez, que las propias fuentes. Cuando hablamos de público, nos referimos a los ciudadanos estadounidenses. Respectivamente, a *El País* le concierne el 53,8% y a *ABC* el 0,8%.

Estas fuentes voluntarias, según la cercanía de los hechos pueden ser primarias o secundarias (Véase Figura 34).

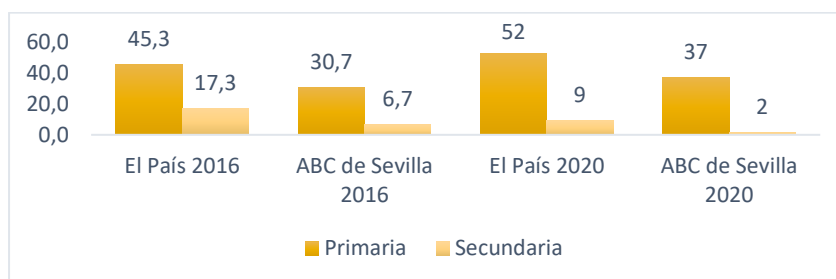


Figura 34: Fuentes primarias y secundarias

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 34, la predominancia de las fuentes primarias, como pueden ser los políticos profesionales, engloba un 76% (57) de las estudiadas en 2016, y en 2020, alcanzan casi el 90%. (116). El concepto de fuente secundaria se caracteriza por aquella fuente que proporciona al medio contenido facilitado por una fuente primaria. Este tipo ha sido utilizado en 2016 un 24% (18) y en 2020, un 11% (14). Por ejemplo, los voluntarios de la campaña izquierdista de Sanders mencionados por *El País* en 2016.

Por último, las fuentes orales según el grado de especialización se pueden dividir en políticas, económicas, científicas y culturales. Basta con reflejar que un 92% de las fuentes utilizadas por *ABC* y *El País* en 2016 son políticas. La información, salvo por ese 8% correspondiente a fuentes culturales, ha sido facilitada por aquellos que de forma gubernamental o no, tienen cabida en el núcleo de poder político.

Por último, en 2020, el 99% de las fuentes fueron de especialización política. Además, el 1% sobrante corresponde con una fuente económica que queda vinculada a la información facilitada por *ABC* sobre los aranceles impuestos por la Administración Trump a España.

5.6. La apuesta por los mensajes propagandísticos

Para poder determinar la carga propagandística que se manifiesta en las informaciones publicadas, como indicamos en la ficha de análisis, hemos tomado las reglas de propaganda de Jean Marie-Domenach (1950) publicadas en *Le propagande polihique*, siendo estas, la regla de simplificación y del enemigo único, la regla de exageración y desfiguración, la regla de orquestación, la regla de transfusión y regla de unanimidad y del contagio.

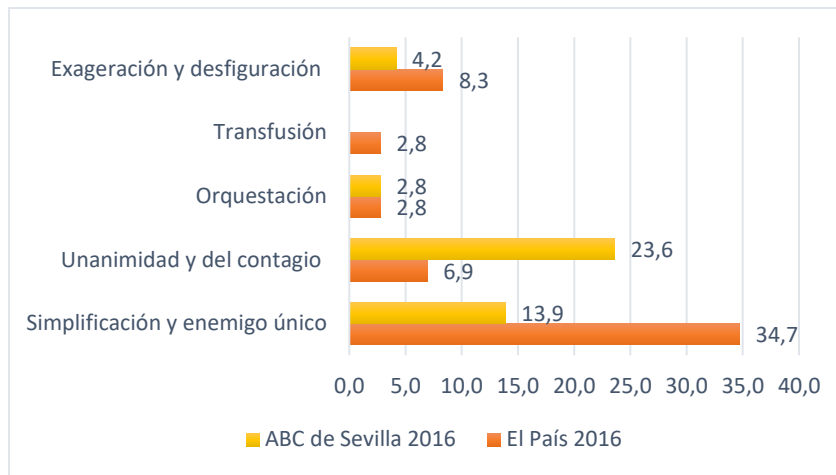


Figura 35: Las reglas de la propaganda en 2016

Fuente: Elaboración propia

Ante todo, de un total de 74 géneros informativos textuales en 2016, 73 han presentado indicios propios de alguna de las reglas propagandísticas. Luego, si hablamos de simplificación y enemigo único, regla a través de la cual se ha adoptado la imagen de Donald Trump como adversario único en forma de enemigo (Véase Ilustración 36 y Anexo II, Marc Bassets, Documento 13), *El País* con un 34,7% (25) supera a *ABC* de Sevilla, que ha optado con un 23,6% (17) por la regla de unanimidad y del contagio.

El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump

MARC BASSETS. Washington
El Partido Republicano quema los últimos cartuchos para evitar que Donald Trump consiga ser el candidato a las elecciones presidenciales de noviembre. Tras ganar en la ma-

yoría de Estados que estaban en juego en las primarias del Supermartes, el nacionalpopulista Trump, un magnate con un mensaje ajeno a la tradición conservadora de EE UU, está más cerca de la nominación republica-

na. Pero carece de los delegados suficientes. La resistencia, en el aparato del partido y en las bases, es fuerte. Sus oponentes, a la desesperada, quieren llevar la batalla hasta la convención que en julio coronará al candidato.

Ilustración 35. El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump

Fuente: *El País* (03/03/2016)

Amanda Mars (2020d), periodista de *El País*, publicaba el 13 de febrero una noticia, en la que, aunque Sanders era el protagonista, la mención a Donald Trump enlazaba dos caminos con un punto común, la regla de la simplificación y enemigo único. Es decir, en la entradilla alude a la reelección "(...) la división del voto moderado favorece al veterano socialista, lo que alimenta una inquietud de fondo: si un político demasiado escorado puede entregar en bandeja la reelección del republicano" (p. 2). En cambio, en el cuerpo del texto, recuerda las primarias de 2016 y tacha a Trump de "candidato heterodoxo y con escasa competencia" (p.2). Esto puede traducirse en una posible incredulidad todavía hoy de lo que sucedió cuatro años atrás. Es más, en el siguiente caso, el periodista Marc Bassets (2016e) unifica el 22 de febrero la imagen de Trump siguiendo la técnica del uso de etiquetas de Merrill, Lee y Friedlander (1992), en este caso de connotación negativa que pueden ser perjudiciales para la exposición del

precandidato. Así decía que, “Trump, un político novato que en el pasado tuvo simpatías demócratas, redefine al Partido Republicano” (p. 4). Además, en esta misma página aparece un claro ejemplo de la regla de unanimidad y del contagio: “No es seguro que Donald Trump sea el nominado del Partido Republicano, pero su influencia se deja notar” (Bassets, 2016e, p. 4) (Véase Ilustración 37).

Podríamos seguir con una lista interminable de modelos, pero, por último, ejemplificaremos un caso de la regla de unanimidad y del contagio proyectada en el ABC de Sevilla 2016 debido a la preferencia que el medio le otorga. La noticia publicada el 29 de febrero por Javier Ansorena (2016) en la que escribía que Donald Trump “también cimenta de día en día su liderato en el bando republicano” (p. 68). Asimismo, esta noticia va acompañada de otro género informativo, un despiece, que bajo el título: “El Ku Klux Klan y Jean Marie Le Pen, a favor de Trump” (p. 68), confirma de nuevo esta regla por la cual Donald Trump es un foco de entusiasmo y terror al mismo tiempo, y así lo proyecta en cada mitin.

tin, señalado como uno de los peores rivales de EE UU por los dirigentes republicanos. Y sostiene que programas públicos como las pensiones de jubilación y la sanidad para mayores de 65 años deben mantenerse intactos, sin las reformas que su partido considera irrenunciables.

El trumpismo

Trump combina estas propuestas, algunas de las cuales desbordan por la izquierda al Partido Demócrata, con posiciones próximas a la extrema derecha. Sus propuestas de cerrar las fronteras a los musulmanes, o expulsar a los 11 millones de inmigrantes sin papeles y la retórica ultranacionalista —“debemos cuidar de nuestra gente”, dijo en el último debate— dinamitan los esfuerzos de las élites republicanas para atraer a las minorías, claves en las presidenciales de noviembre.

Si Trump se convierte en el nominado para las presidenciales, será el líder *de facto* del Partido Republicano. Su ideología será la línea oficial del partido. ¿Cómo definirla? “Es el trumpismo”, responde David Frum, uno de los

La influencia del magnate

No es seguro que Donald Trump sea el nominado del Partido Republicano, pero su influencia se deja notar. La inmigración no era un asunto de debate cuando él declaró su candidatura en junio y sus propuestas han obligado a la mayoría de republicanos a endurecer sus posiciones.

A veces, Trump va a contracorriente del partido, pero también es una versión desquiciada de los sectores más combativos —con la inmigración, por ejemplo— y de la retórica inflamada de la derecha en los años del presidente Barack Obama.

conservadores que en artículos y conferencias ha intentado entender el fenómeno Trump. A Frum se le atribuye la autoría de la famosa frase del “cje del mal” en una intervención del presidente George W. Bush, para quien escri-

bió discursos. “El trumpismo es la creencia en que Trump es maravilloso y tiene respuesta a todos nuestros problemas”, continúa Frum.

Este analista ve improvisación detrás de muchas de las posiciones de Trump, más que una doctrina definida. Un ejemplo es su equidistancia ante Israel y Palestina. “Si le digo a usted que hay una elección en el Estado indio de Bihar y hay un partido comunista y un partido extremista hindú, y le preguntó a favor de quién está. ¿Qué dirá? No lo sé”, opina Frum. “La respuesta no valdría mucho la pena porque no habría pensado en ello. Muchas de las respuestas se le ocurren al momento. Sería un error decir: esto significa esto o aquello, porque mañana quizá dará otra respuesta”.

Frum cree que Trump ha sabido conectar con los votantes republicanos en un momento en que las élites del partido se habían desconectado de ellos. Las élites defendían una política exterior agresiva, una reducción del Estado de bienestar y una reforma migratoria. Los votantes, todo lo contrario. El magnate lo ha entendido mejor que nadie.

Ilustración 36. Las primarias transforman al Partido Republicano

Fuente: *El País* (22/02/2016)

Proseguimos con la regla de la exageración y la desfiguración, a través de la cual *El País* con un 8,3% (6) del 12,5% total de apariciones de esta regla, el medio ha expresado informaciones que no le son favorables. De hecho, una vez más Marc Bassets (2016c) en una noticia del 3 de marzo exponía de forma poco objetiva, “Sí, Trump -el hombre que alardeaba de ganar siempre, lo que era una garantía de que, con él en la presidencia, Estados Unidos volvería a ganar- es mortal” (p. 3). Esta técnica aplicada de Merrill, Lee y Friedlander (1992), en la cita se denomina objetividad selectiva y, en el momento que aparece, se suele vincular con la regla de exageración y la desfiguración.

Para culminar las reglas aplicadas en el 2016, la transfusión y la orquestación resultan casi inexistentes (8,4%), pues ABC de Sevilla no presenta esta última, en cambio,

en 2020 como veremos en la Figura 36, la utilizará para dar cabida a las emociones de Trump, porque como el nombre de la regla indica, trata de transmitir argumentos que puedan arraigar en la sensibilidad de la población.

Del mismo modo que cerramos el periodo 2016, este 2020 se ha caracterizado sobre todo por el tratamiento que ABC de Sevilla hace de la regla de transfusión (3%) y exageración y desfiguración (10%). Es por lo que, en el ejemplo seleccionado para la regla de la transfusión del 7 de febrero, el periodista David Alandete (2020e) da pie a que Trump exprese como se ha sentido durante el *impeachment* (Véase Anexo II, David Alandete, Documento 4). Así se dirigía el presidente a su familia en un discurso en la Casa Blanca: “Esto no era lo que les había prometido, no sabían que después de haber ganado las elecciones tendría que estar compitiendo día a día, en una campaña electoral constante” (p. 50). Al igual que en esta misma página aparece un despiece en el que el periodista recoge literalmente estas palabras de Donald Trump: “Mi familia, nuestro gran país y vuestro presidente han sido sometidos a un terrible calvario por unas personas deshonestas y corruptas” (p.50).

De hecho, tras este tipo de declaraciones, comprobamos que la transfusión en *El País* se traduce en dar cabida a publicaciones en las que los que hablen sean los afectados por las decisiones de Trump. Como, por ejemplo, la noticia del día 24 de febrero de 2020 redactada por Pablo Ximénez de Sandoval (2020c) en la que, a través de las declaraciones de una inmigrante de El Salvador, expone la situación actual a la que se enfrentan a través de “las imágenes de la frontera con niños perdidos y madres deportadas” (pp. 2-3). Por lo que es visible la diferencia existente a la hora de aplicar esta regla en relación con Donald Trump.

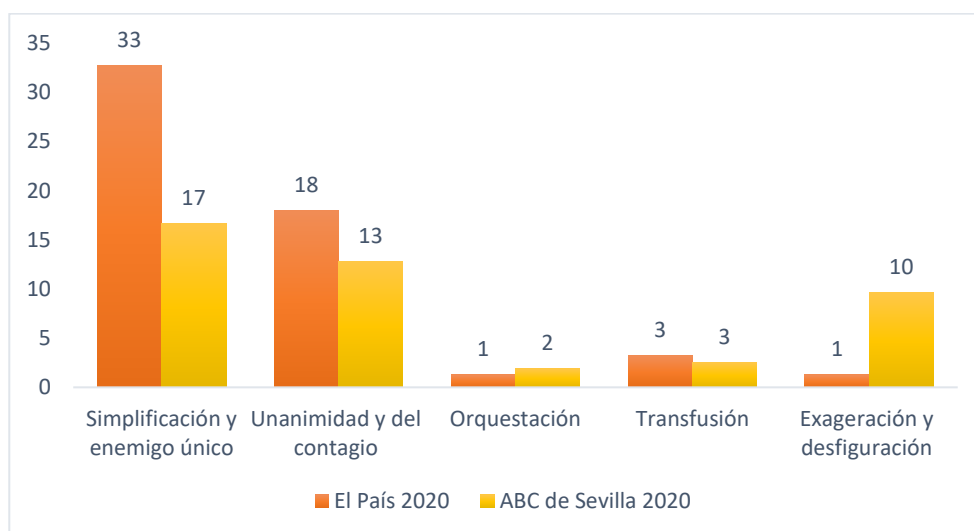


Figura 36: Las reglas de la propaganda en 2020

Fuente: Elaboración propia

No obstante, hoy en día sigue habiendo una gran presencia de la regla de simplificación y enemigo único en *El País* con un 33% (51) frente al 17% (26) de ABC. Esto también sucedió en 2016, seguido de la regla de unanimidad y contagio, que esta vez ha

sido superada por *El País* por un 5% más. Los casos de estas dos técnicas no abandonan las líneas marcadas desde 2016. Aunque, cuando apliquemos las técnicas propagandísticas del uso de etiquetas y atribuciones tendenciosas (Merril, Lee y Friedlander, 1982), observaremos como el tono de *El País* hacia la imagen de Trump es diferente.

Al igual que comentamos los aspectos llamativos de *El País*, *ABC* ha labrado su propio camino en el que predomina la seguridad ejercida sobre la exoneración de Trump. Aplica fuentes y testimonios a favor de Trump, emplea la regla de la transfusión para ver la otra cara del presidente, y con un 10% (15) tiende a la regla de la exageración y desfiguración, propia de la prensa partidista. Es más, llegados a este punto y viendo varios ejemplos de esta regla, quedará confirmado que el uso de la objetividad selectiva (Merril, Lee y Friedlander, 1982), influye en el posicionamiento de una pieza informativa.

David Alandete (2020f), el 9 de febrero expuso el ejemplo más evidente de la línea que sigue *ABC* hacia Donald Trump y la reelección. Para ello, plasmaremos varias frases propias de la objetividad selectiva y, por ende, de la regla de exageración y desfiguración. Primero, “(...) tal y como apuntan sus fieles en la Casa Blanca, a Donald Trump ya le ha pasado lo peor que le podría haber pasado, y ha salido de ello sin ningún rasguño” (p. 58). En segundo y último lugar, “Se puede abrir el proceso de *impeachment* tantas veces como se quiera, la única duda es si a quien más perjudica es el presidente o a los demócratas” (p. 59) (Véase Ilustración 38 y Anexo II, David Alandete, Documento 5). A esta última, añadimos que fue durante el juicio político que Donald Trump alcanzó el pico máximo durante todo su gobierno de popularidad, con un 49%, como indicaba *Gallup* (2020) en su página web. Por último, la regla de orquestación, con un 3% pasa casi desapercibida.



Ilustración 37. Un Trump pletórico comienza ya a pelear para asegurarse la segunda legislatura

Fuente: *El País* (09/02/2020)

Para concluir este análisis y el estudio de la propaganda en estos medios de comunicación seleccionados, hemos atribuido una serie de variables recogidas de la obra de Merrill, Lee y Friedlander (1992). En primer lugar, expondremos de forma gráfica

los dos periodos de *El País* y después, de *ABC* de Sevilla, para posteriormente, establecer unos porcentajes evolutivos de ambos periódicos en la misma línea temporal.

Por una parte, *El País* en 2016 (Véase Figura 37) con un 21% emplea la técnica uso de etiquetas. El 100% equivale a 105 apariciones acumuladas de estos recursos. Este uso se activa cuando el periodista pone etiquetas con significados positivo o negativo al precandidato. En este caso, las apelaciones han sido: aventurero populista, torbellino, heterodoxo, excéntrico, conservador, faltón, demagogo, xenófobo, volátil, oportunista y *showman*, entre otros.

Seguido del hecho de presentar testimonios con un 14% (15), atribuciones tendenciosas como “Al magnate se le indigestó la derrota (...)” (Mars, 2016), objetividad selectiva con el 10% (11) y, el 9% (10) les corresponde a las generalizaciones resonantes como por ejemplo el “trumpismo” (Véase Ilustración 37), y hablar a través de otras fuentes. Por otro lado, y en menor cantidad, haz como todos con un 6%, la presentación de hechos como opiniones (5%), la transferencia empleada en el sintagma “*showman* neoyorquino” o en el eslogan “*Make America Great Again*” (4%), un 2% de la selección de información y, por último, la autoridad vaga, propia de las piezas informativas con fuentes mal atribuidas con un 1%.

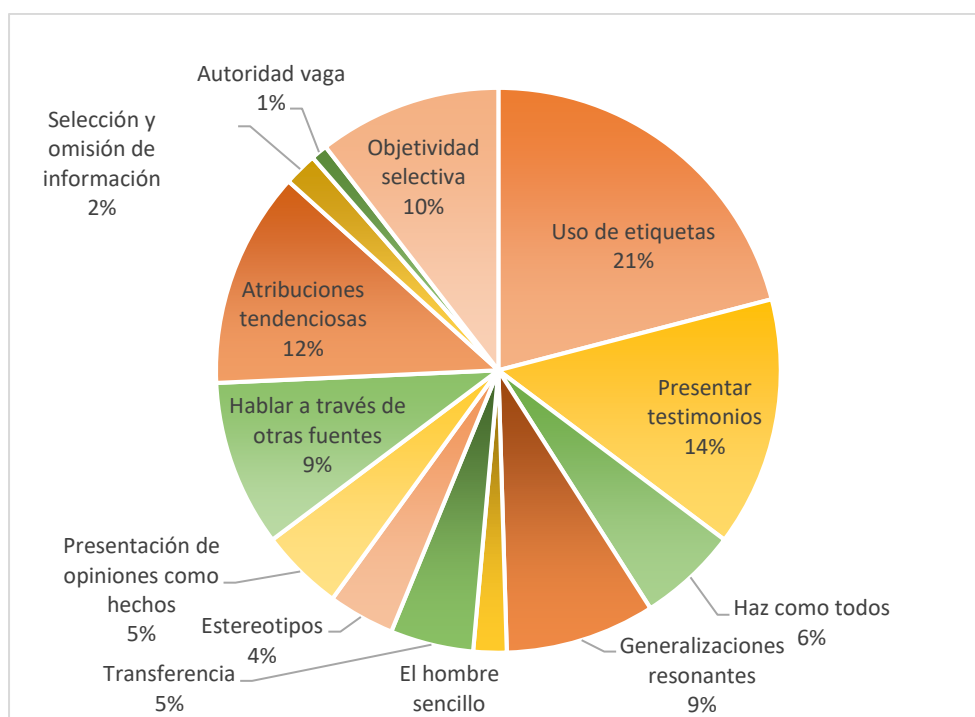


Figura 37: Técnicas propagandísticas en *El País* 2016

Fuente: Elaboración propia

En cuestión de cuatro años, las técnicas empleadas en *El País* han pasado de 105 a 253. No obstante, respecto al periodo anterior hay diversos cambios que se pueden observar en la Figura 38.

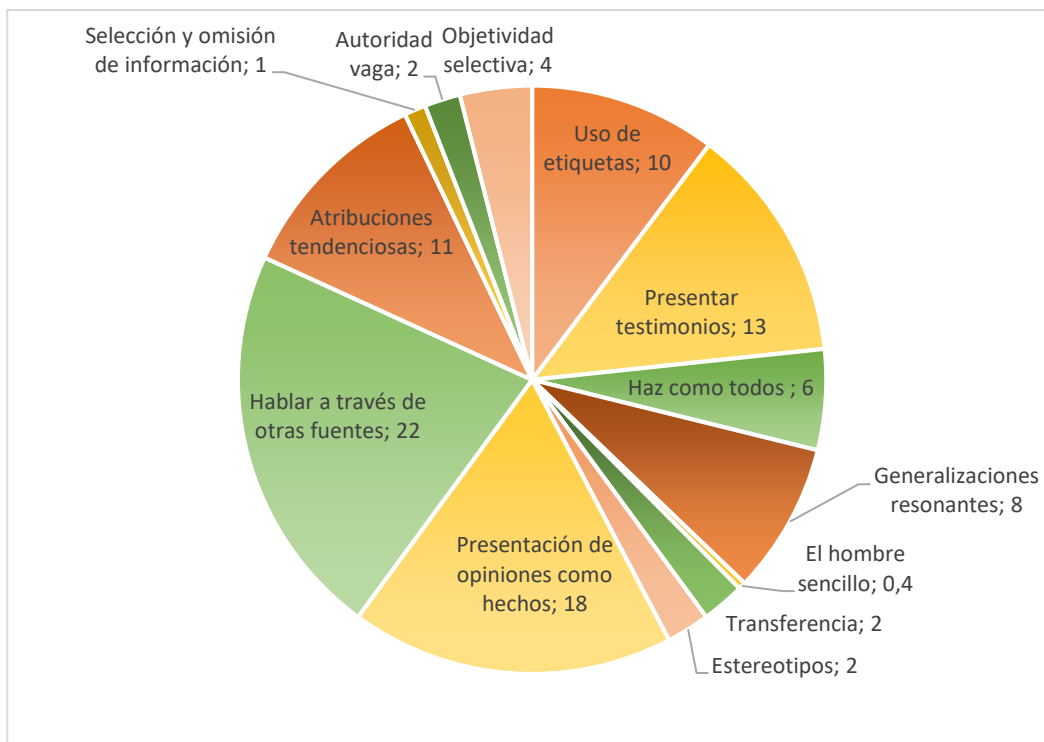


Figura 38: Técnicas propagandísticas en *El País* 2020

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, con el porcentaje más alto, el 22% de las técnicas empleadas se corresponde con hablar a través de otras fuentes, haciendo así que otros den opiniones que el periodista selecciona para introducirlas en el ejercicio informativo.

También, un 18%, la presentación de opiniones como hechos implica que el periodista disfrace una opinión de hecho, como por ejemplo la noticia del 5 de febrero de en la que Yolanda Monge (2020b), desde Washington, afirmaba que el presidente tras el fiasco de los *caucus* de Iowa se acostaba tranquilo y “se despachaba a gusto en Twitter para decir que «nada» funcionaba en el campo demócrata” (p. 4).

Por otro lado, la presentación de testimonios con un 13%, seguido de las atribuciones tendenciosas (11%) que continúan en la misma línea que en el periodo anterior. Por ejemplo, una atribución puede ser, “llevar la contraria a Trump” o “incriminar a Trump” incluso tomando el mismo modelo del 5 de febrero de Yolanda Monge (2020b), encontramos, “(...) ese panorama idílico que Trump quiere vender a sus votantes de cara a su reelección” (p. 4).

Asimismo, el uso de etiquetas ha disminuido considerablemente pues de un 21% en 2016 ha pasado a un 10% en 2020. Le siguen, las generalizaciones resonantes con un 8%, el concepto haz como todos con el 6%, la objetividad selectiva con un 4%, la transferencia, la autoridad vaga y los estereotipos, con un 2% respectivamente cada uno. Por último, la selección y omisión de información (1%), y el hombre sencillo con el 0,4%.

Por otra parte, *ABC* de Sevilla en 2016 (Véase Figura 39) disminuyó respecto al medio anterior el uso de estas técnicas a un total de 76 veces acumuladas. De forma similar, reparte entre el diez y 17 por ciento las técnicas más aplicadas. Primero las atribuciones tendenciosas (17,1%), seguido del uso de etiquetas (15,8%), hablar a través de otras fuentes (14,9), y con un 11,8%, la presentación de opiniones como hechos y la presentación de testimonios.

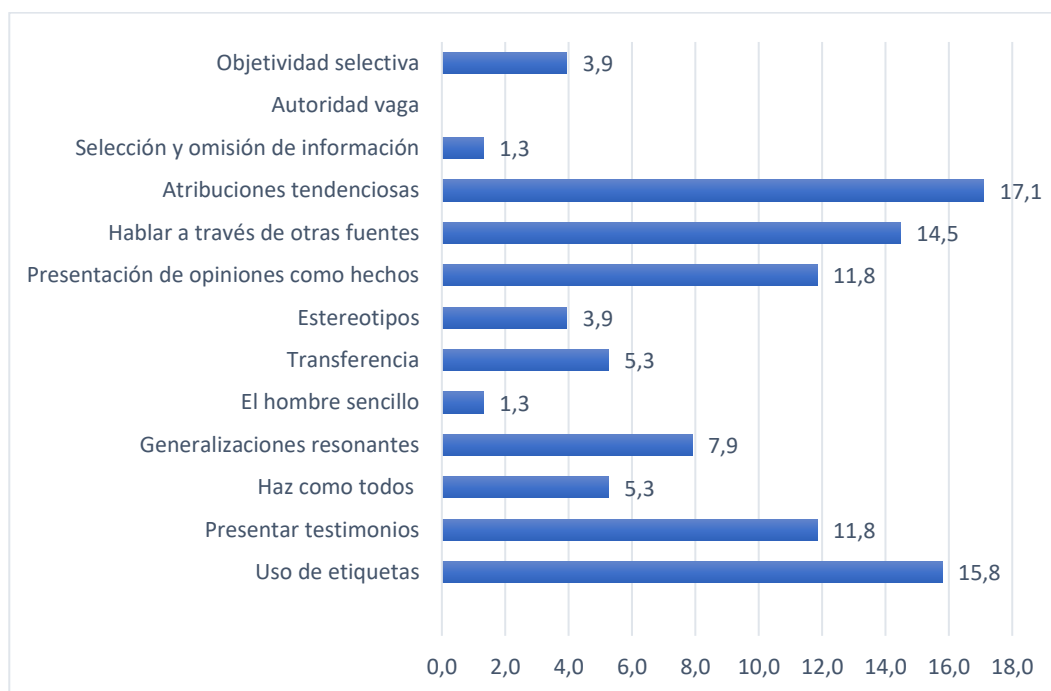


Figura 39: Técnicas propagandísticas en el *ABC* de Sevilla 2016

Fuente: Elaboración propia

En menor proporción, las generalizaciones resonantes con el 7,9%, la transferencia y el haz como todos con un 5,3%, la objetividad selectiva y los estereotipos con el 3,9% y por último la selección y omisión de la información, y el hombre sencillo con el 1%.

Si buscamos la comparación directa con *El País* en 2016, la única etiqueta que más se asemeja a la tendencia del medio líder es “*showman* millonario de ideología personalista” (Mars, 2016, p. 7), además, *ABC* lo ha tachado de “centrista” (Erice, 2016b, pp. 50-51). Asimismo, en estas páginas (pp. 50-51) hemos encontrado unas generalizaciones resonantes que ayudan a determinar qué va a suponer Donald Trump para *ABC* de Sevilla, siendo estas, “imagen de fenómeno invencible” y “movimiento imparable”.

Por último, en la Figura 40 quedan expresados los cuatro pilares propagandísticos de *ABC* de Sevilla en este nuevo periodo. No obstante, ha aplicado un total de 196 técnicas, por lo que no supera las utilizadas por *El País* en 2020.

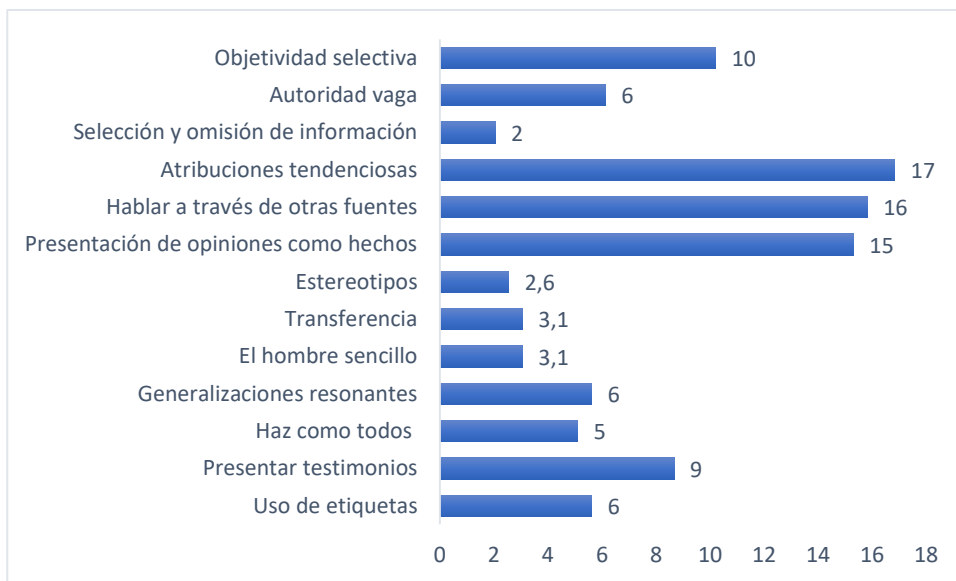


Figura 40: Técnicas propagandísticas en el ABC de Sevilla 2020

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 40 quedan expresados los cuatro pilares propagandísticos de ABC de Sevilla en este nuevo periodo. No obstante, ha aplicado un total de 196 técnicas, por lo que no supera las utilizadas por *El País* en 2020.

Con un 17%, las atribuciones tendenciosas, seguido del recurso hablar a través de otras fuentes como, por ejemplo, el tuit de Trump publicado antes de las primarias de New Hampshire en el que decía: “Voy a agitar a los demócratas un poco, lo que hacen es realmente aburrido” (Ansorena, 2020b, p. 50). Este último refleja el 16% y tras él, un 15% de la presentación de opiniones como hechos. Como modelo diferenciamos: “Ya exonerado, Donald Trump ha optado por no perdonar” (Alandete, 2020e, p. 50). Y el último de los cuatro principales corresponde con la objetividad selectiva, traducida en un 10%.

Por otro lado, el hecho de haber presentado testimonios un 9%, implica que en 17 ocasiones el periodista ha expuesto el testimonio de una persona para dotar de valor lo que él quiere publicar.

El 6% está concurrido por el uso de etiquetas, la autoridad vaga y las generalizaciones resonantes. Primero, la apelación esperada y buscada en toda esta investigación era saber si hoy se seguía tachando de “inesperada” la victoria del presidente, por lo que el 29 de febrero, momento que ABC de Sevilla (Alandete, 2020g, p. 52) lo afirmó en una frase, también se observó cierto predominio de una generalización resonante, “La inesperada victoria del presidente en 2016 le facilitó no solo el gobierno sino el control de su partido y de congresos como la CPAC”. La CPAC es el conocido acrónimo de la “Conservative Political Action Conference” (Conferencia de Acción Política Conservadora, en español). Bajo el 6% ya mencionado, se desglosa la

técnica haz como todos; transferencia; el hombre sencillo; estereotipos; y la selección y omisión de la información.

Como resultado, primero repasaremos los casos concretos en los que *ABC* de Sevilla haya superado a *El País* en el uso de alguna técnica, teniendo en cuenta que, tanto en 2016 como en 2020, el periódico líder en España se ha atribuido respectivamente el 58% y el 56,3% de carga propagandística frente al *ABC* de Sevilla. Estos datos los hemos averiguado independientemente de los anteriores pues para ello hemos sumado el total de técnicas empleadas y acumuladas en 2016 (181), y lo mismo para el 2020 (449), de modo que de forma correcta hemos obtenido estos datos que dejan a *El País* en la primera posición.

Segundo, en 2016 *ABC* de Sevilla tendió al uso de las presentaciones de opiniones como hechos un 5% (9) frente al 2,8% (5) de *El País*. Esto puede extrapolarse al contexto en el que el medio andaluz mantiene un trato más favorable hacia el precandidato, por lo que, si le aplicamos el significado de la técnica, obtenemos la preferencia del medio por la silueta de Trump al querer dar la opinión disfrazada de hecho.

Por último, en 2020, *ABC* de Sevilla excedió a *El País* en las técnicas del hombre sencillo con un 1,3% (6) frente un 0,2% (1); las atribuciones tendenciosas con un 7,3% (33) frente un 6,2% (28) y la objetividad selectiva con 4,5% (20) frente 2,2% (10).

6. Conclusiones

1. Siguiendo la conexión del marco estructural, ideológico, económico y político que hay detrás de *ABC* de Sevilla y *El País*, Vocento y Prisa respectivamente, existen diferencias en la cobertura que ambos medios han proyectado sobre la figura de Donald Trump tanto en 2016 como 2020. Además, hemos hallado sesgos de opinión en algunos de sus textos, escondidos bajo la técnica propagandística de la objetividad selectiva.
2. Tanto *ABC* de Sevilla como *El País* cuentan con una amplia red de corresponsales y enviados especiales que, a su vez, realizan el ejercicio periodístico de las primarias presidenciales vinculado a un partido o candidato político concreto y, además, dado los dos periodos estudiados, algunos de estos periodistas continúan tanto en 2016 como actualmente realizando la cobertura sobre los aspectos del Partido Demócrata o el Partido Republicano.
3. A través del estudio de la biografía de Donald Trump proyectamos la imperante personalidad narcisista que le representa, de ahí que en las piezas informativas se refleje esta actitud a través de la técnica propagandística de la presentación de las opiniones como hechos. Es decir, los periodistas de ambos medios han dotado de carga propagandística los géneros informativos mediante opiniones disfrazadas de hechos. La persona narcisista presenta una personalidad autoritaria con actitudes de venganza, visto en Donald Trump recién exonerado.
4. El contexto de las primarias presidenciales de 2020, de carácter demócrata ante la inexistencia de un precandidato que pueda competir contra Trump, ha demostrado el respaldo del Partido Republicano con el que cuenta el presidente tras la exoneración de un *impeachment*, lo que le ha ayudado a alcanzar el pico más alto en el índice de popularidad de todo su gobierno.
5. De todas las reglas de la propaganda analizadas, la de unanimidad y del contagio, usada en mayor número de ocasiones por *ABC* de Sevilla, ha tratado de mostrar la unión de los estadounidenses junto a Donald Trump, intentando rescatar ese espíritu americano tan arraigado que lo caracteriza, por ejemplo, en los actos de campaña. Donald Trump es un foco de entusiasmo y terror al mismo tiempo, y así lo proyecta en cada mitin. *ABC* es más partidario de la faceta entusiasta y unificadora del presidente, y *El País* se ha caracterizado a su vez por la regla de simplificación y del enemigo único.
6. Durante sus discursos ha sido fotografiado, y estas imágenes son las que han acompañado la pieza informativa. Por lo que la fotografía, lleva consigo un mensaje que ha sido interpretado a través de la retórica visual. Destacamos: posibles sincronizaciones de sus palabras con sus gestos, fruncir los labios en señal de superioridad y arrogancia, las caras de enfado cuando trata temas como la inmigración, la inclinación sobre el atril a la hora de dar un discurso en señal de

resaltar ante los demás, señalar con el dedo acusando a sus rivales, muecas a sus contrincantes en señal de indiferencia y, por último, el levantar la mano en signo de sinceridad y buenas intenciones.

7. Hablando de juego de intereses, el ejercicio periodístico está imbuido de una red de conexiones e intereses de la que participan tanto los ciudadanos como los individuos. Esto se refleja en las publicaciones que combinan la fuente política con un testimonio. Es decir, si hablamos de un hecho, como ha cobrado el protagonismo necesario la reelección, debe ser mencionado en el contexto que plantea *ABC* de Sevilla, pues refleja los posibles cuatro años más de mandato por los acontecimientos relacionados con Trump. En cambio, *El País* tiende a mencionar la reelección en noticias de celebración de las primarias demócratas, aludiendo de forma negativa al futuro de Trump como presidente.
8. En relación con la temática predominante en las publicaciones, en ningún caso los medios estudiados otorgan la misma importancia a asuntos de política exterior. Dependiendo de los intereses ajenos y las líneas editoriales correspondientes no se ha encontrado equilibrio informativo a lo que el gobierno de Donald Trump en 2020 se refiere. En cambio, nuestro contexto, las primarias presidenciales, propio de la sección internacional de la prensa española ha sido el tema más tratado en ambos periodos.
9. Tras duplicar el uso de los oportunos procedimientos propagandísticos del 2016 al 2020, *El País* es el medio que en los dos periodos analizados más ha recurrido a estas técnicas para elaborar la cobertura mediática. Además, el diario del Grupo Prisa evolucionó desde una actitud moderadamente negativa en el primer segmento del corpus de análisis hasta llegar a dotar sus textos de carácter neutro.
10. Tanto *ABC* de Sevilla como *El País*, siguen tachando de inesperada la llegada de Trump a la Casa Blanca. Es más, en el momento de enlazar el pasado con el 2020, por ejemplo, *El País* alude a las etiquetas empleadas por aquel entonces para referirse al Trump de ahora. Así contrasta el cambio de visión proyectado hacia un Donald Trump presidente y no precandidato. Sin embargo, *ABC* de Sevilla utiliza la expresión de inesperada dentro de un contexto en el que la victoria impensada hizo que el partido que le había tachado de *antiestablishment* se volcara ante él.

7. Referencias

- ABC (2008, 7 de febrero). Ángel Expósito, director de ABC en sustitución de José Antonio Zarzalejos. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/sociedad/abci-angel-exposito-director-abc-sustitucion-jose-antonio-zarzalejos-200802070300-1641620539109_noticia.html>
- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Recuperado de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Abreu Sojo, C. (2002). ¿Es la infografía un género periodístico? *Revista Latina de Comunicación Social*, 4, 80-101. Recuperado de <http://www.cuadernosartesanos.org/cac44.pdf>
- Abreu Sojo, C. (2004). El análisis cualitativo de la foto en prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 57, 1-5. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81975706.pdf>
- Aguirre, P. (2000). Sistemas Políticos y Electores Contemporáneos. Estados Unidos. *Portal Interior*. Recuperado de <https://portalanterior.ine.mx/documentos/DECEYEC/eua.htm#biblio>
- AIMC (2020). Ranking de diarios. *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*. Recuperado de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Alderman, J. (2017). By The Numbers: 100 Days In, A Look At The Trump Administration's Conflicted Relationship with the Media. *Media Matters for America*. Recuperado de <https://mediamatters.org/blog/2017/04/28/numbers-100-days-look-trump-administrations-conflicted-relations-hip-media/216205>
- Alamillo, A. R. (2006). Una clasificación de los verbos realizativos. *The Ohio State University*, 183-190. Recuperado de <http://www.lingref.com/cpp/hls/8/paper1265.pdf>
- Alandete, D. (2020a, 2 de febrero). Trump salva su presidencia y se hace con el control total del Partido Republicano. *ABC de Sevilla*, p. 60.
- Alandete, D. (2020b, 6 de febrero). Trump, reforzado y libre de culpa en el impeachment. *ABC*, p. 1.
- Alandete, D. (2020c, 6 de febrero). La exoneración total en el *impeachment* enardece a un Trump ya en campaña. *ABC de Sevilla*, p. 50.
- Alandete, D. (2020d, 6 de febrero). Trump recibe al presidente encargado de Venezuela con todos los honores. *ABC de Sevilla*, pp. 48-49.
- Alandete, D. (2020e, 7 de febrero). Un Trump vindicado promete que no habrá ni olvido ni perdón. *ABC de Sevilla*, p. 50.

- Alandete, D. (2020f, 9 de febrero). Un Trump pletórico comienza ya a pelear para asegurarse la segunda legislatura. *ABC de Sevilla*, pp, 58-59.
- Alandete, D. (2020g, 29 de febrero). La gran conferencia conservadora de EE.UU. se pliega ante Trump. *ABC de Sevilla*, p. 52.
- Alandete, D. (2020h, 1 de marzo). Trump moviliza a sus bases para la victoria frente al socialismo. *ABC de Sevilla*, p. 56.
- Alandete, D. (2020i, 1 de marzo). Vox se entrega al trumpismo. *ABC de Sevilla*, p. 49.
- Alonso González, M. A. (2015). Influencias políticas y empresariales en la prensa española. El cambio de Dirección en El País. *Revista de comunicación de la SEECI*, (38), 92-113.
- Álvarez Marcos, J. (2017). Las formas de la información: el diseño de los géneros periodísticos en los diarios impresos. En A. Fernández Barrero (Eds), *Escribir con estética visual, diseñar con contenido. De cómo la diagramación condiciona los textos periodísticos* (pp. 63-80). Madrid: Fragua.
- Ansorena, J. (2016a, 1 de febrero). Los Super PAC, el dopaje de la financiación de Estados Unidos. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/elecciones-estados-unidos/abci-super-dopaje-financiacion-electoral-estados-unidos-201601300117_noticia.html
- Ansorena, J. (2016b, 29 de febrero). El Ku Klux Klan y Jean Marie Le Pen, a favor de Trump. *ABC de Sevilla*, p. 69.
- Ansorena, J. (2016c, 7 de febrero). Los ochocientos aspirantes que nunca ocuparán el Despacho Oval. *ABC de Sevilla*, pp. 62-63.
- Ansorena, J. (2017, 5 de noviembre). Viaje al centro de la victoria de Trump. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/internacional/abci-viaje-centro-victoria-trump-201711050124_noticia.html
- Ansorena, J. (2020a, 5 de febrero). Pierden los candidatos demócratas: el fiasco de los caucus impulsa a Trump. *ABC de Sevilla*, pp. 48-49.
- Ansorena, J. (2020b, 11 de febrero). New Hampshire, más decisivo que nunca para los demócratas. *ABC de Sevilla*, p. 50.
- Ansorena, J. (2020c, 25 de febrero). Trump se da un baño de multitudes en la India. *ABC de Sevilla*, p. 51.
- Ansorena, J. (2020d, 26 de febrero). Trump sobre el veredicto de Weinstein: <<Es una gran victoria>>. *ABC de Sevilla*, 26 de febrero, p. 84.
- Armañanzas, E. y Díaz Noci, J. (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

- Arnold, A. y Stern, J. L. (2004). *Sobre Estados Unidos. Cómo se gobierna en Estados Unidos*. Virginia: Braddock Communications. Recuperado de https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-spanish/howtheusisgoverned_sp.pdf
- Azcona Pastor, J. M., Re, M. y Torregrosa Carmona, J. F. (2013). *Guerra y Paz. La Sociedad Internacional entre el Conflicto y la Cooperación*. Madrid: Editorial DYSINSON. Recuperado de https://books.google.es/books/about/Guerra_y_Paz_La_Sociedad_Internacional_e.html?id=GFTjCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Bagli, C. V. y Buettner, Russ (2016, 11 de junio). How Donald Trump Bankrupted His Atlantic City Casinos, but Still Earned Millions. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2016/06/12/nyregion/donald-trump-atlantic-city.html>
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/silenatapia/laurence-bardinanalisisdecontenido>
- Barrera del Barrio, C. (2006). *La Vanguardia, del franquismo a la democracia*. Madrid: Fragua.
- Barriopedro, M. P. (2016). 23-F: El intento de Golpe de Estado en España. *Google Arts & Culture*. Recuperado de <https://artsandculture.google.com/exhibit/23-f-el-intento-de-golpe-de-estado-en-espa%C3%B1a-agencia-efe/EQilL99EpxTNLA?hl=es>
- Barstow, D., Craig, S. y Buettner, R. (2018, 2 de octubre). Trump Engaged in Suspect Tax Schemes as He Reaped Riches From His Father. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/02/us/politics/donald-trump-tax-schemes-fred-trump.html?mtrref=undefined&assetType=REGIWALL>
- Barthes, R. (1964). Réthorique de l'image. *Communications*, 4, 40-51. Recuperado de https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027
- Bassets, M. (2016a, 1 de febrero). EE.UU. mide la fuerza del descontento y del fenómeno Donald Trump. *El País*, p. 6.
- Bassets, M. (2016b, 3 de febrero). La derrota de Trump daña su aura y transforma la campaña. *El País*, p. 7.
- Bassets, M. (2016c, 3 de marzo). El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump. *El País*, pp. 3-4.
- Bassets, M. (2016d, 10 de febrero). Los republicanos intentan deslegitimar a Clinton. *El País*, p. 6.

- Bassets, M. (2016e, 22 de febrero). Las primarias transforman al Partido Republicano. *El País*, p. 4.
- BBC (2020, 3 de marzo). Super Tuesday | Qué es el "supermartes" y por qué es clave en la carrera a la presidencia de Estados Unidos. *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-51715942>
- Becerra Gelover, A. (2005). Opinión pública y proceso electoral en Estados Unidos. *El Cotidiano*, 130, 79-85. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/26419207_Opinion_publica_y_proceso_electoral_en_Estados_Unidos
- Bocio, A. I. y Mancinas Chávez, R. G. (2014). Los diarios de referencia en el mercado de la prensa española. Propiedad, grupos mediáticos y conexiones estructurales. *Correspondencias & Análisis*, 4, 307-333.
- Boot, M. (2020, 8 de abril). El peor presidente estadounidense de todos los tiempos. *The Washington Post*. Recuperado de <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/04/08/el-peor-presidente-estadounidense-de-todos-los-tiempos/>
- Caballo, V. E. (2017). Un análisis psicológico de Donald Trump. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual* [Internet]. 2017, 25 (1), 227-249. Recuperado de https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2018/10/13.Caballo_25-1.pdf
- Campos, F., Güenechea, J. I. y Ureña, D. (2020). *Guía práctica de las elecciones de Estados Unidos 2020*. Madrid: The Hispanic Council. Recuperado de <https://www.hispaniccouncil.org/wp-content/uploads/ELECCIONES-USA-2020-Digital.pdf>
- Carlin, J. (2016, 15 de febrero). El Pato Donald para presidente. *El País*, p. 4.
- Caro González, F. J. (2007). ABC de Sevilla 2029: el año del centenario. *ABC: un diario y una ciudad, análisis de un modelo de periodismo local (2007)*, 336-357. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/72205/Pages%20from%20segunda%20versi%F3n%20actas%20abc-13.pdf?sequence=1>
- Caruman, S. y Quiroga R. (2012). *Métodos de investigación: Análisis de contenido*. Recuperado de <https://www.u-cursos.cl>
- Casa Blanca (2020). Donald J. Trump. *White House*. Recuperado de <https://www.whitehouse.gov/people/donald-j-trump/>
- Cassidy, J. (2016, 2 de junio). Trump University: It's worse than you think. *The New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/news/john-cassidy/trump-university-its-worse-than-you-think>
- Cay Johnston, D. (2016). *Cómo se hizo Donald Trump*. Madrid: Capitán Swing.

- Chicote, J. (2006). *El periodismo de investigación en España. Causas y efectos de su marginación*. Madrid: Fragua.
- Cobert, B. (2016, 16 de mayo). Make America Great Again for the People It Was Great for Already. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2016/05/16/opinion/campaign-stops/make-america-great-again-for-the-people-it-was-great-for-already.html>
- Constitution Facts (1787). Constitución de los Estados Unidos. *Constitution Facts*. Recuperado de https://www.constitutionfacts.com/content/constitution/files/USConstitution_Spanish.pdf
- Córdoba Hernández, A. M. (2009). *La línea editorial de ABC, EL MUNDO y LA VANGUARDIA frente el conflicto palestino-israelí: 1993:2004* (Tesis doctoral). Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Cook, T. D. y Reichardt, CH. S. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Ediciones Morata. Recuperado de: https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2014/DraSanjurjo/12de20/Cook_Reichardt.pdf
- Cuervo, K. (2016). Los millones de dólares gastados por Trump y Clinton en sus campañas. *Finanzas Personales*. Recuperado de <https://www.finanzaspersonales.co/ahorro-e-inversion/articulo/elecciones-estados-unidos-2016-cuanto-costaron-las-campanas-de-trump-y-clinton/70480>
- De Pablos, J. M. (1991). La infografía, el nuevo género periodístico. *Estudios sobre tecnología de la información*, 1, 20-30. Recuperado de <http://www.cuadernosartesanos.org/cac44.pdf>
- De salas, P. y Charte, M. (2020, 4 de marzo). Biden vence a Sanders en diez estados, incluyendo Texas, pero no conquista California en el 'supermartes' demócrata. *RTVE*. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20200304/supermartes-resultados-primarias-democratas/2005260.shtml>
- delle Femmine, L. (2020, 18 de febrero). España aplaza el cobro de la 'tasa Google' ante la presión de EE.UU.. *El País*, p. 35.
- Democrats (2020). *Democrats*. Recuperado de <https://democrats.org/es/>
- Democratic National Convention (2020). D20 Democratic National Convention Milwaukee. *Democratic Nacional Convention*. Recuperado de <https://www.demconvention.com/>
- Domenach, J. M. (1950). *Le propagande politique*. Presses Universitaires de France: Paris.

- EFE (2016, 2 de febrero). Adele rechaza que Trump use una de sus canciones. *El País*, p. 30.
- EGM Prensa (2016, 14 abril). EGM: 'El Mundo' (-11,2%) y 'El País' (-7,4%) no detienen la sangría de lectores. *Prnoticias*. Recuperado de <https://historico.prnoticias.com/prensa/egm-prensa/20151522-egm-2016-el-mundo-el-pais>
- EGM Prensa (2020, 6 de abril). EGM: 'El País' sobrevive con un millón de lectores diarios. *Prnoticias*. Recuperado de <https://prnoticias.com/prensa/egm-prensa/20178154-egm-prensa-el-pais-millon-lectores-diaros>
- El País (1981, 23 de febrero). Golpe de Estado. El País, con la Constitución. *Periódicos regalo*. Recuperado de <http://www.periodicosregalo.com/wp-content/uploads/2012/03/23f-edicion-especial-1.jpg>
- El País (2007, 14 de octubre). 31 años de evolución. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/diario/2007/10/14/domingo/1192333958_850215.html
- El País (2010, 7 de agosto). Bieito Rubido, nuevo director de 'Abc'. *El País* Recuperado de https://elpais.com/sociedad/2010/09/07/actualidad/1283810407_850215.html
- El País (2014). *El País. Libro de Estilo*. Madrid: Aguilar. Recuperado de: https://coleccion.eselpais.com/index.php?controller=attachment&id_attachment=2
- El País (2016, 1 de febrero). Así hemos contado el 'caucus' de Iowa: empate demócrata y derrota de Trump. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2016/02/01/estados-unidos/1454347256_825776.html
- El País (2020, 6 de abril). La SER lidera la radio española con 4.113.000 oyentes diarios. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/television/2020-04-06/la-ser-lidera-la-radio-espanola-con-4113000-oyentes-diaros.html>
- El Mundo (2002). *Libro de Estilo de El Mundo*. Madrid: Unidad Editorial. Recuperado de: http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo_elmundo.pdf
- Erice, M. (2016a, 1 de febrero). Iowa pone a prueba a Trump y Clinton, que encabezan las encuestas. *ABC de Sevilla*, 1 de febrero, pp. 66-67.
- Erice, M. (2016b, 3 de febrero). El vencedor Cruz y el emergente Rubio desinflan la burbuja Trump, *ABC de Sevilla*, pp. 50-51.
- Erice, M. (2016c, 22 de febrero). La nueva victoria de Donald Trump pone en jaque al Partido Republicano. *ABC de Sevilla*, pp. 64-65.

- Erice, M. (2016d, 25 de febrero). Trump barre en nevada y hunde a las filas republicanas en el desconcierto. *ABC de Sevilla*, pp. 56-57.
- Erice, M. (2016e, 29 de febrero). Los aspirantes a la Casa Blanca hacen campaña en familia. *ABC de Sevilla*, p. 93.
- Erice, M. (2016f, 3 de marzo). La victoria de Trump amenaza con romper el Partido Republicano. *ABC de Sevilla*, pp. 56-57.
- Erice, M. (2016g, 10 de febrero). Clinton hará cambios en su campaña para frenar la caída. *ABC de Sevilla*, pp. 52-53.
- Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS (2020). Historia de El País. *Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS*. Recuperado de <https://escuela.elpais.com/historia-de-el-pais/>
- Espinosa, A. (2020, 8 de febrero). EE.UU. confirma la muerte en Yemén del líder de la rama más activa de Al Qaeda. *El País*, p. 11.
- Faus, J. (2016, 22 de febrero). Rubio y Cruz se sitúan como únicas alternativas ante el avance de Trump. *El País*, p. 3.
- Fernández Barrero, A. (2017). *Escribir con estética visual, diseñar con contenido. De cómo la diagramación condiciona los textos periodísticos*. Madrid: Fragua.
- Fernández Vivas, Y. (2009). El régimen jurídico de las elecciones presidenciales en los Estados Unidos. *Teoría y Realidad Constitucional*, 23, 327-360.
- Ferrer Franquesa, A. y Gómez Fontanills, D. (2010). Imagen y comunicación visual. *Universitat Oberta de Catalunya*. Recuperado de http://cv.uoc.edu/annotation/121228fad7365aa79e42ca1bf7c9c1d1/551848/PI_D_00214985/modul_1.html#w26aab5c15b5b7
- Flores, D. (2016, 26 de enero). Donald Trump, la paradoja de la política del espectáculo. *RTVE*. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20160126/donald-trump-paradoja-politica-espectaculo/1287600.shtml>
- Forbes (2020). The World's Most Powerful People. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/powerful-people/list/#tab:overall>
- Gangas, P. (1995). *Desarrollo Organizativo de los partidos políticos españoles de implantación nacional* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, España.
- Gallup (2020). Presidencial Job Approval Center. *Gallup*. Recuperado de <https://news.gallup.com/interactives/185273/presidential-job-approval-center.aspx>
- Goebbels, J. (1933). *Diarios de Goebbels*. Munich: KG Saur Verlag.
- Green Party (2020). The Green Party of California. Recuperado de <http://www.cagreens.org/>

- Guimón, P. (2019, 20 de febrero). Bernie Sanders anuncia su carrera presidencial para 2020. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2019/02/19/estados_unidos/1550580674_781003.html
- Guimón, P. (2020a, 3 de febrero). El granjero que susurraba a los demócratas. *El País*, p. 3.
- Guimón, P. (2020b, 16 de febrero). Michael Bloomberg, el precio de la política. *El País*, pp. 2-3.
- Gutiérrez Rubí, A. (2019, 10 de diciembre). ¿Quién vota qué? La segmentación demócrata en las primarias. *Gutiérrez-Rubí*. Recuperado de <https://www.gutierrez-rubi.es/2019/12/10/quien-vota-que-la-segmentacion-democrata-en-las-primarias-usa-2020/>
- Hernández Martínez, J. (2017). Dinámica partidista, proceso electoral e ideología: tendencias y contradicciones en los Estados Unidos. *Revista de Estudios Estratégicos*, 5, 8-21. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/cipi/20180206025439/EE05_dinamica.pdf
- Hernando Cuadrado, L. (1994). Comunicación y lenguaje en el periodismo escrito. *Didáctica. Lengua y Literatura*, 6, 145. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/DIDA9494110145A>
- Iber, P. (2018). El socialismo democrático en Estados Unidos. Sobre la victoria de Alexandria Ocasio-Cortez. Nueva Sociedad. Recuperado de <https://nuso.org/articulo/el-socialismo-democratico-en-estados-unidos/>
- Izurieta, R. (2019, 10 de marzo). ¿Cuánto costará la próxima campaña de Estados Unidos? *CNN Español*. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2019/03/10/cuanto-costara-la-proxima-campana-de-estados-unidos/>
- Jiménez, F. y Caínzos, M. (2004). La repercusión electoral de los escándalos políticos. Alcance y condiciones. *Revista Española de Ciencia Política*, 10, 141-170. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/viewFile/37354/20872>
- Karni, A. (2020, 13 de abril). Trump Re-Election Efforts Raise \$212 Million for First Quarter of 2020. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2020/04/13/us/politics/trump-fundraising-2020.html>
- Kimberling, W. C. (1996). El colegio electoral de los Estados Unidos de América. *Tecnologías educativas*. Recuperado de <https://tecnologias-educativas.te.gob.mx/RevistaElectoral/content/pdf/a-1993-01-002-038.pdf>

- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- La Banda, E. (2012). Muvies: un festival para realizadores adolescentes. *Códigos artísticos y desarrollo de la expresión en la competencia cultural artística*. Recuperado de https://books.google.es/books?id=digbAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- La Razón (2016, 21 de julio). Franco ordenó el secuestro de «ABC» por un artículo de Anson. *La Razón*. Recuperado de <https://www.larazon.es/espana/franco-ordeno-el-secuestro-de-abc-por-un-articulo-de-anson-GK13192026/>
- Labio Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo: Estados Unidos, Europa y España*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Labio Bernal, A. y Reig, R. (2017) *El laberinto mundial de la información: Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos.
- Laborde, A. (2020, 27 de febrero). Trump sitúa a su vicepresidente al frente de la lucha contra el virus. *El País*, p. 31.
- Langa Nuño, C. (2001). Notas para una historia de ABC de Sevilla desde sus inicios al final de la Guerra Civil (1929-1939). *De cómo se improvisó el franquismo durante la Guerra Civil: la aportación de ABC de Sevilla*, 481-494. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/31397/notasparaunahistoria.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Leturia, E. (1998). ¿Qué es la infografía? *Revista Latina de Comunicación Social*, 4, 9-20. Recuperado de <http://www.cuadernosartesanos.org/cac44.pdf>
- Libertarian Party (2020). *Libertarian Party of California*. Recuperado de <https://ca.lp.org/>
- Lissardy, G. (2020, 20 de mayo). Muerte de George Floyd: “Trump está haciendo todo lo posible para empeorar las cosas”. *BBC News*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52857914>
- Llantada, A. (2015, 22 de diciembre). Amo a Donald Trump. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/amo-a-donald-trump/>
- López, E. M. (1963). El análisis de contenido. *Revista de estudios políticos*, (132), 45-64. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2047530.pdf>
- López Hernández, M. y Domínguez Delgado, R. (2012). El valor documental del periodista como “autor”. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*. 18 (2), 791-803.
- López Hidalgo, A. (2017). Las formas de la información: el diseño de los géneros periodísticos en los diarios impresos. En A. Fernández Barrero (Eds), *Escribir con*

estética visual, diseñar con contenido. De cómo la diagramación condiciona los textos periodísticos (pp. 63-80). Madrid: Fragua.

- López Ocegüera, R. (2017). La confirmación de la política exterior de Estados Unidos en el siglo XXI y la polarización del sistema político: Apuntes para un análisis. *Universidad de La Habana*, (284), 68-83. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762017000200005&lng=es&tlng=es
- Mars, A. (2016, 3 de febrero). Trump acusa a Cruz de fraude en Iowa. *El País*, p. 7.
- Mars, A. (2020a, 2 de febrero). El 'impeachment' culmina la sumisión republicana a Trump. *El País*, p. 8.
- Mars, A. (2020b, 6 de febrero). Los republicanos absuelven a Trump. *El País*, pp. 2-3.
- Mars, A. (2020c, 7 de febrero). Trump celebra como una revancha su absolución en el 'impeachment'. *El País*, p. 4.
- Mars, A. (2020d, 13 de febrero). Sanders se fortalece ante la división del ala moderada de los demócratas. *El País*, p. 2.
- Mars, A. (2020e, 3 de marzo). El Supermartes, el día clave en las primarias del Partido Demócrata. *El País*, p. 6.
- Mars, A. (2020f, 16 de febrero). Aquí nació la revolución de Sanders. *El País*, pp. 2-3.
- Mars, A. (2020g, 4 de marzo). La hora de la verdad para el voto latino. *El País*, p. 6.
- Monge, Y. (2020a, 4 de febrero). Los demócratas llaman a la recta final del juicio a plantar cara «a la tiranía». *El País*, p. 3.
- Monge, Y. (2020b, 5 de febrero). Los problemas del Partido Demócrata dan alas a Trump. *El País*, p. 4.
- Monge, Y. (2020c, 1 de marzo). Trump trata de influir en las primarias. *El País*, p. 8.
- Martínez Albertos, J. L. (1974). *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona: Fingraf.
- Menéndez-Pidal, S. (2010). Retórica visual: una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. *Revistas de Artes y Humanidades UNICA*, 11 (2), 99-116. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1701/170121899006>
- Merril, J. C., Lee, J. y Friedlander, E. J. (1992). *Medios de Comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y el Mundo*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

- Moreau, M. C. (2010). La morfología de El País: una estrategia de comunicación. *Revistas*, 107-124. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3843047>
- Moreno Espinosa, P. (2000). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos*, 5, 169-190. Recuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/67346/revista-comunicacion-ambitos-05_169-190.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morgenfeld, L. y Nahón, C. (2017). Primer año del republicano en la Casa Blanca. Doce datos para entender a Trump. *Anfibia*. Recuperado de <http://revistaanfibia.com/ensayo/12-datos-para-entender-a-trump/>
- Nogales Bocio, A. I. (2013). *Metodología empírico-periodística del análisis de contenido y su aplicación. Aproximación estructural a la cobertura de los atentados del 11-M a través de El País, El Mundo, ABC y La Razón*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Organización Easy Voter (2020). *Easyvoter*. Recuperado de www.easyvoter.org
- Paniagua Santamaría, P. (2009). *Información e interpretación en periodismo. Hacia una nueva teoría de los géneros*. Madrid: Fragua.
- Pardo, P. (2020a, 20 de febrero). Guerra de magnates en internet. *El Mundo*, p. 36.
- Pardo, P. (2020b, 31 de mayo). Trump se refugia en el búnker de la Casa Blanca mientras EEUU vive los disturbios raciales más graves desde el asesinato de Martin Luther King. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/internacional/2020/05/31/5ed409f9fc6c83935d8b461f.html>
- Peirón, F. (2019, 6 de octubre). Mar-a-Lago, la mansión en la que Trump aprendió las técnicas que le llevaron a la Casa Blanca. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/internacional/20191006/47826474745/mar-a-lago-la-escuela-de-trump.html>
- Pellicer Alapont, M. (2017). *La comunicación en la era Trump*. Barcelona: Editorial UOC.
- Peredo Castro, F. (2018). De *The Apprentice* a la Casa Blanca: Donald Trump como fenómeno mediático-comunicacional a la luz de algunas teorías de la comunicación, los medios y la información. *NORTEAMÉRICA*, 2, 253-277. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6810274>
- Pérez Alonso, J. (2013). *Tres controvertidas elecciones presidenciales estadounidenses: Thomas Jefferson, Rutherford B. Hayes y George W. Bush*. Oviedo: Ediciones de la Universidad de Oviedo. Recuperado de [https://www.unioviado.es/constitucional/seminario/books/In Itinere 03-Tres%20presidentes.pdf](https://www.unioviado.es/constitucional/seminario/books/In%20Itinere%2003-Tres%20presidentes.pdf)

- Pérez Curiel, C. (2005). *Estudio de las Fuentes de Información en el marco del Periodismo Especializado: Estrategias de selección y tratamiento de las fuentes en las secciones periodísticas de El Mundo y El País*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Pramuk, J. (2018, 14 de septiembre). How Trump's time running a doomed football team fueled his political fight with the NFL. *CNBC*. Recuperado de <https://www.cnbc.com/2018/09/14/trumps-ownership-of-usfls-new-jersey-generals-fueled-anthem-fight-with-nfl.html>
- Prisa (2020). Informe anual 2019. *Prisa*. Recuperado de https://www.prisa.com/informe-anual-2019/grupo_global.html
- Prisa (2020). La acción y su capital social. *Prisa*. Recuperado de <https://www.prisa.com/es/info/la-accion-y-su-capital-social>
- Promises Kept (2020). Promises Kept. *Donald J Trump*. Recuperado de <https://www.promiseskept.com/>
- Quiroz Zamora, J. (2020). EE.UU.: Primarias inician su etapa definitiva. *Monitor electoral*. Recuperado de <https://www.monex.com.mx/portal/download/reportes/200224%20Monitor%20Electoral%20-%20Feb.pdf>
- R. A. (2020, 5 de mayo). El principal accionista de Prisa fracasa en su intento de 'decapitar' al magnate francés Lagardère. *Vozpopuli*. Recuperado de https://www.vozpopuli.com/medios/principal-accionista-Prisa-decapitar-Lagardere_0_1352265513.html
- Rader, P. (s. f.). What are the "Red" and "Blue" (and "Purple) States? *Medium*. Recuperado de https://medium.com/@paulrader_42650/what-are-the-red-and-blue-and-purple-states-ecb9b534cbc6
- Real Clear Politics (2020, 14 de febrero). Morning Edition. *Real Clear Politics*. Recuperado de <https://www.realclearpolitics.com/2020/02/14/>
- Red de conocimientos electorales (2020). Red de conocimientos electorales ACE. Recuperado de <http://aceproject.org/>
- Republican Party Platform (2020). *GOP*. Recuperado de <https://www.gop.com/platform/>
- Reig, R. (1998). Prensa sevillana, prensa regional, ¿y grupos de comunicación a partir de diarios editados en Sevilla? (1998): Hacia el siglo XXI. En R. Reig y M. J. Ruiz Acosta (Eds), *Sevilla y su prensa. Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)* (pp. 145-153). Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/65344/ambitos-1-comprimido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Editorial Gedisa. Recuperado de <https://elibro-net.us.debiblio.com/es/ereader/bibliotecaus/61135?page=1>
- Reina, E. (2020, 2 de febrero). El muro de Trump empieza en los centros de México. *El País*, p. 10.
- Romero Ballivián, S. (2018). El sistema electoral presidencial de Estados Unidos: entre la originalidad del modelo administrativo-jurisdiccional y el inconcluso debate sobre la participación. *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 270, 652-687.
- Ropercenter (2016). *Ropercenter*. Recuperado de <https://ropercenter.cornell.edu/how-groups-voted-2016>
- Royo, I. y Ureña, D. (2015). Análisis de la campaña presidencial de Donald Trump: claves y consecuencias. *The Hispanic Council*, 1-9. Recuperado de https://www.hispaniccouncil.org/wp-content/uploads/THC_Trump.pdf
- RTVE (2020, 10 de febrero). Buttigieg y Sanders, vencedores del 'caucus' de Iowa, piden que se revisen los resultados. *RTVE*. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20200210/buttigieg-sanders-vencedores-del-caucus-iowa-piden-se-revisen-resultados/2000400.shtml>
- Ruiz Romero, M. (1998). Prensa sevillana y transición. El caso de ABC edición hispalense. En R. Reig y M. J. Ruiz Acosta (Eds), *Sevilla y su prensa. Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)* (pp. 94-121). Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de https://www.academia.edu/31862471/Prensa_sevillana_y_transici%C3%B3n.El_caso_de_ABC_edici%C3%B3n_hispalense.pdf
- Sabés Turmo, F. (2008). "El País", ¿el periódico global en español? Análisis de los últimos cambios en su formato. *Anagramas*, 6 (12), 15-30. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851610.pdf>
- Saénz de Ugarte, I. (2014, 25 de febrero). Por qué El País quiere irse más a la derecha. *Eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/rastreador/testamento-Pais-periodicos_6_232786742.html
- Salgado Saraujo, F. (1976). *Mis conversaciones privadas con Franco*. Barcelona: Planeta.
- Sánchez, R. (2020, 15 de febrero). El mundo se rearma: el gasto militar registró en 2019 la mayor subida en una década. *ABC de Sevilla*, pp. 48-49.
- Sanz, J. C. (2020, 2 de febrero). La Autoridad Palestina rompe relaciones con Israel y EE.UU. tras el plan de Trump. *El País*, p. 12.
- Sartori, G. (2005). *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*. (2ª ed.). Madrid: Alianza Editorial.

- Seberto, E. (2020, 18 de febrero). Calviño aplaza el choque de la Tasa Google para evitar el choque con Trump, *ABC de Sevilla*, p. 35.
- Segurado, N. (2012, 31 de octubre). Así se financia a un candidato a presidente de Estados Unidos. *20 MINUTOS*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/1631265/0/financiacion/elecciones/estados-unidos/>
- Silberman, A. (1962). *Künstler und Gesellschaft*. Opladen: Alemania. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2047530.pdf>
- Solana, J. (2016). ¿Cómo se explica el triunfo de Donald Trump? *Temas para el debate*, 265, 43-54. Recuperado de https://www.fundacionsistema.com/wp-content/uploads/2016/12/TC_T265.pdf
- Soriano González, M. L. (2019). *Donald Trump, Barack Obama y George Bush. Ideología y estrategia política*. Valencia: Tirant humanidades.
- Shiple, T. (2020, 14 enero). ¿Existen solo dos partidos políticos en Estados Unidos? *El Orden Mundial*. Recuperado de <https://elordenmundial.com/solo-dos-partidos-politicos-en-estados-unidos/>
- Stieber, Z. (2020, 25 de mayo). Trump amenaza con mudar de Carolina del Norte la Convención Nacional Republicana. *The Potch Times*. Recuperado de https://es.theepochtimes.com/trump-amenaza-con-mudar-de-carolina-del-norte-la-convencion-nacional-republicana_669347.html
- The Center for Responsive Politics (2020). Top PACs. *The Center for Responsive Politics*. Recuperado de <https://www.opensecrets.org/pacs/toppacs.php?Type=C&pac=A&cycle=2016>
- The New York Times (2015). Verificaciones de hechos de las elecciones de 2016. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/interactive/2016/us/elections/fact-check.html>
- Trillo, M. (2016, 1 de marzo). «Mi marido va a ser el primer presidente hispano de EE.UU.». *ABC de Sevilla*, p. 52.
- Trump, D. J. (1987). *Trump: el arte de la negociación*. Barcelona: Grijalbo.
- Univisión (2019, 12 de octubre). Este es el calendario de los debates presidenciales y vicepresidenciales para las elecciones de 2020. *Univision*. Recuperado de <https://www.univision.com/noticias/elecciones-en-eeuu-2020/este-es-el-calendario-de-los-debates-presidenciales-y-vicepresidenciales-para-las-elecciones-de-2020>
- USAGov (2020). Elecciones presidenciales en Estados Unidos. *USAGov*. Recuperado de <https://www.usa.gov/espanol/proceso-electoral>

- van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- Villaseñor, E. (2011). *Fotografía, fotoperiodismo y fotodocumentalismo. Algunas reflexiones en torno a los géneros fotográficos*. (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Vocento (2020). ABC SEVILLA. CM Vocento. Recuperado de <https://www.cmvocento.com/abc-sevilla/>
- Ware, A. (2004). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Akal.
- Wemple, E. (2020, 20 de marzo). Trump called the media 'the enemy of the people.' He means it. *The Washington Post*. Recuperado de <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/03/20/trump-called-media-enemy-people-he-means-it/>
- Ximénez de Sandoval, P. (2016, 23 de febrero). Trump sigue ganando y se afianza como candidato republicano. *El País*, p. 8.
- Ximénez de Sandoval, P. (2020a, 4 de febrero). Super Bowl, el contrapeso latino a Trump. *El País*, p. 31.
- Ximénez de Sandoval, P. (2020b, 1 de marzo). La columna vertebral del Partido Demócrata. *El País*, p. 8.
- Ximénez de Sandoval, P. (2020c, 24 de febrero). "¡Se ve, se siente, Bernie presidente!". *El País*, pp. 2-3.
- YouTube (2015). Donald Trump Teases a President Bid During a 1988 Oprah Show. The Oprah Winfrey Show. *Youtube*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=SEPs17_AkTI
- Zorrilla Barroso, J. M. (1996). *El titular de la noticia: estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

8. Anexo

8.1. Anexo I: Ejemplos de publicaciones en los diarios

- Documento 1: *El País*, 2 de febrero de 2020, p. 2.

8 ELPAÍS

Domingo 2 de febrero de 2020

INTERNACIONAL

El 'impeachment' culmina la sumisión republicana a Trump

El Senado tiene previsto votar el miércoles la esperada absolución del presidente de EE UU por el escándalo de Ucrania

AMANDA MARS. **Washington** Hace cuatro años, en el inicio de la era Donald Trump, el presidente y el partido republicano parecían dos galaxias distintas: de un lado, el *establishment* del Grand Old Party; del otro, el magnate neoyorquino, un *showman* deslenguado que había ganado las primarias de trifulca en trifulca hasta la victoria final. Siendo ya su candidato presidencial, los *popes* se negaron a acompañarle en la campaña. Algunos, como el líder de los republicanos en el Congreso, Paul Ryan, lo anunciaron tal cual y lo presentaron como una cuestión de principios; otros simplemente se borrarón de los mitines.

En la convención de aquel verano, en la que se coronó a Donald Trump como candidato presidencial, los Bush ni aparecieron. El senador tejano Ted Cruz, que había sido uno de los aspirantes en las primarias, subió al escenario y, en lugar de pedir el voto para el elegido, como es habitual, llamó a los estadounidenses a actuar "con su conciencia".

El Partido Republicano es hoy el Partido de Donald Trump. El juicio político al presidente a raíz del escándalo de Ucrania ha culminado la sumisión del Senado hacia su líder. El viernes por la noche solo dos senadores republicanos —Mitt Romney y Susan Collins— apoyaron a la minoría demócrata en su petición de que personajes clave del caso que se juzga acudan a declarar.

Cambio de guion

La gran mayoría de los republicanos —que ocupan 53 de los 100 escaños de esta cámara— rechazaron seguir el proceso con más testimonios y documentos, y optaron por dejar el caso visto para sentencia. Mañana presentan los ar-

gumentos finales y el miércoles se votan los dos cargos que pesan sobre Trump, abuso de poder y obstrucción, con poco misterio: la absolución está asegurada.

Esta semana, Ted Cruz, aquel que desafió a Trump en la misma noche de su coronación en 2016, se despachó así en la cadena Fox: "El circo del *impeachment* ya se ha terminado". Y Marco Rubio, que en su día llamó a Trump un "artista del timo", llegó a esta conclusión el viernes: "Solo porque las acciones lleguen al umbral de un *impeachment* no significa que destituir al presidente del cargo sea lo que más interesa al país".

Otros con menos amnesia ya no se encuentran en el Senado, como el difunto John McCain, que fue azote de Trump hasta el final, y en verano de 2017 llegó a acudir a votar, ya muy enfermo de cáncer, en contra de la ley

Las escasas líneas de discrepancia

Los republicanos del Congreso sí han llevado la contraria a Donald Trump en algunas batallas, como la financiación pública del polémico muro que quiere construir en la frontera con México o algunas medidas de política exterior. Pero en el momento más grave de esta presidencia no han pedido siquiera escuchar lo que podían decir el exconsejero de Seguridad, John Bolton, que ha incriminado directamente a Trump, o el director de Presupuesto, Mick Mulvaney, con un papel crítico en las acciones bajo sospecha.

para liquidar el Obamacare (el programa de cobertura sanitaria universal impulsado por Obama), y dio un discurso llamando al diálogo y al consenso que enmudeció a la Cámara. Murió un año después. Había dejado dicho que no quería al presidente Trump en su entierro.

También se ha retirado el crítico Jeff Flake, que precisamente anunció que no se presentaría a la reelección asqueado por el mandatario. "Tengo un hijo y nietos. No seré cómplice de Trump", dijo. Sus sustitutos no rompieron filas con el partido el viernes. Trump está acusado de abuso de poder por sus supuestas coacciones a Ucrania para que la justicia de ese país anunciase investigaciones sobre el hijo del demócrata Joe Biden que le beneficiasen electoralmente, recurriendo incluso al bloqueo de ayudas militares como mecanismo de presión.

También responde por un cargo de obstrucción al Congreso al haber torpedeado la investigación. De ambos quedará libre. Enfrentarse a Trump puede suponer un castigo en las urnas para los legisladores que buscan la reelección. El líder de los republicanos en la Cámara alta, Mitch McConnell, que también tuvo roces en su día con el mandatario, ha sido el principal arquitecto del muro de contención. El pasado diciembre admitió sin complejos que estaba "coordinando" el procedimiento del juicio con la Casa Blanca. "No soy un jurado imparcial. Este es un proceso político", se explicó.

- Documento 2: *El País*, 3 de marzo de 2020, p. 3.

El Supermartes, el día clave en las primarias del Partido Demócrata

16 circunscripciones pueden decidir hoy el rival de Trump

A. M. **Washington** Hoy es el Supermartes, el día en el que se celebran hasta 16 primarias demócratas, dos de ellas, las de los Estados más poblados del país, California y Texas, y lo que ocurra en esta jornada puede dejar vista para sentencia esta larga carrera por elegir al candidato que se enfrente a Donald Trump en las presidenciales de noviembre. En total, 14 Estados, más el territorio de Samoa y los demócratas en el exterior escogen a 1.357 delegados, el 35% del total. Quedan en la contienda Bernie Sanders, Joe Biden, Mike Bloomberg, Elizabeth Warren y Tulsi Gabbard. Estas son las principales claves del Día D.

California, la hora de la verdad para Bernie Sanders. Reparte 415 delegados, es decir, más del doble que todos los repartidos hasta ahora en Iowa, New Hampshire,

Nevada y Carolina del Sur juntos, así que una victoria rotunda en California puede ser el golpe definitivo del senador izquierdista, ya líder de la carrera para disgusto de buena parte del *establishment* demócrata. Sanders logra un apoyo del 34% de los votos en los sondeos, según el promedio de Real Clear Politics, seguido por Biden (18%) y Warren (15%).

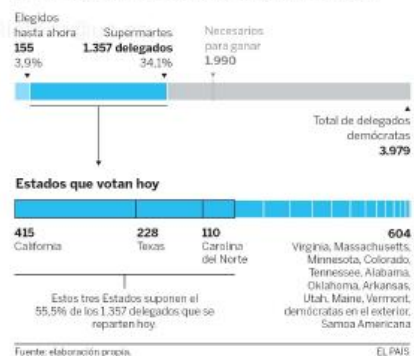
Joe Biden, el resucitado. El vicepresidente de Barack Obama, primero en los sondeos de ámbito nacional hasta que comenzaron las votaciones, se descalabró en los tres primeros asaltos de las primarias, pero su victoria el sábado en Carolina del Sur (más de 30 puntos de diferencia respecto a Sanders) le han insuflado vida como alternativa moderada al senador de Vermont. Los Estados en los que se prevé su victoria, sin embargo (Alabama, Tennessee,

Carolina del Norte y Virginia) no alcanzan los 415 delegados que reparte California.

El debut de un millonario. Mike Bloomberg, el famoso exalcalde de Nueva York, se ha lanzado a esta carrera de forma muy peculiar, saltándose los cuatro primeros asaltos de las primarias y apostando con fuerza (y 500 millones de dólares en anuncios, 448 millones de euros, 190 más que todos sus rivales juntos) por los 14 Estados de este Supermartes. La inversión publicitaria le ha hecho omnipresente pese a no patenar el territorio, como suelen hacer los precandidatos, y le ha colocado tercero en los sondeos.

Los votos de los retirados. La retirada de candidatos considerados moderados —es decir, todo lo que quede a la derecha de Sanders y de la senadora Elizabeth

El peso del Supermartes en las primarias



Warren — puede favorecer una alternativa sólida al senador de Vermont en este sector ideológico, pero no está claro quién se va a nutrir de los votos que liberan Pete Buttigieg, Amy Klobuchar y Tom Steyer, los tres recién apeados. Los seguidores Buttigieg, el más relevante porque abandona desde el tercer puesto, han señalado como

segunda opción predilecta tanto a Sanders como a Biden, según las encuestas. Si sus apoyos se reparten, el perjudicado será el senador izquierdista, ya que los competidores que se encuentran al límite pueden alcanzar con ese pequeño empujón el 15% de resultado mínimo en las primarias para poder llevarse algún delegado.



EXIGE RESPONSABILIDADES

La viuda de Kobe Bryant demanda a la compañía del helicóptero

MARÍA ESTEVEZ LOS ANGELES

Vanessa Bryant, la viuda de Kobe Bryant, ha presentado una demanda contra Island Express Helicopters por el accidente que en enero costó la vida al exjugador de la NBA y a la hija de ambos, Gigi. Vanessa Bryant presentó su denuncia en la Corte Superior de Los Angeles el pasado lunes, poco antes de acudir al Staples Center (arriba, en la foto), donde tuvo lugar el memorial por su marido y su hija.

Los abogados de Vanessa reconocen varias negligencias por parte del piloto del helicóptero durante el vuelo

pasado lunes, poco antes de acudir al Staples Center (arriba, en la foto), donde tuvo lugar el memorial por su marido y su hija.

Los abogados de Vanessa reconocen varias negligencias por parte del piloto del helicóptero durante el vuelo del 26 de enero que terminó estrellándose en Calabasas. En el accidente fallecieron siete personas más, entre ellas Ara Zobayan, el conductor. «Fue un accidente trágico. No tenemos más que decir porque hay pendiente una demanda», reveló la compañía en un comunicado emitido a los medios.

El helicóptero volaba en condiciones muy adversas, con poca visibilidad por causa de la neblina. El piloto, que transportaba a varias jóvenes miembros del equipo de baloncesto de Kobe, falló al monitorear con propiedad la situación climatológica antes de despegar. Los documentos presentados por Vanessa advierten de que Zobayan «no habría operado el helicóptero con la seguridad necesaria y debió abortar un vuelo para el que no se daban las condiciones mínimas de seguridad». Vanessa exige una retribución económica y castigar a los responsables.

Island Express ha suspendido sus servicios desde el accidente y se preparan para hacer frente a una demanda donde se les acusa de contratar a un piloto que volaba un aparato sin el instrumental de navegación necesario para esas condiciones climatológicas (IFR), algo para lo que el helicóptero no tenía licencia.

Trump sobre el veredicto de Weinstein: «Es una gran victoria»

El exproductor de Hollywood tuvo que ser ingresado en el hospital tras conocer la condena

JAVIER ANSORENA
CORRESPONSAL EN NUEVA YORK

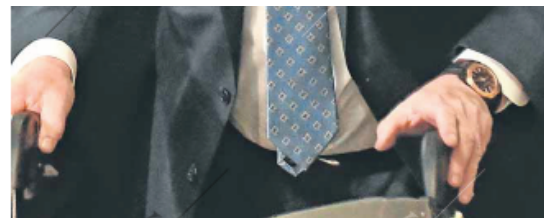
El veredicto de culpabilidad de Harvey Weinstein sobre agresión sexual y violación ha sacudido a EE.UU. y los temblores llegaron ayer hasta India, donde se encuentra de viaje oficial Donald Trump. La reacción del multimillonario neoyorquino era muy esperada. No solo porque es el presidente del país, sino porque él se ha visto envuelto en escándalos abundantes de agresiones sexuales. En la recta final de la campaña que le dio la victoria en las elecciones de 2016, se filtró un vídeo en el que Trump decía que agarraba «por el coño» a las mujeres cuando quería y que «cuando eres una estrella» las mujeres te dejan hacer «de todo».

A partir de ese vídeo y a pocas semanas de que los estadounidenses fueran a las urnas, varias mujeres le acusaron de incidentes sexuales, como tocamientos inapropiados y otros abusos sexuales. Trump lo negó todo y ganó las elecciones. Pero un año después y tras grandes movilizaciones sociales de mujeres, su llegada al poder fue par-

ran a las urnas, varias mujeres le acusaron de incidentes sexuales, como tocamientos inapropiados y otros abusos sexuales. Trump lo negó todo y ganó las elecciones. Pero un año después y tras grandes movilizaciones sociales de mujeres, su llegada al poder fue parte del caldo de cultivo en el que se gestó el movimiento «MeToo», y que se materializó tras las informaciones periodísticas de «The New York Times» y «The New Yorker», con decenas de acusaciones contra Weinstein.

Cuando a Trump le preguntaron ayer los periodistas sobre el veredicto al que fuera «superproductor» de Hollywood, recurrió por instinto defensivo a la pelea política. «Nunca fui un fan de Harvey Weinstein. De hecho, dijo que iba a trabajar duro para derrotarme en la elección», aseguró sobre el peso pesado de Hollywood, que era cercano a los candidatos demócratas y donante de sus campañas. «Le conocía un poco. No mucho. Le conocía porque estaba en Nueva York, pero no era una persona que me gustara», añadió sobre Weinstein, con quien se fotografió sonriente en eventos sociales antes de los escándalos. «Quienes le quería eran los demócratas», dijo, y citó a Michelle Obama y Hillary Clinton, de quienes dijo que «amaban» a Weinstein.

Fue menos político cuando le preguntaron por el fondo del asunto, por el impacto que el veredicto de culpabilidad de Weinstein tendrá sobre las mujeres que tienen miedo a dar un paso adelante y denunciar sus propios casos de acoso o abuso sexual.



Harvey Weinstein, el pasado lunes, en la Corte Suprema de Nueva York

«Desde el punto de vista de las mujeres es algo muy bueno, es una gran victoria y manda un mensaje fuerte», reconoció el presidente.

Noche en el hospital

Trump compartía su reflexión sobre el veredicto mientras el productor caído en desgracia pasaba sus primeras horas desprovisto de libertad en un hospital de Nueva York. Weinstein iba el lunes hacia la cèlebre -e infame- prisión de Rikers Island, en una isla entre los distritos neoyorquinos de Queens y el Bronx, un centro correccional donde la mayoría de los presos esperan a su juicio o cumplen condenas de menos de un año. A medio camino tuvo que ser trasladado al hospital de Bellevue, en Manhattan. Sufrió dolor en el pecho, y su principal abogada en el juicio, Donna Rotunno, aseguró que tenía hipertensión y palpitaciones cardíacas.

CÁRCEL
Se enfrenta a una pena de entre 5 y 29 años por agresión sexual y violación

Su defensa trató de convencer al juez del caso, James Burke, para que le concediera la libertad bajo fianza por cuestiones médicas, pero la petición fue denegada. Al cierre de esta edición, Weinstein seguía en una unidad especial para detenidos del hospital y esperaba la visita de su equipo legal, que asegura que sufre diversas dolencias de entidad, como una operación de espalda que no salió bien y problemas cardíacos crónicos.

Weinstein, de 67 años, tendrá que volver a los juzgados el 11 de marzo, cuando comience la fase de sentencia, que podría mandarle a prisión entre 5 y 29 años. Pero ahí no acabará su pesadilla: tiene cargos por delitos sexuales relativos a dos incidentes en Los Angeles, en un proceso judicial para el que todavía no hay fecha de comienzo pero que podría extender su paso por la cárcel.

La actuación de Shakira y Jennifer Lopez en el intermedio del partido ratifica el auge de la herencia hispana en Estados Unidos

Super Bowl, el contrapeso latino a Trump

PABLO X. DE SANDOVAL
Los Angeles

La champeta

Fueron 14 minutos de "puro furor", según la crítica de *Variety*. "Uno de los espectáculos con más energía y más entretenidos de la Super Bowl en años", ha escrito *The Hollywood Reporter*. "El glorioso sonido poliglota de América en 2020", dice el crítico de *Los Angeles Times*. "Grandioso", comenta *Rolling Stone*. El arrollador espectáculo de Jennifer Lopez y Shakira el domingo en la Super Bowl ha generado mayor impacto en la conversación nacional de EE.UU. que la victoria de los Kansas City Chiefs sobre los San Francisco 49ers. Por primera vez, dos artistas latinas tuvieron el escenario del acontecimiento televisivo del año para ellas solas. Lo que vieron 102 millones de norteamericanos en el intermedio del partido no fue una rareza de minorías, sino una acertada representación de la realidad de su propio país, en un momento además de especial necesidad para los latinos.

El éxito de Lopez *Let's Get Loud* ("Hagamos ruido", en traducción libre) lo comenzó a cantar su hija Emme, de 11 años. Shakira tocaba la batería. Entonces Lopez apareció con las banderas de Puerto Rico y EE.UU. y gritó, "¡latinos!". La canción ya tenía otro significado en ese momento. Por si alguien no lo estaba pillando, Emme empezó a cantar *Born in the USA*, de Bruce Springsteen.

Las personas de herencia hispana en Estados Unidos suman 50 millones de personas y están alcanzando sus mayores hitos en el momento de mayor reacción

alcanzando sus mayores hitos en el momento de mayor reacción del Estados Unidos conservador contra esta comunidad. La elección de Donald Trump como presidente es quizá la mayor expresión de desprecio hacia los hijos y nietos de inmigrantes latinoamericanos en décadas. Trump no ha dejado de hacer evidente esa tensión cada día de su presidencia. Al mismo tiempo, la música en español triunfa entre los jóvenes, los directores mexicanos arrasan en los Oscar y la estrella política del momento es una joven congresista de la misma cultura neoyorquina que Jennifer Lopez.

Ese *Let's Get Loud* que queda para la historia de la televisión llega además justo cuando arrancan las primarias en Iowa y en plena campaña de movilización del voto latino para las elecciones de noviembre. Los números dicen desde hace años que los latinos son un grupo de votantes que por sí solo puede decidir elecciones. Abandonados por los republi-

caribeña que llegó de África

Una terapia, el orgullo champetío, picotero. Eso puede ser, en las palabras que se usan en caribe colombiano, lo que vieron millones de personas en la Super Bowl cuando Shakira balló al ritmo de lo que en Colombia se conoce como champeta. Fueron solo 28 segundos pero podrían ser claves para despertar mayor interés en este género que ha marcado el ritmo del Caribe en los últimos treinta años. "Es un llamado al orgullo a la inclusión y reconocimiento a un género que ha estado excluido. Shakira se la puso al oído al mundo entero lo cual no quiere decir que la champeta sea nueva", dice Ariadna Padrón, gestora cultural cartagenera. Y aclara que el género viene de mucho tiempo atrás.

La champeta procede de los barrios, del ambiente de la verbena popular y no es nueva. Tampoco es sonido homogéneo, de hecho, lo del domingo no es estrictamente champeta sino *soukous*. En todo caso, y bajo el nombre que sea refleja la historia africana y los caminos que tomó al llegar al Caribe colombiano. "El sonido de la champeta está directamente relacionado con el de la

champeta está directamente relacionado con el de la rumba congoleña y de Zaire, al *soukous* de África central. Es el mismo compás. En su sonido el gran protagonismo es de la guitarra y de cierta organeta Cassio que hace efectos de sonido", explica el periodista musical Jaime Monsalve, de Radio Nacional de Colombia. / C. OJUEANDO

canos en un tema muy sensible como la inmigración, que afecta a sus familias y amigos, los votantes latinos favorecen a los demócratas. Sin embargo, la falta de movilización es una fuente constante de frustración de los estrategas políticos. Este es el año en el que eso tiene que cambiar.

"Que dos latinas hagan esto en este país y en este momento, nos da mucho poder", decía Lopez en una rueda de prensa de presentación del *show*. "Estoy muy orgullosa de ayudar a establecer ese



Shakira y Jennifer Lopez, en su actuación durante el intermedio de la Super Bowl en Miami. / A. WESS (AFP)



Jennifer Lopez canta con su hija Emme Maribel Muñoz. / ELSA (AFP)

Lopez: "Que dos latinas hagan esto en este momento nos da mucho poder"

Shakira: "Es un gusto ver que será un recordatorio de la diversidad del país"

mensaje y hacerlo avanzar". Shakira añadió que "es un momento muy importante para la comunidad latina en este país". "Creo que la Super Bowl es un evento muy americano, lo más americano que hay. Es un gusto ver que va a ser un recordatorio de la herencia de este país, que es una herencia de diversidad", dijo Shakira. "Este *show* va a tener una connotación social importante". El espectáculo estaba producido por Roc Nation, la compañía del magnate del rap Jay-Z. La liga

NFL acudió a Jay-Z después de las críticas por contratar a Maroon 5, un grupo de puro pop blanco, para la Super Bowl del año pasado en Atlanta, donde bule un nuevo *hip hop*. El encargo era que la empresa de Jay-Z ayudara a la NFL a estar más en sintonía con la realidad norteamericana. Básicamente, a darse cuenta de cosas como que el *hip hop* es la música *mainstream* de Estados Unidos hace años. En una entrevista con *The New York Times*, el

Unidos hace años. En una entrevista con *The New York Times*, el ejecutivo de Roc Nation Juan Perez decía: "Alguien tiene que dar una patada a la puerta y recibir el primer tiro. Nosotros somos esa empresa".

Si para un *show* en Atlanta habría sido conveniente llevar estrellas del *hip hop*, para el de Miami (70% de población de herencia hispana), Jay-Z buscó a dos superestrellas latinas. Jay Z le había pedido personalmente a Gloria Estefan, primera latina en actuar en la Super Bowl en 1992, que saliera también en la actuación, según reveló ella misma en una entrevista con *ET*. La cantante, verdadero símbolo de la élite latina de Miami además de mentora de Shakira, rechazó la oferta porque supone mucho estrés y meses de preparación. "Lo he hecho dos veces. Creo que las dos mujeres que lo van a hacer son perfectas para representar a Miami".

MÁS INFORMACIÓN EN LA PÁGINA 36

- Documento 5: ABC de Sevilla, 7 de febrero de 2016, p. 62.

62 INTERNACIONAL

DOMINGO, 7 DE FEBRERO DE 2016 ABC
abcde Sevilla.es/internacional

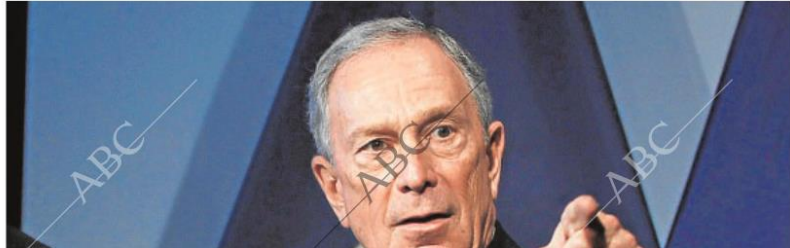
Primarias en Estados Unidos Los otros partidos

Los ochocientos aspirantes que nunca ocuparán el Despacho Oval

► 2016 es el año soñado para los candidatos independientes a la Casa Blanca

JAVIER ANSORENA
CORRESPONSAL EN NUEVA YORK

Las elecciones presidenciales en EE.UU. son cosa de dos. La última vez que un inquilino de la Casa Blanca no era del partido demócrata o del republicano



- ABC de Sevilla, 11 de febrero de 2016, p. 11.

56 INTERNACIONAL

JUEVES, 11 DE FEBRERO DE 2016 ABC
abcde Sevilla.es/internacional

Primarias en EE.UU. Los republicanos

Así va la carrera de los candidatos republicanos



Trump se convierte en favorito frente a un partido dividido

► Los republicanos afrontan las primarias confirmación de un imparable Trump y la tumba de la mayoría de rivales, y del mismo establishment de siempre



- ABC de Sevilla, 1 de marzo de 2016, p. 52.

52 INTERNACIONAL

MARTES, 1 DE MARZO DE 2016 ABC
abcde Sevilla.es/internacional

Primarias en EE.UU. Los conservadores

MANIOBRAS INTERNAS

Varios cargos electos republicanos rechazarán a Trump si obtiene mayoría

M. ERICE WASHINGTON

El Súpermartes, tradicional cita en la que las primarias estadounidenses empiezan a ser realmente de ámbito nacional, con una decena

La esposa de Marco Rubio, a ABC «Mi marido va a ser el primer presidente hispano de EE.UU.»

► Jeanette Rubio afirma que su esposo ganará «por sus principios»



- Documento 6: *El País*, 4 de febrero de 2020, p. 3.

Martes 4 de febrero de 2020

ELPAÍS 3

'IMPEACHMENT' CONTRA TRUMP

INTERNACIONAL

Los demócratas llaman en la recta final del juicio a plantar cara "a la tiranía"

YOLANDA MONGE, Washington
Mientras la campaña electoral de 2020 comenzaba oficialmente en Iowa y muchos votantes vivían ajenos al juicio político que se celebra contra Donald Trump, en el Senado de Estados Unidos se presentaron ayer los argumentos finales por parte de la

acusación (demócrata) y la defensa del presidente que se enfrentan en el *impeachment*. Pese a que todo apunta a que la mayoría republicana en la Cámara garantizará a Trump la absolución, los demócratas declararon la necesidad de condenar al presidente para "plantar cara a la tiranía".

¿Quién iba a decir que hacer historia podría ser tan tedioso? El senador Bernie Sanders, que debía estar en Iowa pero tuvo que quedarse en Washington para la argumentación final de las partes, bostezaba sin complejos. Apatía y languidez han sido la tónica general desde que la destitución del mandatario pasó de la Cámara de Representantes al Senado

de la acusación y argumento de la defensa, sus señorías se fueron a comer. Regresaron pronto. Antes del almuerzo, los llamados fiscales del *impeachment* (los siete congresistas demócratas que defienden la causa abierta contra Trump) resumieron las dos semanas de proceso en varias ideas. Que Trump sigue siendo un peñón herido para la comunidad na-

por encima de la ley", declaró con acento pero en español la demócrata Silvia García.

Cuando el Senado paró para comer, Trump aprovechó para dar su opinión sobre el juicio. En Twitter, se preguntaba por el informante que desencadenó su impugnación, al revelarse que el presidente había pedido a su homólogo ucraniano, Volod-

por California al frente de la acusación] se INVENTA mi conversación con el presidente de Ucrania??? ¿Por qué la Cámara [de Representantes] no ha hecho su trabajo? Y muuuucho más".

No todos usaron el receso de la comida para alimentarse. Lisa Murkowski y Joe Manchin, ella senadora republicana y él, demócrata, conversaban entre ellos con las cabezas casi pegadas. La republicana, a la que se observa de cerca debido a que su voto puede fluctuar y cambiar de bandada, no tiene todavía decidido qué hará mañana cuando se produzca la votación final. No se sabe si Murkowski se decantará por votar a favor o en contra de destituir a Trump. También es desconocido el voto de Manchin, senador de West Virginia.

Esta semana está cargada de fechas relevantes. Desde los caucus de Iowa hasta la votación final del *impeachment* pasando hoy por el discurso presidencial sobre el Estado de la Unión. A él

conde la preocupación que existe sobre que sus comentarios puedan ponerle en una situación comprometida, ya que entre algunos miembros de las filas republicanas existe la idea de que el magnate actuó de forma inapropiada, aunque no creen que esa conducta merezca un *impeachment*.

Trump no será el único presidente de EE UU que acudirá al discurso del Estado de la Unión mientras es sometido a un juicio político. Lo mismo le sucedió a Bill Clinton en 1999. En ningún momento Trump se planteó cancelar su comparecencia ante el Congreso y la nación. "Lo voy a hacer", dijo en la cadena Fox el presidente poco antes de que comenzara la famosa Super Bowl en la noche del domingo. "Voy a hablar de todos los logros que hemos conseguido", finalizó.

Como si de un viaje en el tiempo se tratara, en el espacio de la defensa compareció Kenneth Starr, el fiscal especial que lideró la investigación sobre la vida sexual de Bill Clinton que le llevó a su *impeachment* en 1998. Starr

- Documento 7: *El País*, 1 de marzo de 2020, p. 8.

ELPAÍS

Domingo 1 de marzo de 2020

INTERNACIONAL



varias mujeres disponen las urnas para las primarias, ayer en Columbia (Carolina del Sur). / M. ROUPPE (AP)

Un grupo de mujeres negras, electorado clave en Carolina del Sur, se organiza para incentivar el voto en ese Estado

La columna vertebral del Partido Demócrata

YOLANDA MONGE, Marion (Carolina del Sur)

Gola y el popular Walmart son los cafeterías de Marion, a más habitantes. En 2016, el voto negro

Trump trata de influir en las primarias

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, irrumpió el pasado viernes en la campaña de primarias de Carolina del Sur a pesar de que el Partido Republicano no está en las papeletas. Quiso mandar un mensaje, incluso dudando de la legalidad electoral del mismo. Donald Trump puso en marcha la llamada Operación Caos.

Debido a que no es necesario estar registrado como votante de ningún partido para poder votar en este Estado sureño, el presidente pidió a sus fieles que ayer acudieran en masa a votar por Bernie Sanders, el senador por Vermont que se autodenomina "socialista demócrata". Con esa maniobra tenía dos objetivos: echar de la carrera a Joe Biden y lograr que el nominado del Partido Demócrata para medirse con él en las presidenciales sea el hombre que, según las encuestas, tiene pocas posibilidades de derrotarle en noviembre.

La fundadora, Bernice Scott, acude a encuentros en casas o escuelas entre sus quehaceres diarios y asegura que ellas saben muy bien lo que sucede y lo que se necesita en sus comunidades. "Somos las mujeres hablando a otras mujeres sobre política y la importancia de esta elección", asegura Scott.

"Nuestro país no se puede permitir cuatro años más de Donald Trump", interrumpe Temperance Rollins, de 72 años, en su descanso de la tarde mientras empaqueta comestibles en Walmart. Entre cigarrillo y cigarrillo, la señora Rollins admite que ellas son la vieja guardia del partido demócrata, que apoyaron en 2008 a Hillary Clinton frente al entonces senador Barack Obama, aunque este ganó a la ex primera dama por más de 25 puntos. En 2016, los resultados fueron muy diferentes y Clinton obtuvo casi 50 puntos más en las primarias que su contrincante Bernie Sanders.

Un muro de contención

Rollins forma parte de lo que se conoce como la migración inversa. Regresó a Marion después de vivir en Nueva Jersey, adonde en 1950 la condujeron sus padres expulsados por el racismo. Quiere morir en el sur. Y quiere que Joe Biden sea el muro de contención tanto de Trump como del resto de los candidatos demócratas.

Las mujeres más jóvenes que comparten tabaco con Rollins no son partidarias del veterano

- Documento 8: ABC de Sevilla, 9 de febrero de 2020, pp. 58-59.



- Documento 9: ABC de Sevilla, 16 de febrero de 2020, p. 54.

54 INTERNACIONAL DOMINGO, 16 DE FEBRERO DE 2020 ABC abcsevilla.es/internacional

Trump prepara medidas para cortar la injerencia de Rusia en Venezuela

► Tanto el Gobierno como la oposición en EE.UU. prometieron a Guaidó sanciones para penalizar al Kremlin por su intervención

DAVID ALANDETE
CORRESPONSAL EN WASHINGTON 

En todas las reuniones que tuvieron recientemente en Washington Juan Guaidó y su equipo con altos funcionarios de la Casa Blanca, incluido el presidente Donald Trump, y con diputados y senadores demócratas y republicanos en el Capitolio, se llegó a un consenso generalizado, una certeza que va a motivar una serie de duras sanciones que el Gobierno estadounidense planea anunciar en días venideros: el verdadero jefe del régimen de Nicolás Maduro, es Rusia, que se dispone a invertir 5.000 millones en la extracción de petróleo y 1.000 millones en la minería del oro y los diamantes de



Ejemplares en ruso de un libro sobre Hugo Chávez, durante la Feria Internacional del Libro de Venezuela

- Documento 10: *El País*, 2 de febrero de 2020, p. 8.



El senador republicano Mitt Romney abandona el viernes el Senado. / SHAWN THEW (AFP)

Tras toda una v política, Susan Senado de Est 1996, lo que se tró parte del a ment, contra Bill cana moderada 1999 a favor de: crata de los carg a la justicia y al los que se le act

Quizá el vers tro de todo el Pi no, Collins es e que se giran te cuando hay vo polémicas. Ron el presidente tumbar la ley rack Obama e que el magnate hacia el famoso tera con Méxic

Estos últimc de voz de su te greso se ha ller insultantes y am na de muerte, q venir a la policia dad de que vota comparecieran ceso contra el p

Aunque es c ques contra la: hará resalida

8.2. Anexo II: Publicaciones completas (por orden alfabético según la autoría)

- David Alandete, corresponsal en Washington
 - Documento 1: ABC de Sevilla, 2 de febrero de 2020, p. 60.

60 INTERNACIONAL

DOMINGO, 2 DE FEBRERO DE 2020 ABC
abcde Sevilla.es/internacional

Trump salva su presidencia y se hace con el control total del Partido Republicano

► Cómo el presidente consiguió el fracaso del tercer *impeachment* de la Historia

DAVID ALANDETE
CORRESPONSAL
EN WASHINGTON



Faltaban 20 minutos para las seis de la tarde del viernes y el líder de la mayoría republicana en el Senado de EE.UU., Mitch McConnell, miraba al frente sentado en su pupitre, con los brazos cruzados y una sonrisa de satisfacción en la boca. El magistrado del Tribunal Supremo, John Roberts, que preside el juicio político contra Donald Trump en el Senado, acababa de llamar a votar a la senadora de Alaska Lisa Murkowski. «No», había dicho esta. Ese voto acaba de condenar al fracaso el tercer *impeachment* de la historia de EE.UU. McConnell, un viejo zorro que lleva trabajando los pasillos del Capitolio desde 1985, era consciente de que acababa de salvar la presidencia de Trump con una labor de equilibrio político que pasará a los libros de Historia.

Cuando la defensa de Trump acabó sus alegatos el martes, las cosas no es que pintaran bien para el presidente. Un libro de memorias escrito por el consejero de Seguridad Nacional al que despidió en septiembre, John Bolton, filtrado a la prensa, le acusaba de haber cometido un delito de abuso de poder al chantajear a Ucrania para que investigara al político demócrata Joe Biden. Decía Bolton en el libro que él fue testigo de esos hechos y sus abogados comunicaron al Capitolio que estaba dispuesto a declarar, si se llamaban.

Un juicio político como el que se celebra en el Senado es algo poco común. Sólo ha habido tres en toda la Historia. No hay reglas fijas. Los senadores votan, por mayoría simple, qué hacer. En un principio, el 21 de enero acordaron dar un turno de tres días a la fiscalía, otros tres a la defensa, dos jornadas de preguntas y respuestas y después votar si necesitaban testigos o no. Y de repente, cuando debían decidir sobre los interrogatorios, un halcón neoconservador empleado por todos los presidentes republicanos desde Ronald Reagan, se ofrecía a testificar contra Trump.

Por unos días, el Partido Republicano pareció quebrarse. Trump nunca ha escondido su desprecio por la generación de funcionarios y diplomáticos que sirvió en los años de George Bush hijo, incluido Bolton. Los presentadores y contortulios estrella del canal Fox News se pusieron del lado del presidente, que se lamentó de haber fichado a Bolton: «Si por él fuera ya habríamos comenzado la III Guerra Mundial». Otros se atrevieron a defender al despedido con-

Trump y su esposa Melania, antes de ir a su casa a Florida



sejero de Seguridad Nacional, como el que fue segundo jefe de gabinete de la Casa Blanca con Trump, también despedido, John Kelly: «Conozco bien a John Bolton, y no mientes».

Miedo a Twitter

Lo que dijeran unos y otros, sin embargo, era algo secundario, ya que quienes debían decidir sobre la suerte de Trump eran los 53 senadores republicanos, que debían votar el viernes sobre si llamaban a testificar a Bolton o no. La gran mayoría defendió al presidente inmediatamente, y lo dejaron claro en el turno de preguntas y respuestas, empleando sus intervenciones, presentadas todas por escrito, para criticar a la Fiscalía, que ejercen los demócratas.

McConnell, el líder del partido en el Senado, fue contando votos y el miércoles le notificó a la Casa Blanca que carecía de los suficientes para impedir que los demócratas se salieran con la suya. Había al menos cuatro republicanos que se decantaban por aceptar los interrogatorios. Trump temía que el testimonio de Bolton, que es la antítesis de los demócratas, un conservador de pro, cambiara pareceres en su propio partido. Es cierto que para destituirle en el voto final, que se producirá el miércoles, 20 senadores republicanos deberían sumarse a los demócratas, algo poco probable.

Entre jueves y viernes, McConnell se puso manos a la obra. En unas agónicas horas, mientras el juicio seguía su curso en el Capitolio, el senador trató de convencer a los cuatro rebeldes en sus filas con todo tipo de argumentos, que luego saldrían a la luz por medio de declaraciones y comunicados: no hay pruebas de la culpabilidad de Trump; si las hay no es un delito grave; aunque fuera un delito grave no le hace merecedor de la destitución; aunque sea merecedor de la destitución, el hecho de expulsarle rompería el país en dos. Ya en la madrugada del viernes, uno de los cuatro discólos, Lamar Alexander, anunció en un comunicado que se opondría a llamar a testigos.

Quedaba entonces el riesgo de un empate: 50 senadores a favor y 50 en contra. Tanto republicanos como demócratas se preguntaron si el magistrado Roberts, que preside el juicio, podría romper el empate. Es un juez al que nombró Bush hijo, considerado conservador; pero que en 2015 salvó la reforma sanitaria de Barack Obama. Roberts reunió a ambas partes y les comunicó que no lo haría.

La mañana del viernes, McConnell se dedicó a tratar de convencer a los últimos tres discólos —Mitt Romney, Susan Collins y Lisa Murkowski con los mismos argumentos. Con uno sólo que entrara en el redil bastara. Finalmente fue Murkowski, quien al razonar su voto dijo: «No existen garantías de que este juicio vaya a ser justo, por lo tanto no vale la pena prolongarlo». Romney y Collins votaron con los demócratas.

Las claves del final del juicio político

Miércoles, exonerado

La votación final del juicio político a Trump tendrá lugar el miércoles por la noche. Sólo una supermayoría de dos tercios hubiera podido destituirle.

Antes, discurso clave

En un principio Trump quería quedar absuelto antes del discurso del Estado de la Unión, que pronuncia en el Capitolio el martes. No podrá ser así.

Desazón demócrata

El líder demócrata en el Senado, Chuck Schumer: «Los americanos saben que eso no fue un juicio, sin testigos y sin pruebas. Lo que es una tragedia nacional».

Reacción del presidente

Trump no habló a la prensa en dos apariciones públicas que tuvo en la Casa Blanca el viernes. En Twitter sí denunció ser víctima de «una caza de brujas».

Guerra por el libro

La Casa Blanca trata ahora por todos los medios de que John Bolton no publique su libro en marzo, alegando que revela secretos de estado.

Días de fiesta

El presidente está en Florida. Tras jugar ayer al golf en uno de sus campos, hoy celebra una fiesta con invitados para ver la Super Bowl, la final de la NFL.

- Documento 2: ABC de Sevilla, 6 de febrero de 2020 (pp. 48-49).



Trump recibe al presidente encargado de Venezuela con todos los honores

► La Casa Blanca dice que anunciará nuevas sanciones a Maduro en el plazo de un mes

D. ALANDETE
WASHINGTON

El presidente encargado de Venezuela, Juan Guaidó, fue recibido ayer con honores de jefe de Estado en la Casa Blanca, donde mantuvo una reunión de media hora con Donald Trump. El mandatario estadounidense acudió a recibir a Guaidó hasta la puerta de su residencia, flanqueado por soldados de la guardia de honor, que portaban 50 estandartes con otras tantas banderas, las de los estados que conforman la Unión. Juntos, caminaron hasta el Despacho Oval, donde se reunieron a puerta cerrada con sus equipos.

Como los jefes de Estado o Gobierno invitados personalmente por el presidente de EE.UU., Guaidó se aloja en la Casa Blair, una de las mansio-

nes con mayor historia de Washington, donde se han alojado hasta reyes. De su fachada pendía ayer la bandera venezolana, la primera vez que esto sucedía en décadas.

Según dijo un alto funcionario de la Casa Blanca ayer, Trump le comunicó a Guaidó que prepara nuevas sanciones y medidas de presión contra el régimen de Maduro, que espera anunciar en el próximo mes. Además, le aseguró que si el régimen de Maduro intenta detenerle a su regreso a Venezuela, «sufrirá graves represalias». «Hay quienes han querido escribir el obituario de Guaidó, cuando el único obituario que hay que escribir ahora es el del régimen de Maduro», dijeron esas mismas fuentes.

Tras ser el invitado de honor de Trump al discurso del Estado de la Unión, Guaidó fue recibido ayer en el Capitolio por el vicepresidente de EE.UU., Mike Pence, y los senadores Rick Scott y Marco Rubio, que le han

apoyado en su campaña para intentar descabalar a Maduro del poder.

No podía haber un cierre de la gira internacional de Guaidó más contundente y efectista, con reuniones del más alto nivel y un cara a cara con el presidente Trump y su equipo. Las dudas sobre el apoyo de la Casa Blanca a los opositores al régimen de Maduro, que sembró especialmente la salida de John Bolton del puesto de Consejero de Seguridad Nacional, han quedado completamente disipadas.

Alto nivel
El presidente encargado, Guaidó, se vio también con el vicepresidente en el Capitolio

Antes de Guaidó se vio con Trump el comisario venezolano Iván Simonovis, que fue preso político durante más de 14 años. Simonovis le

dió a Trump una carta en la que le pide que incremente la presión sobre el régimen de Maduro, para precipitar su salida inmediata. «Le he dado al presidente Trump las gracias por su gran apoyo, y le he pedido que justo ahora, haga lo posible para que caiga el tirano», añadió.

- Documento 3: ABC de Sevilla el 6 de febrero de 2020, p. 50.

La exoneración total en el *impeachment* enardece a un Trump ya en campaña

► El senador republicano Mitt Romney rompe filas y vota a favor de destituir al presidente

DAVID ALANDETE
CORRESPONSAL
EN WASHINGTON



El Senado de Estados Unidos exoneró ayer a Donald Trump de los cargos de abuso de poder y obstrucción de las investigaciones del Congreso, justo un día después de que el presidente se reivindicara en su discurso anual del Estado de la Unión. Un sólo republicano se sumó a los demócratas, y lo hizo para condenarle por sólo uno de los dos cargos que se le imputan, algo que por fútil no dejó de ser polémico en el partido. El voto final demuestra lo dividida que está esta nación, enfrentados los dos márgenes del espectro político hasta en algo tan grave como la amenaza de destituir a un presidente.

Tanto es así, que aunque ayer acabaron oficialmente cinco meses de pesquisas por el *impeachment*, los demócratas mantienen que seguirán investigando al presidente en el Capitolio por los múltiples delitos que le atribuyen. Sobre todo después de que el que fue consejero de Seguridad Nacional de la Casa Blanca hasta septiembre, John Bolton, haya escrito un libro en el que acusa a Trump directamente de las graves faltas de las que ayer fue exonerado. Ese libro, si es que ve la luz finalmente, no será publicado hasta marzo.

Los republicanos cerraron filas tras el presidente y, al ser mayoría en el Senado, condenaron el proceso al fracaso. Se necesitaban 67 votos de 100 para destituir a Trump, una supermayoría muy lejos del alcance de los demócratas, que comenzaron sus investigaciones en septiembre. En el cargo de abuso de poder, todos los republicanos menos uno, 52 en total, votaron a favor de exonerar a Trump. La acusación de obstrucción de las pesquisas del Congreso también fracasó por 53 votos, todos los de los republicanos.

El veredicto estaba cantado desde que el viernes pasado los republicanos abortaran el intento de llamar a testigos en este proceso de *impeachment*, condenándolo al fracaso. En su discurso del Estado de la Unión del martes, el presidente Trump no habló ni en una sola ocasión del *impeachment*. Optó por ignorarlo, centrándose en la economía y sus reformas migratorias, para marcar distancias con la oposición. «América debería ser un santuario para los americanos que cumplen la ley, no para delincuentes extranjeros», dijo el presidente, que llegó al hemiciclo entre



El senador republicano Mitt Romney, ayer en el Capitolio en Washington

cánticos de «¡cuatro años más!», profiridos por diputados de su partido. Esa unidad republicana sólo la interrumpió ayer el senador conservador Mitt Romney, al anunciar su voto a favor de condenar a Trump por los delitos que se le imputan. «La cuestión que los senadores deben responder es si el presidente cometió unos delitos tan escandalosos que se pueden considerar graves, merecedores de la destitución, y la respuesta es que sí», dijo ayer Romney en un discurso en el Senado, antes del voto.

La portavoz de la Casa Blanca, Stephanie Grisham, dijo en un comunicado que el presidente «no es culpable». «El Senado votó a favor de rechazar esos cargos sin sentido, y sólo los

adversarios políticos del presidente, todos demócratas y un candidato republicano fallido optaron por apoyar esas invenciones», dijo.

Después, uno de los hijos del presidente, Don Jr. dijo que el senador Romney, que fue candidato a la presidencia en 2012, debería ser expulsado del Partido. La campaña para la reelección de Trump ya cantó victoria y en un comunicado dijo ayer que para los demócratas, este *impeachment* ha sido «el peor error de cálculo de la historia».

Los demócratas, por su parte, alabaron la decisión del senador Romney, que así se convierte en el republicano más independiente del Senado, un papel que hasta su muerte en 2018 de-

sempeñó el senador John McCain, apodado «el rebelde».

Según dijo el diputado demócrata Adam Schiff, que ejerció de fiscal en el Senado: «Demostré que Trump es culpable, y pregunté si había un sólo senador que podría decir basta. Pedí que al menos uno de los senadores se alzara en contra de un presidente que es peligrosamente inmoral. Que alguno demostrara algo de coraje moral. Alguien que aceptara cumplir su juramento de impartir justicia. Al menos uno de ellos lo ha hecho».

Una excepción

Fue una excepción, dado el apoyo firme del resto del partido. Hasta los senadores más centristas y críticos con Trump, como Lisa Murkowski de Alaska, dijeron que creen que su conducta fue errónea, pero se negaron a votar a favor de destituirlo.

A última hora, tratando de salvar el naufragio del *impeachment*, el senador demócrata Joe Manchin propuso votar una simple censura del presidente por sus presiones a Ucrania para que investigara al ex vicepresidente Joe Biden, que se presenta a primarias. Sólo algunos demócratas se sumaron a esa fútil iniciativa. El presidente, por su parte, se ha centrado en su agenda de gobierno y en su reelección. La semana pasada lanzó su propuesta de plan de paz para Oriente Próximo y firmó el nuevo Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y esta ha recibido al venezolano Juan Guaidó y ha pronunciado su tercer discurso del Estado de la Unión.

Máxima hostilidad entre demócratas y republicanos en el Capitolio

La tensión entre demócratas y republicanos es ya una guerra abierta. En el discurso del Estado de la Unión, Donald Trump se negó a darle la mano a la líder demócrata Nancy Pelosi. Esta, al acabar la alocución, rompió ante los presentes y las cámaras de televisión una copia en papel del discurso. «Lo hice por educación, dada la alternativa», dijo, misteriosa, Pelosi. Este discurso, institucional, ha quedado

tradicionalmente fuera de la contienda política, salvo contadas excepciones. El martes se convirtió en un campo de batalla más entre dos partidos cada vez más enemistados, protagonistas de una guerra calenta e incapaces de ponerse de acuerdo en casi ningún apartado, desde la política migratoria hasta la reforma sanitaria. Fue, en realidad, el pistoletazo de salida de la larga campaña electoral.

- Documento 4: ABC de Sevilla el 7 de febrero de 2020, p. 50.

Un Trump vindicado promete que no habrá olvido ni perdón

► El presidente lamenta el «calvario» al que ha sido sometido por el fallido *impeachment*

DAVID ALANDETI/
WASHINGTON

Ya exonerado, Donald Trump ha optado por no perdonar. La fase de su presidencia posterior al *impeachment* no será una oportunidad para curar heridas y tender puentes con sus críticos y la oposición. Ayer, el presidente lo dejó claro en un discurso en la Casa Blanca: ni olvido ni perdón. Tanto para los demócratas y sus líderes, a los que calificó de «personas horribles», como para aquellos republicanos que le han traicionado o han sido demasiado tibios en su defensa.

Sobre el juicio político en su contra, que duró cinco meses, el presidente dijo ayer que fue «malvado, corrupto, obra digna de las cloacas, plagado de filtraciones y mentiras». «Esto nunca debería haber sucedido, ni debería sucederle a ningún otro presidente nunca», añadió Trump. Una gran parte de su alocución sirvió para exhibir las heridas del *impeachment*, llegando en un momento a pedir perdón a su familia por «haber tenido que padecer tanto». «Esto no era lo que les había prometido, no sabían que después de ganar las elecciones tendría que estar compitiendo de nuevo cada día, en una campaña electoral constantes», dijo el presidente, que atribuyó los cargos que se le imputaron a una operación política de los demócratas que aun no han sido capaces de digerir su triunfo en las elecciones de 2016.

Trump no es una persona dada a hablar de sus emociones ni de su familia en público, pero ayer, en un largo discurso de una hora y veinte minutos de duración, lo hizo, llegando a pedir un aplauso para su mujer, Melania, que subió al escenario, y para su hija, Ivanka. «Lo hemos pasado muy mal en este proceso», dijo, «ha sido un calvario». Antes llamó, uno a uno, a los senadores y diputados republicanos invitados a la Casa Blanca que han sido los principales artífices del fracaso del *impeachment*. Al llegar a la sala Este, donde se celebrará el discurso, el líder de la mayoría republicana en el Senado, Mitch McConnell, recibió una ovación. Trump le dijo: «Has hecho un trabajo excelente».

Uno a uno, Trump fue llamando a diputados y senadores, un pequeño grupo de la bancada republicana que ya cuenta con su bendición, políticos que este año o dentro de dos o cuatro se enfrentarán a la reelección y saben que cuentan con el respaldo de la gran maquinaria electoral y de relaciones públicas del presidente. «Ha-



Donald Trump, ayer en la Casa Blanca al pronunciar su discurso

béis sido unos luchadores incansables, unos luchadores tremendos. Os tengo que dar las gracias por este excelente resultado», dijo.

Contra Romney

Más importantes, sin embargo, fueron las referencias a aquellos que no estaban presentes. No mencionó el presidente con nombre y apellido a Mitt Romney, único senador republicano que votó a favor de destituirle en el im-

peachment. «Hay quienes se apoyan en su religión como si fuera una muleta para justificar sus fechorías», dijo el presidente. «Lo cierto es que es un candidato fracasado, el artífice de la peor campaña a la presidencia de la historia», añadió. Romney, que es mormón, justificó su voto negativo contra Trump en que su fe le impide mentir y, en este caso, incumplir su promesa de ser un juez parcial en el Senado.

De Nancy Pelosi, la presidenta de

Agradecimiento a los fieles del Partido Republicano
«Habéis sido unos luchadores incansables, unos luchadores tremendos, sin vosotros esta victoria no hubiera sido posible»

Ataques a los demócratas por abrir el juicio político
«Esto ha sido un proceso malvado, corrupto, obra digna de las cloacas, plagado de filtraciones y mentiras. Nunca debería haber sucedido»

Una oración más bien política

El Desayuno de Oración Nacional, que se celebra cada año desde 1953 y al que acuden el presidente, ministros, diputados, senadores y mandatarios extranjeros, suele ser un acto institucional y religioso en el que la política se suele dejar a la puerta. Ayer, sin embargo, Donald Trump quiso emplear su tiempo no para rezar sino para atacar a los demócratas y al único republicano que votó en su contra en el juicio político que culminó el jueves. Tras exhibir portadas de diarios que recogían su exoneración, Trump criticó a la líder demócrata Nancy Pelosi por decir que rezaba por él. «No me gustan que digan que rezan por mí cuando no lo hacen», dijo. Sobre el senador republicano Mitt Romney, el presidente añadió: «Tampoco me gusta que justifiquen sus decisiones espúreas en la religión». Romney, que es mormón, dijo el jueves que votaría en contra del presidente porque su conciencia y su religión le obligaban a ello. «Han hecho todo lo posible para destruirnos y, al hacerlo, han perjudicado gravemente a la nación», añadió el mandatario, acusando a los demócratas de anteponer sus propios intereses políticos a los del país. «Mi familia, nuestro gran país y vuestro presidente han sido sometidos a un terrible calvario por unas personas deshonestas y corruptas», aseguró.

la Cámara de Representantes y líder demócrata, responsable de poner en marcha el *impeachment*. Trump dijo que es «una persona horrible». «Dice que reza por mí, si reza es para que me vaya mal. De hecho no creo que recen nada de nada», dijo el presidente.

Trump estaba ayer satisfecho, por primera vez en mucho tiempo, con la cobertura que los medios de comunicación han hecho de su exoneración en el juicio político. En un momento enseñó la primera plana del diario «The Washington Post» en la que se leía a toda página: «Trump, exonerado». «Creo que es el único titular positivo que el Post ha publicado sobre mí», dijo, sonriendo, el presidente.

En su larga alocución, Trump denunció que es víctima de una gran conspiración de una suerte de estado profundo, integrado por agentes del FBI ya despedidos compinchados con los demócratas, para revertir los resultados de las elecciones de 2016.

- Documento 5: ABC de Sevilla, 9 de febrero de 2020, pp. 58-59.

Un Trump pletórico comienza ya a pelear para asegurarse la segunda legislatura

► El presidente inicia una purga de altos funcionarios que testificaron contra él

DAVID ALANDETE
CORRESPONSAL
EN WASHINGTON



Las puertas de la sala Este de la Casa Blanca se abrieron el jueves a las 12.20, y, mientras sonaba el himno del presidente, Donald Trump entró desde el vestíbulo de su residencia convertido en otra persona, alguien distinto, visiblemente aliviado, con ganas de revancha y por fin dispuesto a hablar. Los diputados y senadores republicanos, los ministros en pleno, sus abogados y sus familiares le recibieron de pie con un aplauso que duró casi dos minutos. Para Trump, en aquel momento bien podía comenzar su presidencia.

Así lo dijo, en un momento de sinceridad, el presidente, tras una alocución improvisada de dos horas, en la que no usó teleprompter ni más notas

que una lista de los 200 asistentes. «Yo lo que quería era presentarme a presidente y, si ganaba, iba a hacer un gran trabajo. No me imaginaba que iba a ganar y, ya aquí, iba a tener que seguir compitiendo, peleándome para ganar, una y otra vez. Cada semana, otra vez», dijo Trump.

Sin hacer prisioneros

No más. Trump ha decidido que ya no va a seguir compitiendo. Va a ir a por todas, sin hacer prisioneros. El viernes, tres despidos: el de su embajador ante la Unión Europea; el del teniente coronel que supervisaba la política hacia Ucrania en el Consejo de Seguridad Nacional, y el del hermano gemelo de este último, por si acaso. Los dos primeros fueron testigos de los demócratas en el juicio del *impeachment*. Probablemente habrá más bajas en esta purga que el presidente justifica en la necesidad de tener a su lado gente de confianza.

El presidente número 45 de los Estados Unidos es asípico hasta en sus problemas. Es el primero en más de un siglo en ser sometido al juicio político antes de que acabe su primer mandato. Ha logrado salir indemne de los dos cargos en su contra sin que el Senado haya tenido que llamar a un solo testigo. Y todo este proceso, que él ha calificado ya varias veces de «calvario», le ha servido, contra todo pro-

«Alivio total»

Fin de los días de silencio

Durante las dos semanas que duró el juicio político en el Senado, el presidente mantuvo en público un tono más bien serio, reduciendo al máximo sus conversaciones con la prensa, que antes eran frecuentes. Eso acabó esta semana. Sólo el jueves, Trump hizo declaraciones en tres ocasiones diferentes.

Una tregua con la prensa

Una de las decisiones más provocadoras de Trump fue cancelar hace meses la suscripción de la Casa Blanca a diarios nacionales como The

Washington Post. Sin embargo, el jueves, al cantar victoria, Trump sacó un ejemplar de ese diario en el que se leía: «Absuelto». «Por una vez, me tratan bien», dijo el presidente.

Desatascando las tuberías

Al ser preguntada la Casa Blanca por los despidos del viernes, un portavoz dijo que la política oficial es no comentar asuntos relativos a recursos humanos. Un asesor del presidente dijo que esas expulsiones son en realidad «un lavado de tuberías».

Cena de gala

El presidente reunió ayer a los gobernadores de EE.UU. para una cena de gala en la que le acompañó su mujer, la primera dama Melania Trump.



nóstico, por un lado para asegurarse un control de su partido con el que no hubiera soñado ni Ronald Reagan y por otro para doblegar a la oposición hasta reducirla a sus momentos más bajos de la legislatura.

Desde luego, tal y como apuntan sus fieles en la Casa Blanca, a Donald Trump ya le ha pasado lo peor que le podría haber pasado, y ha salido de ello sin un rasguño. La mayor maldición de un presidente es la sección cuarta del artículo segundo de la Constitución, que contempla su destitución tras «ser acusado y declarado culpable de traición, cohecho u otros delitos y faltas graves». Una vez exonerado, Trump considera que tiene carta libre para hacer lo que crea necesario, de ahí la primera ronda de despidos y de ahí una serie de movimientos estratégicos que sólo pueden entenderse como una calculada venganza.

El primero, y más urgente, es derribar a Mitt Romney. El senador de Utah y candidato fallido a la presidencia en 2016 fue el único republicano que el miércoles votó a favor de destituir a Trump.

Está pagando un alto precio por ello. El presidente le llama «perdedor», «traidor» y hasta «hipócrita» a cada oportunidad. El hijo de este ha puesto en marcha una petición para que sea expulsado del partido. Y el Grupo de Conservadores Americanos le ha desinvitado de su conferencia anual, en la que hablará Trump y que tendrá lugar en Washington en dos semanas. Según dice el director de ese grupo, Matt Schlapp, Romney está «en el ostracismo, porque ha perdido toda credibilidad. Debería contratar a muchos guardas de seguridad. No es que le deseemos ningún mal, pero las bases están furiosas». El propio Romney ganó

Sin tregua perdón para Mitt Romney

El único republicano que votó contra el presidente en el Senado está siendo condenado al ostracismo

Tiro por la culata para los demócratas

Uno de los objetivos del presidente es hacer perder las elecciones a senadores demócratas que le reprobaron

en 2012 la encuesta de popularidad de esa misma conferencia, algo que le permitió asegurarse la nominación a la presidencia.

A por los demócratas

La segunda tarea en la lista de cosas pendientes de Trump es asegurarse la derrota en las elecciones de noviembre de algunos demócratas en posición débil por representar a estados socialmente conservadores. Este año no sólo se elige presidente, sino que se renueva la totalidad de la Cámara de Representantes y un tercio del Senado.

El presidente contaba con poder sumar a algunos demócratas centristas al bloque que votó a favor de absolverle en el Senado. Al final, de 100 votos posibles, una minoría de 48 le condenaron en el caso de abuso de poder. Se trata de todos los demócratas, dos independientes y un solo republicano. Entre todos ellos, esos 48 senadores representan a estados con 68,6 millones de habitantes. El resto, 52 senadores republicanos, representan a 56,7 millones de habitantes. Esa diferencia se ha convertido en uno de los lemas principales de los demócratas para seguir censurando a Trump.

Falto de un solo apoyo, mínimo, de la oposición, el presidente ya está ha-

ciendo cálculos. Uno de sus objetivos es el senador demócrata Joe Manchin, que representa a Virginia Occidental, un estado que el presidente ganó en 2016 por casi un 70% de los votos. «Nadie ha hecho más que yo por ese estado», dijo Trump en Twitter, una red social en la que descalificó al senador demócrata por ser «una marioneta» de los líderes de su partido.

Los republicanos en el Senado celebran este fin de semana un retiro en Florida, en el que se reúnen con dirigentes de sus campañas con quienes trazan una estrategia para mantener el control al menos de la Cámara Alta del Capitolio. En 2018 ya perdieron la Baja, o de Representantes, lo que permitió a los demócratas iniciar el proceso de *impeachment*.

Los demócratas, por su parte, se hallan sumidos en sus propias primarias, que de momento son un caos, dados los errores técnicos de los *caucus* de Iowa. Entre las bases, y en algunos medios de la órbita demócrata, ya circula la pregunta de si Trump podría ser juzgado de nuevo, y la respuesta de los juristas ha sido afirmativa. Se puede abrir el proceso de *impeachment* tantas veces como se quiera, la única duda es si a quien más perjudica es el presidente o a los demócratas. Las elecciones lo dirán.

no da cr
tento (c
peachm
nador B
se destit
der prir
asesores
sejo de r
que pas
vimos e
en el Co
las audit
mara de
tantes;?
ba de de

Be
Sa



- Documento 6: ABC de Sevilla, 29 de febrero de 2020, p. 52.

DISCURSO CONTRA EL SOCIALISMO

La gran conferencia conservadora de EE. UU. se pliega ante Trump

DAVID ALANDETE CORRESPONSAL EN WASHINGTON

Una palabra se repite en los discursos de la mayor conferencia conservadora de Estados Unidos, que concluye hoy en Washington con un discurso de Donald Trump: «socialismo». Para combatir el auge de esa ideología política, que abandera el candidato demócrata Bernie Sanders, los asistentes a este congreso conforman lo que han bautizado como «el ejército de Trump», una legión de activistas cuyo objetivo no es otro que asegurarse de que el actual inquilino de la Casa Blanca se queda en ella cua-

tro años más tras las elecciones de noviembre.

Esta conferencia, a la que comúnmente se denomina Cpac por sus siglas en inglés, está consagrada al culto al presidente. Abundan las gorras rojas que él mismo hizo famosas en su primera campaña; las camisetas con su apellido, y todo tipo de estatuas, peluches y muñecos con su semblanza. Ayer participaron en ella su hija, Ivanka, su yerno, Jared Kushner, y varios ministros y asesores. El mensaje de todos fue similar: El presidente Trump necesita cuatro años más para acabar de cumplir sus promesas. «Sólo con

cuatro años más acabaremos de construir el muro con México», dijo Kushner en su intervención.

Cuesta creer que hace apenas cuatro años Trump se negara a participar en esta conferencia por la resistencia de su partido a aceptar sus continuadas victorias en primarias. La inesperada victoria del presidente en 2016 le facilitó no sólo el gobierno sino el control de su partido y de congresos como este. Sus enemigos no pueden ni entrar por la puerta. Un ejemplo: el invitado estrella en Cpac en 2012 fue Mitt Romney, candidato a la presidencia en aquel año. Como hace tres semanas Romney fue el único senador republicano que votó contra Trump en el *impeachment*, este año ha sido declarado persona non grata. Un cartel a la entrada de la sala de conferencias decía ayer: «Romney no es bienvenido porque es conservador sólo de boquilla».

- Documento 7: ABC de Sevilla, 1 de marzo de 2020, p. 56.

Trump moviliza a sus bases para la victoria frente al socialismo

► El presidente clausura con un discurso el mayor encuentro de votantes republicanos

D. ALANDETE
WASHINGTON

En cuatro años, Donald Trump ha transformado completamente la política estadounidense, sobre todo su propio partido y la relación de este con las bases conservadoras. La demostración quedó patente ayer, cuando el presidente fue recibido con una larga y cerrada ovación en la Conferencia de Acción Política Conservadora, la misma de la que se ausentó hace exactamente cuatro años, durante su primera campaña electoral, en protesta por la resistencia que detectaba dentro de las élites del Partido Republicano.

«En estas elecciones defenderemos nuestra fe, nuestra historia, nuestras fronteras y todas las libertades que Dios nos ha dado», dijo ayer el presidente en su discurso, que sirvió de clausura a una conferencia de pago a la que han acudido unas 10.000 personas.

El mayor congreso de votantes conservadores de Estados Unidos, que se celebra anualmente en la zona metropolitana de Washington, le ha brinda-

do un enardecido apoyo a Trump en su campaña para ser reelegido en noviembre. Más si su contrincante es el demócrata Bernie Sanders, que se proclama socialista y que de momento va ganando las primarias en un campo muy dividido. El lema de este congreso ha sido, de forma resumida, el de Trump contra el avance del socialismo en América.

Con Sanders también

En el congreso han participado familiares del presidente, incluidos sus hijos Don Jr. e Ivanka; sus ministros y su vicepresidente, y políticos que le apoyan desde todos los rincones del mundo, incluidos el padre e ideólogo del Brexit, Nigel Farage, quien dijo en un discurso: «Deberíais estar todos trabajando para que gane las primarias demócratas Bernie Sanders, eso es garantía segura de que Donald Trump se quedará en la Casa Blanca».

Cada año en este congreso, conocido como Cpac por sus siglas en inglés, se produce una votación informal sobre quién sería el candidato republicano a la presidencia ideal. Lo curioso es que en 2016 no fue Trump quien ganó, sino el senador Ted Cruz, que le disputaba las primarias. Ayer ese pasado quedó borrado. Cientos de personas lucían las gorras rojas de Trump con el lema de su campaña, «Hagamos América



Donald Trump y su vicepresidente, Mike Pence, en la Casa Blanca ayer

grande de nuevo». El partido Republicano era, más que nunca, el partido de Trump.

Hace ocho años, la mencionaba encuesta la ganó Mitt Romney, candidato perdedor en 2012. Como Romney, ahora senador republicano por Utah, votó contra Trump en el juicio político del impeachment, ayer el presidente le llamó en su discurso «maleante», a lo que la audiencia aplaudió enfervoreci-

da. Hace apenas una década este encuentro de votantes, cuyas entradas cuestan como mínimo 300 dólares (unos 270 euros), iba perdiendo aforo y patrocinadores año tras año. Con Trump, las cosas han cambiado. Este año ha colgado el cartel de completo. «Vaya, como ha crecido este evento, me pregunto por qué», se preguntó el presidente en su discurso. «Trump, es Trump», le respondieron desde la audiencia.

- Javier Ansorena, corresponsal en Nueva York
 - Documento 8: ABC de Sevilla, 5 de febrero de 2020, pp. 48-49.

Pierden todos los candidatos demócratas: el fiasco de los caucus impulsa a Trump

► Los fallos técnicos en Iowa retrasan casi 24 horas el recuento y hacen plantearse si este estado debe seguir siendo el que abre las primarias



JAVIER ANSORENA
ENVIADO ESPECIAL
A DES MOINES (IOWA)

«**E**s una vergüenza», protesta Carrie Barnett, una vecina de Des Moines, la principal ciudad de Iowa. Ayer al mediodía, este apacible estado del Medio Oeste de EE.UU. estaba sumido en el bochorno: casi 24 horas después de que empezaran las votaciones, no había resultados de sus

bio de Des Moines, se juntaron en un templo luterano para elegir a sus delegados estatales. Como en el resto de caucus, los vecinos se dividieron por grupos, cada uno en una parte del salón de la iglesia. Solo los grupos de Bernie Sanders, Pete Buttigieg y Amy Klobuchar eran viables, es decir, tenían al menos un 15% de los participantes. A partir de ese momento, los seguidores de Joe Biden, Elizabeth Warren, Andrew Yang y Tom Steyer tenían que decidir si integraban otro grupo.

«Empieza la batalla», exclamó un voluntario de Warren, aunque en realidad era un mercado persa. «¿Nadie quiere mil dólares al mes?», preguntaba al grito el voluntario de Yang con su gran propuesta electoral. «Bernie realmente busca mejorar la situación de la gente humilde», trataba de convencer una seguidora del líder izquierdista a las tres con las que contaba Steyer. Gritos de júbilo cuando tres jóvenes que iban con Biden deciden engrosar el grupo de Buttigieg. Desesperación de los de Warren, que se quedaban a un apo-

lo no viene tanto por los programas, les interesa ver qué hacen sus vecinos y nuestro positivismo es contagioso».

Fantasmas del pasado

El caos y la agitación, sin embargo, fueron más allá y afectaron al recuento. Un fallo en la aplicación digital que el partido demócrata estrenaba este año impidió que se mandaran los resultados de muchos distritos y que el recuento fuera fiable. Al cierre de esta edición, el partido demócrata de Iowa aseguró que estarían listos por la tarde, madrugada en España.

Este diario pudo comprobar cómo el sistema de recuento es inconsistente: en el acta del caucus se veían tachones y la suma de votos no cuadraba. Participaron 128 vecinos y se registraron 55 votos para Buttigieg, 34 para Klobuchar, 32 para Sanders y 6 indecisos (hacen un total de 127).

«Es descorazonador, muestra una falta completa de planificación y preparación», insiste Barnett, una opinión que resumía la opinión pública en buena parte de EE.UU. La consecuencia inmediata es que el partido demócrata de Nevada, que celebrará sus caucus el próximo 22 de febrero, ha decidido suspender el uso de la aplicación que colapsó este lunes en Iowa. La compañía que lo fabrica es Shadow y está basada en Denver, la principal ciudad de Nevada. Pero el efecto del fracaso electo-



caucus, el sistema de votación con el que arrancan las primarias. Un fiasco histórico que cuestiona esta antiqualla electoral, con el que pierden todos los candidatos demócratas y que impulsa la reelección de Donald Trump sin tener que mover un dedo.

Durante un año, buena parte de la atención política ha estado en este estado rural, somnoliento, olvidado de todos hasta que toca ir a las urnas. Los candidatos han dedicado cientos de millones de dólares a anuncios televisivos, han cortejado a sus vecinos en decenas de visitas, se han hecho fotos en sus ferias agrícolas y han enviado un ejército de voluntarios a peinar sus llanuras, puerta a puerta, para conseguir un buen resultado. Iowa marcó el tono de las primarias, y todos quieren ganar aquí.

En los últimos días, ABC ha podido comprobar el orgullo y la implicación de los vecinos de Iowa por su papel en el proceso político de EE.UU. Acuden a las decenas de mítines que se esparcen por el estado, abren las puertas de sus casas a los voluntarios de las campañas y dedican horas de su tiempo libre a los caucus.

En la noche del lunes, más de un centenar de vecinos de Norwalk, un subur-

yo de llegar al umbral. Aplausos, gritos, conversaciones cruzadas, bromas, brazos abiertos para recibir a los «convertidos».

«Este entusiasmo es parte de los caucus», explicaba eufórica Danielle Howell, la capitana de distrito de Buttigieg, que sacó más votos que nadie aquí. «La gen-

ral podría ir mucho más allá. El senador demócrata Dick Durbin, del estado vecino de Illinois, aseguró que la «tradición extravagante y pintoresca» de los caucus «tiene que acabar». Howard Dean, que fue candidato a la Casa Blanca y presidente del Partido Demócrata, apostó por que Iowa aban-

done su papel privilegiado de primer estado en votar. «No es un buen sistema», dijo sobre los caucus.

El problema para los demócratas es que el descabreo podría agitar fantasmas del pasado. En 2016, filtraciones de WikiLeaks mostraron cómo el órgano director del partido, el DNC, había

FIGURA EN ASCENSO

Bloomberg, ausente, se aprovecha de la debacle

J. ANSORENA DES MOINES

Los candidatos demócratas hacían malabarismos verbales el lunes por la noche en sus discursos de reacción a los resultados -inexistentes- en los caucus de Iowa. Toda la atención política de EE.UU. estaba puesta en la noche, y los pretendientes necesitaban aprovechar el *prime time* televisivo.

El que fue más allá fue Pete Buttigieg, el joven alcalde de South Bend (Indiana), un candidato improbable

pero que podría haber cogido impulso en los caucus. «Esta noche, la esperanza improbable se ha convertido en una realidad incontestable», dijo a un grupo de seguidores enervados en un polideportivo de la Drake University, en un discurso con mucha inspiración de Barack Obama. «Todo indica que vamos a New Hampshire victoriosos», añadió para sorpresa de muchos, ya que nadie sabía los resultados todavía.

Sanders no llegó a declararse ganador -y criticó ayer con dureza a Buttigieg por hacerlo-, pero celebró que su campaña «va a ganar esta elección» y, poco después de la medianoche, publicó sus propios resultados con el recuento elaborado por sus voluntarios en el 40% de los distritos de Iowa. El ganador, claro, era él, con uno 28,6% de los delegados estatales, frente al 25,7% de Buttigieg. La sorpresa es que el favorito en buena parte de la carrera, Joe Biden, se desplomaba hasta un 15,08%.

El otro ganador, como se encargó de recordar él mismo, es Donald Trump. Lo que ocurrió en Iowa es el comienzo sonado de las primarias demócratas para el presidente y lo supo aprovechar.

favorecido a la candidata del establishment, Hillary Clinton, frente a Sanders. Ayer, «Des Moines Register», el principal periódico de Iowa, publicaba que los dos fundadores de Shadow, Gerard Niemira y Krista Davis, trabajaron para Clinton en 2016. Troy Price, el presidente del partido en Iowa, que contrató los

servicios, fue el director de operaciones de la excandidata en el estado en aquella elección.

Aunque no hay pruebas de que el colapso estuviera relacionado con favorecer a ningún candidato, el director de campaña de Trump aprovechó para calificar el asunto de «amaño».



EXIGE RESPONSABILIDADES

La viuda de Kobe Bryant demanda a la compañía del helicóptero

MARÍA ESTEVEZ LOS ÁNGELES / Vanessa Bryant, la viuda de Kobe Bryant, ha presentado una demanda contra Island Express Helicopters por el accidente que en enero costó la vida al exjugador de la NBA y a la hija de ambos, Gigi. Vanessa Bryant presentó su denuncia en la Corte Superior de Los Ángeles el pasado lunes, poco antes de acudir al Staples Center (arriba, en la foto), donde tuvo lugar el memorial por su marido y su hija.

Los abogados de Vanessa reconocen varias negligencias por parte del piloto del helicóptero durante el vuelo

pasado lunes, poco antes de acudir al Staples Center (arriba, en la foto), donde tuvo lugar el memorial por su marido y su hija.

Los abogados de Vanessa reconocen varias negligencias por parte del piloto del helicóptero durante el vuelo del 26 de enero que terminó estrellándose en Calabasas. En el accidente fallecieron siete personas más, entre ellas Ara Zobayan, el conductor. «Fue un accidente trágico. No tenemos más que decir porque hay pendiente una demanda», reveló la compañía en un comunicado emitido a los medios.

El helicóptero volaba en condiciones muy adversas, con poca visibilidad por causa de la neblina. El piloto, que transportaba a varias jóvenes miembros del equipo de baloncesto de Kobe, falló al monitorizar con propiedad la situación climatológica antes de despegar. Los documentos presentados por Vanessa advierten de que Zobayan «no habría operado el helicóptero con la seguridad necesaria y debió abortar un vuelo para el que no se daban las condiciones mínimas de seguridad». Vanessa exige una retribución económica y castiga a los responsables.

Island Express ha suspendido sus servicios desde el accidente y se preparan para hacer frente a una demanda donde se les acusa de contratar a un piloto que volaba un aparato sin el instrumental de navegación necesario para esas condiciones climatológicas (IFR), algo para lo que el helicóptero no tenía licencia.

Trump sobre el veredicto de Weinstein: «Es una gran victoria»

El ex productor de Hollywood tuvo que ser ingresado en el hospital tras conocer la condena

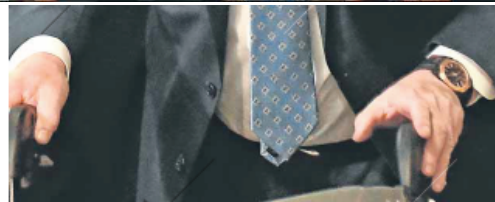
JAVIER ANSORENA
CORRESPONSAL EN NUEVA YORK

El veredicto de culpabilidad de Harvey Weinstein sobre agresión sexual y violación ha sacudido a EE.UU. y los temblores llegaron ayer hasta India, donde se encuentra de viaje oficial Donald Trump. La reacción del multimillonario neoyorquino era muy esperada. No solo porque es el presidente del país, sino porque él se ha visto envuelto en escándalos abundantes de agresiones sexuales. En la recta final de la campaña que le dio la victoria en las elecciones de 2016, se filtró un vídeo en el que Trump decía que agarraba «por el coño» a las mujeres cuando quería y que «cuando eres una estrella» las mujeres te dejan hacer «de todos».

A partir de ese vídeo y a pocas semanas de que los estadounidenses fueran a las urnas, varias mujeres le acusaron de incidentes sexuales, como tocamientos inapropiados y otros abusos sexuales. Trump lo negó todo y ganó las elecciones. Pero un año después y tras grandes movilizaciones sociales de mujeres, su llegada al poder fue parte del caldo de cultivo en el que se gestó el movimiento «Me Too», y que se materializó tras las informaciones periodísticas de «The New York Times» y «The New Yorker», con decenas de acusaciones contra Weinstein.

Cuando a Trump le preguntaron ayer los periodistas sobre el veredicto al que fuera «superproductor» de Hollywood, recurrió por instinto defensivo a la pelea política. «Nunca fui un fan de Harvey Weinstein. De hecho, dijo que iba a trabajar duro para derrotarme en la elección», aseguró sobre el peso pesado de Hollywood, que era cercano a los candidatos demócratas y donante de sus campañas. «Le conocía un poco. No mucho. Le conocía porque estaba en Nueva York, pero no era una persona que me gustara», añadió sobre Weinstein, con quien se fotografió sonriente en eventos sociales antes de los escándalos. «Quienes le quería eran los demócratas», dijo, y citó a Michelle Obama y Hillary Clinton, de quienes dijo que «amaban» a Weinstein.

Fue menos político cuando le preguntaron por el fondo del asunto, por el impacto que el veredicto de culpabilidad de Weinstein tendrá sobre las mujeres que tienen miedo a dar un paso adelante y denunciar sus propios casos de acoso o abuso sexual.



Harvey Weinstein el pasado lunes, en la Corte Suprema de Nueva York

«Desde el punto de vista de las mujeres es algo muy bueno, es una gran victoria y manda un mensaje fuerte», reconoció el presidente.

Noche en el hospital

Trump compartía su reflexión sobre el veredicto mientras el productor caído en desgracia pasaba sus primeras horas desprovisto de libertad en un hospital de Nueva York. Weinstein iba el lunes hacia la célebre -e infame- prisión de Rikers Island, en una isla entre los distritos neoyorquinos de Queens y el Bronx, un centro correccional donde la mayoría de los presos esperan a su juicio o cumplen condenas de menos de un año. A medio camino tuvo que ser trasladado al hospital de Bellevue, en Manhattan. Sufrió dolor en el pecho, y su principal abogada en el juicio, Donna Rotunno, aseguró que tenía hipertensión y palpitaciones cardíacas.

Su defensa trató de convencer al juez del caso, James Burke, para que le concediera la libertad bajo fianza por cuestiones médicas, pero la petición fue denegada. Al cierre de esta edición, Weinstein seguía en una unidad especial para detenidos del hospital y esperaba la visita de su

CÁRCEL
Se enfrenta a una pena de entre 5 y 29 años por agresión sexual y violación

equipo legal, que asegura que sufre diversas dolencias de entidad, como una operación de espalda que no salió bien y problemas cardíacos crónicos.

Weinstein, de 67 años, tendrá que volver a los juzgados el 11 de marzo, cuando comience la fase de sentencia, que podría mandarle a prisión entre 5 y 29 años. Pero ahí no acabará su pesadilla: tiene cargos por delitos sexuales relativos a dos incidentes en Los Ángeles, en un proceso judicial para el que todavía no hay fecha de comienzo pero que podría extender su paso por la cárcel.

- Marc Bassets, corresponsal en Washington
 - Documento 11: *El País*, 1 de febrero de 2016, p. 6.

INTERNACIONAL

EE UU mide la fuerza del descontento y del fenómeno Donald Trump

MARC BASSETS, **Boone (Iowa)**
Estados Unidos mide hoy la fuerza del descontento con las élites y con una economía más desigual. Los candidatos atípicos —un

multimillonario de Nueva York imprevisible y fanfarrón, y un veterano senador socialista que proguna una revolución política— aspiran a trastocar el statu quo en los caucuses, o

asambleas electivas, de Iowa. La elección del presidente, un proceso a cámara lenta que durará casi un año, arranca en el pequeño Estado agrícola del Medio Oeste.

Iowa es el primero de los 50 Estados en votar. Su extensión es poco mayor que la de Inglaterra, pero la población, unos tres millones de habitantes, es 17 veces inferior. Por primera vez, un grupo de estadounidenses expresará en sus preferencias entre una quinienta de candidatos, demócratas y republicanos, para suceder al demócrata Barack Obama en la Casa Blanca. Al ser el primer Estado en votar, su influencia es desproporcionada a su peso real. Aquí raramente se elige a los presidentes, aunque la victoria de Obama en los caucuses de 2008 le impulsó a la nominación y a la presidencia, pero se descartó a los candidatos más débiles y se identifica a aquellos con fuerza para continuar en un proceso de votaciones, Estado a Estado, hasta el verano.

Durante los últimos meses, los candidatos a la presidencia han sacado las carreteras entre campos de maíz y soja, han llamado puerta a puerta, han conversado con centenares, quizá miles, de ciudadanos y han escuchado preguntas incómodas.

Los caucuses son uno de los rituales más atípicos de la democracia estadounidense: reuniones vecinales, a partir de las siete de la tarde, en las que los votantes se pronuncian por una opción. Los republicanos votan tras escuchar discursos de partidarios de cada candidato.

Primer test

Los demócratas deciden sin voto secreto por un complejo método asambleario. En ambos casos, difícilmente los caucuses cumplen los estándares internacionales de rigor democrático. La participación y representatividad también es escasa: en los caucuses de 2012 cuatro de cada cinco republicanos se quedaron en casa.

Y, sin embargo, EE UU mirará



Trump muestra en un mitin ayer en Iowa un cartel que pide cárcel para Hillary Clinton. / JAC. C. HONG (AP)

esta noche a Iowa para tomarle la temperatura política al país y despejar incógnitas. Es la hora de la verdad para Trump, un político no profesional, magnate de la construcción y los casinos, que desde el verano domina los sondeos del Partido Republicano. Nunca se ha presentado a una elección. En Iowa debe traducir en votos su capacidad para atraer a las multitudes y los mítines. No es fácil, puesto que gran parte de quienes le declaran su apoyo en los sondeos no acude a los caucuses.

Una victoria en Iowa, como la que vaticina el último sondeo del diario *Des Moines Register*,

demostrará que Trump no es un globo a punto de pinchar, sino un candidato de primer rango que no solo habrá transformado la política estadounidense sino que aspira a lo más alto. Una derrota no liquidará a Trump, pero lo hará más terrenal y puede impulsar a algún candidato alternativo. En Iowa, su máximo rival es el senador Ted Cruz, un conservador ortodoxo que apela a la derecha cristiana. Un buen resultado de Marco Rubio, senador por Florida de origen cubano y cercano a republicanismos clásicos, puede impulsarle como alternativa a Trump y Cruz.

Iowa también es la hora de la verdad para la ex primera dama y exsecretaria de Estado Hillary Clinton. Una derrota ante el senador Sanders en los caucuses demócratas cuestionará el carácter inevitable de su candidatura. La duda es si Sanders y Trump lograrán movilizar a sus votantes, o si estos se quedarán en casa. Una victoria de ambos será un aviso al establishment de ambos partidos y una confirmación de que estas son las elecciones del descontento, de que, pese a la recuperación económica, la caída del paro y el fin de las guerras, la desafección, a la

Iowa no es todo el país

"¿Funcionará en Peoria?" La frase se utilizaba en el mundo del vodevil. El público de Peoria (Illinois) era tan exigente que las obras que tenían éxito en Peoria triunfaban en todo el país.

Después, se extendió al mundo del marketing y de la política. Peoria era lo más típico de Estados Unidos; el estadounidense medio vivía en Peoria.

Steve y Linda Lohmeier son un matrimonio de Peoria. El fin de semana recorrieron Iowa siguiendo a los candidatos. Son turistas políticos. "Esto es una parte central de la vida americana", dijo Steve mientras esperaba al senador Marco Rubio en un mítin. Los Lohmeier son republicanos, pero recelan de los favoritos en Iowa: el magnate Donald Trump y el senador conservador Ted Cruz. Les molesta el carácter ofensivo de Trump y el tono de telepredicador de Cruz. Se inclinan por el exgobernador de Florida, Jeb Bush, él; y por Rubio, ella.

Si Peoria sigue siendo representativo, el republicano medio está alejado del extremismo de Trump y Cruz. La historia reciente lo confirma: el vencedor en Iowa —Mike Huckabee en 2008 y Rick Santorum en 2012— no es el nominado. Iowa no es EE UU.

guerra y derecha, es el factor central de las elecciones.

Después de Iowa, votará New Hampshire y más adelante Carolina del Sur y Nevada. Así hasta las convenciones de los partidos, que en julio proclamarán a los nominados que hayan acumulado más delegados en las primarias y los caucuses, y después las elecciones presidenciales del 8 de noviembre. El vencedor jurará el cargo el 20 de enero de 2017. En un año, uno de los hombres o mujeres que hasta hoy han hecho campaña en Iowa será presidente del país más poderoso del mundo.

- Documento 12: *El País*, 3 de febrero de 2016, p. 7.

La derrota de Trump daña su aura y transforma la campaña

MARC BASSETS. Des Moines (Iowa)

La derrota del magnate y showman Donald Trump en Iowa resuelve el gran misterio de los últimos meses. Si, Trump —el hombre que alardeaba de ganar siempre, lo que era la máxima garantía de que con él en la presidencia, Estados Unidos volvería a ganar— es mortal. Su aura invencible, que irritaba y asustaba por partes iguales, se diluye tras perder en los caucus o asambleas electivas del lunes ante el senador por Texas Ted Cruz, un conservador ortodoxo que contó con el respaldo de la derecha cristiana.

ropeo golpeados por los sucesivos vendavales que han azotado a las clases medias de este país— la ilusión de que dejarían de ser *losers* para volver a ser *winner*s, ganadores. Pues bien, por primera vez, Trump es *loser*, y esto es una derrota doble. Derrota, primero, en el recuento: Cruz obtuvo un 27% de votos, Trump, un 24%. El senador por Florida, Marco Rubio, casi lo iguala, con un 23%, Trump, y esta es la segunda derrota, ha perdido otra cosa en Iowa: la magia, el talento para desmentir reiteradamente las previsiones sobre su caída.

La campaña del Partido Republicano para suceder al demócrata Barack Obama en la Casa Blanca entra en una nueva etapa. Después de Iowa, el pasado lunes, el próximo Estado en votar es New Hampshire, el 9 de febrero.

Ni Iowa ni New Hampshire —dos Estados pequeños: 3,1 y 1,3 millones de habitantes, respectivamente, en un país que supera los 300 millones— deciden la nominación, pero sirven para descartar candidatos, y resuelven incógnitas.

La incógnita de esta campaña era el fenómeno Trump, un político no profesional más conocido por sus rascacielos, sus casinos y sus *reality shows* que por sus ideas. Irrumpió en verano como un *opini*, un objeto político no identificado. Congregaba multitudes en sus mítines, monopolizaba horas y horas de televisión y lograba mantenerse contra los pronósticos en lo alto de los sondeos con una retórica ofensiva y un estilo imprevisible que desafiaba cualquier norma de urbanidad cívica y electoral. Mezcla de bufón y de demagogo, su ascenso descolocó al mundo político y mediático. En una era de descontento con las élites, sabía tocar las teclas adecuadas.

Faltaba someter el fenómeno a la prueba infalible de los votantes. Primera conclusión: Trump no es un globo que haya pinchado. Quedar segundo en Iowa no debería ser un mal resultado para un multimillonario neoyorquino que se ha negado a hacer campaña como es preceptivo en este Estado: puerta a puerta, con largas jornadas de carretera y noches de motel.

Pero es un pésimo resultado teniendo en cuenta las expectativas que él había alimentado y que todos —él, los medios, los rivales— habían inflado.

La culpa, de la prensa

El globo no ha pinchado, pero desciende a la tierra. Trump decía a los votantes, puesto que siempre había triunfado en la vida y los negocios, que si le llevaban a la Casa Blanca, EE UU volvería a ganar tras años de declive. No había peor insulto, en su diccionario, que *loser*, perdedor. Él creaba en sus seguidores —muchos, blancos de origen eu-

Cruz, hijo de un pastor protestante cubano, le derrotó gracias a una organización férrea y a la movilización de los protestantes evangélicos, que en Iowa representan un 60% de los votantes republicanos. Existen dudas sobre la capacidad de Cruz para captar votos de republicanos moderados en otros Estados.

Ayer, en una serie de mensajes en la red social Twitter, Trump culpó a la prensa de interpretar mal los caucus de Iowa: en su opinión, quedar segundo es un buen resultado. Y acusó a los propios votantes de no valorar que él se haya financiado su propia campaña, en vez de recibir dinero de donantes.

Trump no está acabado: es favorito en New Hampshire y ape-la a un descontento que es real. Pero ya no es infalible: es posible que su estilo de *bully*, de abusón de patio de recreo o de acosador, sea menos efectivo. Ha descubierto que una campaña electoral, en Estados Unidos, es más compleja que un *reality show* o una operación inmobiliaria en Manhattan.

Los resultados de los republicanos

Ted Cruz, senador republicano por Texas, gana los caucus de su partido en el Estado de Iowa con el 27,6% de los votos y ocho delegados.

Donald Trump, el magnate neoyorquino, consigue el segundo lugar con el 24,3% y siete representantes.

Marco Rubio, senador por Florida, alcanza el 23,1% y empatía en número de delegados con Trump.

Ben Carson llega a los tres representantes con el 9,3%.

Rand Paul y Jeb Bush consiguen cada uno un delegado con el 4,5% y el 2,8%.

INTERNACIONAL

LA CARRERA A LA CASA BLANCA

El Partido Republicano busca a la desesperada cómo frenar a Trump

ANÁLISIS

Exégesis de Trump a través de Berlusconi

ANDREA RIZZI

MARC BASSETS, Washington
El Partido Republicano quemó los últimos cartuchos para evitar que Donald Trump consiga ser el candidato a las elecciones presidenciales de noviembre. Tras ganar en la ma-

yoría de Estados que estaban en juego en las primarias del Supermartes, el nacionalpopulista Trump, un magnate con un mensaje ajeno a la tradición conservadora de EE.UU., está más cerca de la nominación republica-

na. Pero carece de los delegados suficientes. La resistencia, en el aparato del partido y en las bases, es fuerte. Sus oponentes, a la desesperada, quieren llevar la batalla hasta la convención que en julio coronará al candidato.

Un multimillonario maduro, con negocios en el sector inmobiliario, gran proyección televisiva, atraído por mujeres mucho más jóvenes, histriónico, propenso a las fanfarronadas y a declaraciones machistas o xenófobas irrumpe en la escena política de una democracia occidental con un discurso hiperbólico, ideológicamente heterodoxo y cosecha un grado de adhesión popular incomprensible desde el exterior. ¿Donald Trump? Claro, O Silvio Berlusconi.

El meteórico ascenso del magnate neoyorquino tiene boquituerto a medio planeta. ¿Cómo puede semejante político triunfar en la democracia admirada hace ya casi dos siglos por Alexis de Tocqueville? Igual que un dirigente de la talla de Berlusconi se mantuvo durante dos décadas en la cumbre de un país con milenios de refinada cultura política. En la exégesis del fenómeno Trump, los observadores del berlusconismo cuentan con ventaja interpretativa.

De entrada, saben que coquebros y gaffes no excluyen que estemos ante una finísima estrategia política: un discurso perfecto para la actual era de un Occidente menos confiado de sí mismo, con más miedos.

Obviamente hay diferencias entre los dos. Trump es más radical. Pero ambos son capaces de hablar a los amplios sectores de las sociedades occidentales decepcionados por el tiempo moderno. A esos individuos inquietos por las transformaciones inducidas por las migraciones, desahogados de su estatus laboral por la globalización y la revolución tecnológica, despididos de la convicción de que el futuro siempre sería mejor. Individuos en dificultad, nostálgicos por tanto del pasado, apegados al espíritu de su nación, pero el del tiempo en el que los iba mejor! Make America Great Again! Y Forza Italia!

En estos mismos caladeros pecan muchos políticos. Son las aguas de los Le Pen, Orbán, Kaczynski. Parafraseando *Le so-*

Lo habitual en el proceso de primarias y caucuses (asambleas electivas) que sirve para elegir a los candidatos a las presidenciales de EE.UU. es que los partidos cierran filas con el favorito cuando está claro que ya no hay rivales de peso. En circunstancias normales, este sería el momento para que los republicanos aceptasen que Trump será el candidato. Sus rivales empezarían a abandonar la carrera y los donantes y estrategas se centrarían en impulsar la carrera presidencial contra el candidato demócrata.

Pero este año nada es normal en la campaña para la Casa Blanca. El fenómeno Trump —un multimillonario neoyorquino conocido por sus rascacielos, sus reality shows, su ego desbordado, sus teorías conspirativas y su peinado imposible— rompe las leyes de la gravedad política.

Cuando en junio anunció su candidatura para la nominación republicana, nadie se lo tomó en serio, empezando por el Partido Republicano. Ahora sus líderes descubren horroizados que Trump —un hombre malhablado y falto, machista y xenófobo, que mezcla la retórica de extrema derecha sobre los inmigrantes sin papeles y posiciones económicas próximas a la izquierda sindical— se encuentra a las puertas de la nominación.

El aparato republicano, el famoso establishment, no dispone de un libreto que le indique cómo reaccionar. Durante meses confió, como la mayoría de observadores, en que Trump se destruiría. Sus salidas de tono, sus insultos y bufas a los inmigrantes, los musulmanes, las mujeres, los discapacitados y los prisioneros de guerra habrían liquidado la carrera de cualquier otro político.

Sucesión de victorias

La sucesión de victorias desde que hace un mes anunció el proce-

so de primarias disparó la alarma. En la última semana, sus rivales pasaron a la ofensiva. Por primera vez cuestionaron su integridad personal y sus éxitos empresariales. Repudiaron su ambigüedad ante su igne racibus como el Ku Klux Klan.

Lideró el asalto el senador por Florida Marco Rubio, hijo de cubanos, fiel a las tradiciones republicanas en política exterior y económica: el candidato ideal si el partido quisiera abrirse a un país más diverso, menos anglo y más latino. Pero Rubio, última esperanza del establishment, encadena derrotas tras derrotas. Y la otra alternativa, el senador por Texas Ted Cruz, desgraciado a algunos sectores republicanos casi tanto como Trump, por su intransigente-



Donald Trump, durante su comparecencia en Palm Beach la noche del Supermartes. (A. BARRA/UP)

Resultados en el Partido Republicano



Carson sugiere su retirada

Ben Carson dijo ayer que no ve un "camino político por delante" tras sus malos resultados en el Supermartes. El neurocirujano retirado evitó anunciar formalmente el fin de su campaña, pero avanzó que no acudiría al debate televisivo de hoy. Con la marcha de Carson, quedan cuatro aspirantes —de los 17 iniciales— a hacerse con la nominación del Partido Republicano. Carson encabezó brevemente a finales de 2015 las encuestas republicanas.

ciudad abierta y sus enemigos de Karl Popper, quizá puedan definirse los amigos de las sociedades cerradas. Pero Trump y Berlusconi se distinguen por la fuerza de su ejemplo personal, el aura del éxito económico. Y por ese desprecio de la corrección política que conecta con los sentimientos que muchos no se atreven a defender abiertamente. Con los miedos.

El anti-berlusconismo ofrece dos lecciones para los adversarios de Trump. Uno: al tratarse de sentimientos, los argumentos racionales no son suficientes. Dos: la demonización es contraproducente. Al golpearse al líder, se humilla a las legiones que piensan como él. Habélas, haylas. Buscan el tiempo perdido. Make America Great Again.

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

cia ideológica e incluso por su antipatía personal.

Las victorias de Trump en el Supermartes —el día con más primarias en todo el proceso— lo consolidan como favorito. En los próximos días, la estrategia del *establishment* puede consistir, primero, en redoblar los ataques con anuncios negativos. Hasta ahora, los grandes millonarios de la derecha, aunque asistían con espanto al ascenso de Trump, se han abstenido de embarrarse en la pelea.

Las primarias de Florida, el 15 de marzo, pueden ser la última tabla de salvación de la facción Rubio: si este no gana en su Estado, quedará muy debilitado y las opciones del *establishment* todavía se reducirán más.

El aparato puede intentar postergar la nominación de Trump. El argumento es matemático. Porque, aunque Trump haya ganado 10 de las 15 primarias y *caucus* que se han celebrado hasta hoy, sólo ha obtenido un 46% de los delegados que se han repartido y el 34% de votos. Es decir, dos tercios de votantes favorecen a otros candidatos.

Esto significa, que si el resto del partido se uniese para respaldar a un solo candidato, quizá podría disputarle la nominación a Trump. Pero esto exigiría que los rivales de Trump abandonasen, y ni Rubio ni Cruz están dispuestos a hacerlo.

Un nuevo partido

Pocos creen ya que sea posible derrotar a Trump durante el proceso de primarias, pero si evitar que llegue a la convención con una mayoría de delegados. Es decir, podría ocurrir que hubiese ganado la mayoría de Estados y que ningún candidato tuviera más delegados que él, pero que la cifra fuese inferior a la mitad más uno. En la convención, un frente anti-Trump lo derrotaría.

La tercera opción, discutida por algunos políticos republicanos y líderes de opinión, es formar un tercer partido en el caso de que Trump sea el nominado republicano, o directamente votar a la favorita demócrata, Hillary Clinton, como un mal menor.

Ajeno a estas disquisiciones agónicas, Trump modula su mensaje. En el discurso de la victoria, el martes por la noche en Palm Beach (Florida), eludió su tema estrella, la inmigración, y se centró en el daño que el comercio internacional ha causado en las clases medias. Enumeró una serie de empresas que han cerrado sus fábricas para abrirlas en países en vías de desarrollo. Lamentó que EE UU haya olvidado a la clase media. Y se presentó como un empresario que creará empleos como nunca se ha visto.

Era un mensaje dirigido a las clases trabajadoras castigadas por las recesiones de las últimas décadas y las crecientes desigualdades. Un mensaje casi demócrata, pensado para las elecciones presidenciales de noviembre en las que, si finalmente él es el nominado republicano, probablemente se enfrente a la demócrata Hillary Clinton.

- John Carlin, periodista y escritor británico
 - Documento 14: *El País*, 15 de febrero de 2016, p. 4.

INTERNACIONAL

EL FACTOR HUMANO

El problema no es Trump. El problema son quienes creen que es la persona indicada para asumir el cargo político y militar más influyente del planeta

El Pato Donald para presidente



Donald Trump, el sábado en el debate de los candidatos republicanos. (E. S. LEON/CFE)

JOHN CARLIN
 "La popularidad no debería ser la medida a la hora de elegir políticos. Si fuera así, el Pato Donald estaría en el Senado"
Orson Welles

"Nunca nadie perdió dinero subestimando la inteligencia del público estadounidense". Nunca ha sonado la famosa frase del periodista H. L. Mencklen, escrita hace 90 años, con más contundencia que hoy. Nunca nadie ha encarnado el concepto de manera más verosímil que el multimillonario Donald Trump y los millones que se proponen votar por él.

La victoria arrasadora de Trump en las primarias del Estado de New Hampshire la semana pasada nos presenta la clara posibilidad de que acabe siendo el candidato del partido republicano en las elecciones presidenciales de noviembre. Tomando como base el total de ciudadanos que acudieron a las urnas en las últimas elecciones de Estados Unidos (129 millones de un posible total de 235 millones), podemos razonablemente deducir que, aunque perdiese Trump contra el candidato (o la candidata) demócrata, unas 60 millones de personas adultas votarían a favor de Trump.

Lo cual nos permite afirmar que por más eficaces que sean en sus trabajos, por más decentes que sean en sus vidas personales, por más amables que sean en el trato a los niños y a los animales de compañía, como animales políticos una enorme proporción de los habitantes de la antigua democracia más rica y poderosa del mundo ocupa un eslabón evolutivo ligeramente por encima del de las vacas.

El problema aquí no es Trump. Él está perfectamente en su derecho de ser un vulgar, cícnico y narcisista megalómano, cualidades que compartirá con otros seres que se han enriquecido como él con la compra y venta de propiedades inmobiliarias. El problema son los seres que creen que es la persona indicada para asumir el cargo político y militar más influyente del planeta en una época de alarmante incertidumbre económica y creciente inseguridad global.

El análisis satírico que ha hecho el conocido autor P. J. O'Rourke es que sus compatriotas le están gastando una broma al resto del mundo. "Muchos republicanos", escribe O'Rourke, que, por cierto, es muy de derechas, "dicen que dan su apoyo a un personaje de historieta... al Pato Donald". El análisis sesudo más habitual, hecho por ejemplo por el reputado analista electoral republicano Frank Luntz, es que la espectacular irrupción de Trump en el panorama electoral estadounidense es que se trata de una revuelta contra la élite, de una frustración masiva con los que mandan en Washington, con los medios, con la gran banca, con las multinacionales, con la tiranía de la corrección política.

Lo tremendo es que Luntz se acerca más a la verdad que O'Rourke, que grandes manadas de votantes se han convencido de que Trump, que vuela a sus mítines electorales en avión privado, es el lídigo de la élite. La noción implícita, clara, es que el día que él sea presidente todos pertenecerán a la élite. Un espécimen trumpista, una devota de unos 40 años con gafas cuyas dos lentes piraban el nombre de su héroe, decía el otro día en la CNN que su

candidato favorito representaba para ella "la esperanza".

Es decir, que la noción que esta dama y sus correligionarios tienen de la esperanza está representada en un personaje que insulta a las mujeres sistemáticamente, lamuldas en público "ceceras, perras, guarrras" o peor, y en el caso de una presentadora de televisión que le hizo una pregunta difícil durante un debate, proponiendo que debía estar en el medio de su ciclo

menstrual. "La sangre le sale por los ojos", Trump declaró.

Quizá el precio de tener a una caricatura de machista en la Casa Blanca se vea compensada por la ilusión de que Trump es el antidoto a todos los males de la tierra. Trump no es tan tonto como los que votan por él. Recurriendo al manual de todos los demagogos en todos los lugares y todos los tiempos, no solo se ha presentado como antiélite sino que ha utilizado el viejo truco de asustar a la gente para después postularse como el héroe protector que la va a salvar.

Los inmigrantes que proceden de América Latina son "violadores", "narcotraficantes" o "asesinos"; él construirá un muro para impedir su entrada. El terrorismo islámico representa un peligro mortal: él prohibirá la entrada en las fronteras a los sirios, árabes y musulmanes varios y restaurará la tortura como método de interrogación. De peso bombardeará al ISIS hasta enviarlos a todos (mujeres y niños incluidos, se supone, pero, ¿qué se va a hacer?) "al infierno".

Apelando a aquellas partes del cerebro que heredan de los dinosaurios, el mensaje de Trump cala. El área de materia gris encargada del razonamiento no entra en juego. Si no, aquellos que aspiran a que Trump sea su máximo representante terrenal reflexionarían que ya hay más de 50 millones de "hispanos" en Estados Unidos y u es demasiado tarde para impedir las masacres que se avecinan, o quizá no representan un problema tan serio como algunos creen. Si no, contemplarían la siguiente contradicción: Trump está en contra de reducir el acceso de los ciudadanos a las armas de fuego en un país donde acaban con las vidas de más de 30.000 personas al año, donde niños de cinco años han matado a muchas más personas con las pistolas de sus padres que las que han muerto como secuencia de atentados terroristas islamistas desde el 11-S (la cifra total es 48) en suelo estadounidense. Está estadísticamente demostrado que hay más posibilidad hoy de morir en EE UU partido por un rigo que abatido por un terrorista.

Pese a la manifiesta imbecilidad de Trump, que por lo demás no ha visto ninguna necesidad de ofrecer políticas económicas que sustenten sus magníficas promesas ("empleo y prosperidad para todos", etcétera), no sólo es hoy el candidato preferido de los votantes del partido de Abraham Lincoln, sino que las encuestas nacionales le sitúan como favorito por encima de Hillary Clinton para ocupar la Casa Blanca. Mencklen, que escribió que la mayoría de sus compatriotas eran más manipulables que las ovejas, llegó a concluir que la democracia era un sistema sobrelaborado. Si Trump llega a ser presidente de Estados Unidos se confirmará que tenía razón.

- Manuel Erice, corresponsal en Washington
 - Documento 15: ABC de Sevilla, 1 de febrero de 2016, pp. 66-67.

Las primarias de EE.UU. más imprevisibles Iowa pone a prueba a Trump y Clinton, que encabezan las encuestas

► Los apretados sondeos no descartan la victoria del republicano Ted Cruz o del socialista Bernie Sanders

MANUEL ERICE
ENVIADO ESPECIAL
A DES MOINES (IOWA)



Ha llegado la hora de la verdad. Unos pocos miles de militantes del estado de Iowa empiezan a trazar hoy el camino hacia un nuevo ciclo político en EE.UU., con la primera selección de aspirantes a la nominación republicana y demócrata. En el primer paso del largo proceso de primarias, los caucus (asambleas) de este estado del Medio Oeste, de apenas tres millones de habitantes, la principal incógnita es si la ola de los outsiders (ajenos), de los antiestablishment, que canalizan un enfado que se puede palpar en cada uno de los mítines, va a ser tan grande como apuntan los sondeos.

El gobernador de Iowa, el republicano Terry E. Branstad, resume con esta frase el espíritu imperante entre quienes van a acudir a los centros de votación, que en una cita tan peculiar como ésta son locales particulares, iglesias o bares, acomodados para la ocasión: «Hay una enorme cantidad de gente antiestablishment, un tremendo sentimiento anti-Washington, y no me sorprendería que venciese un "outsider" en cualquiera de los dos partidos». Como portavoz del aparato de la formación conservadora, Branstad ha invertido mucho tiempo y esfuerzo en convencer a los votantes de que se inclinen por la moderación, por opciones distintas a las que representan Donald Trump y el senador Ted Cruz.

La última encuesta, del primer día de Iowa, el Des Moines Register, la referencia más fiable, sitúa a Donald Trump en cabeza, con cinco puntos de ventaja sobre Ted Cruz (28% frente a 23%). Hay distancia, pero ni mucho menos definitiva en una elección tan singular como ésta. Lo que confirma es que los dos enemigos del aparato del partido parten como favoritos. Sólo Marco Rubio, con un 15 por ciento, aparece como tercera vía. Si no para ganar en Iowa, si para colocarse en una posición de partida que le permita rengancharse a la cabeza en el futuro.

REPUBLICANOS



28% Donald Trump



23% Ted Cruz

DEMÓCRATAS



42% Bernie Sanders

45% Hillary Clinton

En el lado demócrata, no puede haber más igualdad. Clinton distancia a Sanders en apenas tres puntos (45% a 42%). Un empate técnico. La «revolución» del socialista sigue creciendo y puede darle un susto a su establishment, incluido al pragmático Obama, quien no oculta que su legado estaría mejor protegido con la moderación de la exsecretaria de Estado.

Incertidumbre

El digital FiveThirtyEight, especializado en pronósticos con avanzadas herramientas tecnológicas y que se ha ganado un prestigio con sus aciertos, da mucha mejor posición a Cruz (41% de probabilidades frente al 48% de Trump) que a Sanders (20% frente a 80% de Clinton). Todo son cabalas en Iowa, el mejor escenario para las apuestas. Daniel Yepsen, del Instituto Paul Simon, de la Universidad de Illinois del Sur, avisa de posibles sorpresas en un estado siempre imprevisible: «Los caucus son mucho más difíciles de predecir que la elección presidencial. La gente cambia de voto en las asambleas y vota por grupos». Incertidumbre hasta el final: los caucus se reúnen a las siete de la tarde (hora local, siete horas más en España) y está previsto que los primeros resultados se conozcan hacia las once de la noche.

Después de los primeros 1.500 mítines, una decena de debates entre aspirantes y 60.000 anuncios de televisión, todo está abierto para saber quién va a dar primero, y va a dar dos veces, en la carrera por la nominación, que no culminará hasta el verano. En el imperante discurso antisistema con el que brillan Trump y Sanders, el showman millonario y la bestia negra de Wall Street, tan antagónicos como canalizadores de un enfado de proporciones mayúsculas, Iowa siempre plantea dudas.

La campaña del magnate, como todo lo que le está distinguiendo, se ha salido del guión en un estado del Medio



Oeste donde siempre ha primado la participación del voto puerta a puerta. Mítines masivos, a los que acude con su avión privado, y poco trabajo de campo. Muchos expertos se muestran escépticos de que una campaña así, reforzada las últimas dos semanas con persistentes pero poco efectivas llamadas telefónicas, pueda ser eficaz para decantar el voto hasta la victoria. En frente, la forma de hacer clásica de Ted Cruz, el cristiano evangelista que se ha recorrido con su autobús los 99 condados y ha pedido el voto cara a cara. Dos modelos frente a frente. Si vence Trump, no sólo impulsará su carrera. Los más veteranos creen que pondrá en jaque el propio mito de los caucus, siempre más proclives a la discusión y el debate cercano, y alejados del marketing electoral que impone la gran ciudad. Si lo hace Cruz, Iowa habrá derribado a otro gigante, a otro favorito, en lo que podría significar el principio de un pinchazo de la burbuja Trump.

Sanders ilusiona

Algo parecido puede decirse de Sanders. Ilusiona y mueve masas con su discurso utópico de izquierdas, que activa mayoritariamente a los jóvenes. Ayer, ABC estuvo presente en un mitin multitudinario en Iowa City. Impresionante fervor. Más de 4.000 jóve-

Jóvenes radicales con Sanders
Sanders moviliza sobre todo a los jóvenes con su discurso utópico de izquierdas, pero está por ver si todos esos estudiantes van a votar en el caucus

El presagio del gobernador de Iowa
«Hay un tremendo sentimiento anti-Washington y no me sorprendería que venciese un "outsider" en cualquiera de los partidos», afirma Terry E. Branstad

nes aclamando al veterano senador y jaleando propuestas, muchas imposibles de cumplir, según la mayoría de expertos. La cuestión es si todos esos seguidores, muchos de ellos estudiantes foráneos y por tanto no registrados, van a votar hoy en los caucos.

Si los jóvenes de Iowa se movilizan, ganará Sanders. Un gran espaldarazo contando con que en Nuevo Hampshire, el siguiente estado en liza, el senador por Vermont es favorito. Y sería un preocupante revés a Hillary Clinton, a quien se reaparecería el fantasma de la amarga derrota de 2008, que empezó a fraguar Barack Obama en el estado donde «salen de la oscuridad

candidatos insospechados», en palabras de Daniel Yepsen.

La inquietud no sólo afecta a Clinton. Miembros del equipo de campaña de Jeb Bush, con los que conversó ayer este periódico, esperan que la realidad no confirme el mal presagio de las encuestas, que podrían situar a su líder en sexta posición en Iowa. Sería el peor arranque posible para el exgobernador de Florida.

ABC

10390-1145

Videoanálisis del proceso de primarias en Estados Unidos

- Documento 16: ABC de Sevilla, 3 de febrero de 2016, pp. 50-51.

El vencedor Cruz y el emergente Rubio desinflan la burbuja Trump

► New Hampshire confirmará si la carrera republicana descarta a Jeb Bush

MANUEL ERICE
ENVIADO ESPECIAL
A DES MOINES (IOWA)



Es pronto para asegurar que la competición republicana va a ser cosa de tres. La carrera de fondo de las elecciones primarias siempre aconseja prudencia, cuando sólo se han disputado los caucos de Iowa. Pero los datos muestran esa dirección. Con una extraordinaria participación, de casi 190.000 electores, un 55 por ciento más que los 121.000 que constituían el récord republicano, los votantes han destacado tres opciones muy por encima del resto: el ganador Ted Cruz (27,7 por ciento), el segundo pero gran derrotado Donald Trump (24,3 por ciento) y la sorpresa, Marco Rubio (23,3 por ciento).

New Hampshire está llamado a confirmar el próximo martes si el electorado está satisfecho con la oferta que representan: un conservador radical que combate al *establishment*, un showman millonario de ideología personalista y un conservador moderado, más cercano al partido pero que transita desde la independencia. Todavía hoy, el exgobernador de Florida Jeb Bush, pese a su

Claves del campo republicano

<p>TED CRUZ</p> <p>27,6% delegados, 8</p> <ul style="list-style-type: none"> • Victoria por un gran trabajo de campo y el apoyo de los cristianos evangelistas, el 44% de sus votos. • A su favor la victoria y su definido perfil conservador, pero eso le hace un candidato menos elegible para ganar la presidencial. 	<p>DONALD TRUMP</p> <p>24,3% delegados, 7</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ya no es el candidato imbatible. A lo que hay que sumar que solo el 14% de los que decidieron al final se inclinaron por su candidatura. • Sigue siendo favorito y su mensaje ha calado en un sector enfadado. 	<p>MARCO RUBIO</p> <p>23,1% delegados, 7</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entra en el trio de favoritos a la nominación. Un tercer puesto victorioso. Su perfil joven le puede convertir en candidato oficialista. • Puede ser una tercera vía entre el conservadurismo radical de Cruz y la incertidumbre de Trump.
--	---	--

3 por ciento en Iowa, es el candidato del *establishment*.

La segunda gran lectura de las primarias de Iowa es el batacazo de Trump. Sobre todo por las expectativas creadas. Ayudado por las encuestas, instalado en una burbuja mediática, la cara del magnate era un poe-

ma la noche de los caucos. Para Trump, New Hampshire, donde hasta ayer era líder indiscutible, se convierte ahora en una final. Si vence, seguirá entre los favoritos. Si no lo hace, puede ser el principio del fin de una fantasía. Son los riesgos de apostar todo a ganador y de despreciar al rival.

Iowa volvió a satisfacer a quienes creen en su capacidad de derribar gigantes. Frente a las encuestas, Iowa, el exigente estado del Medio Oeste americano premió lo que le gusta: la campaña clásica, sobre el terreno, la atención personalizada, aunque sue- ne a técnica de ventas.

Ted Cruz aplicó a rajatabla el manual del Mícke Huckabee en el año 2008 y de Rick Santorum en 2012. Con un denodado esfuerzo personal y económico, que veremos si no pasa factura a largo plazo, el senador de origen hispano fue el único que visitó los noventa y nueve condados, ayudado por más de un centenar de delegados. Lo contrario de Trump, que pensó en conquistar Iowa con mítines masivos a la manera urbana.

Cristianos evangelistas

La fidelidad de los seguidores de Cruz resultó granítica, como el amplio respaldo de los cristianos evangelistas, que le granjearon casi la mitad de los votos. Con su desafío de «una victoria de las bases frente a Washington», Cruz afronta ahora un estado más esquivo por menos conservador. Aunque no hay mejor publicidad que la victoria.

A Donald Trump parece venir-sele el mundo encima. Su imagen de fenómeno invencible, de «movimiento imparabile», como asegura, se ha venido abajo. Tan dañina es su derrota como que haya estado a sólo ocho décimas del tercer puesto de Rubio. Con un dato preocupante para su futuro: de los votantes que decidieron en el último momento, aproximadamente una tercera parte, sólo un 14 por ciento se inclinaron por el magnate. Como si el voto impulsivo se hubiese racionalizado al final.

Marco Rubio se ha sumado a la lucha por la victoria. Y lo hace en una trayectoria de menos a más. Su mensaje de ayer, como «el único que puede unir el partido», es un guiño al electorado y al *establishment*. Las encuestas a pie de caucus pueden explicar el empujón postrero al senador de origen cubano: un 44 por ciento cree que es el mejor candidato para ganar una elección a los demócratas, frente a un 24 por ciento que cree que lo es Trump. Revelador.

- Documento 17: ABC de Sevilla, 22 de febrero de 2016, pp. 64-65.

La nueva victoria de Donald Trump pone en jaque al Partido Republicano

- ▶ Rubio, alternativa oficial al magnate tras la retirada de Jeb Bush, recibirá el apoyo de Mitt Romney
- ▶ Ted Cruz perdió en Carolina del Sur

MANUEL ERICE
COLUMBIA, CAROLINA DEL SUR

Donald Trump sigue protagonizando las primarias republicanas más atípicas que se recuerdan. Su rotunda victoria en Carolina del Sur, segunda consecutiva tras New Hampshire, no sólo le convierte en favorito para ganar la nominación, sino que consolida el perfil de una carrera protestada. La suma de porcentajes de voto de Trump, Ted Cruz (tercero) y Ben Carson (sexto), los auto-declarados antiestablishment, superó el 62% en el estado palmero, un dato incontestable. Pero la dirección del Partido Republicano ya no está para finos análisis. Después de tres varapalos consecutivos (también en Iowa), que culminaron la noche del sábado en la retirada de su candidato estrella, Jeb Bush, la inquietud ha derivado en emergencia. El proceso electoral se reduce ahora al dilema oficialista de cómo parar a Trámp. Y la única ecuación pasa ya por el hispano Marco Rubio, el otro vencedor de la noche surcarolina. Con su segundo puesto, muy ligeramente por encima de Cruz, pero en un estado conservador más propicio para el senador cristiano evangelista, el hijo de cubanos se permitió proclamarse la noche electoral como «el único que puede unir al partido». Y aseguró: «Hoy empieza realmente la carrera por la nominación». El primer movi-

Las próximas citas

Esta semana

Mañana martes, caucus republicano en Nevada. Primarias demócratas el próximo sábado en Carolina del Sur.

1 de marzo

Es el «Supermartes». Hay caucus para ambos partidos en numerosos estados: Alabama, Alaska, Samoa, Arkansas, Colorado, Georgia, Dakota del Norte, Texas...

miento es inminente. Ayer se daba por hecho que Mitt Romney, el nominado que disputó la presidencia a Barack Obama en 2012, anunciaría su apoyo a Rubio antes de los caucus de mañana en Nevada.

Una vez puede ser casualidad. Dos son confirmación. El inapelable triunfo de Trump en Carolina del Sur confirma que New Hampshire no era sino el inicio de un camino que será de no retorno si el establishment republicano no moviliza todos sus recursos. Con un matiz añadido: que el magnate haya vencido en el estado palmero con más del 32% de los votos significa que se ha apropiado también de votos conservadores, de tendencia cristiano evangelista, lo que apor-



Trump agradece a sus seguidores la victoria en Carolina del Sur

ta a Trump una mayor transversalidad de la que se podía presumir. Pero su victoria también tiene contrapartidas; su porcentaje de votos es el segundo menor de los últimos diez triunfadores en primarias en Carolina del Sur y fue el menos apoyado de los tres primeros entre los votantes indecisos. Hay margen para dudar, a la espera de que Nevada le confirme o no mañana como el favorito que apuntan las encuestas.

Rubio, al alza

Tras su retroceso en New Hampshire, Marco Rubio había firmado previamente las dos buenas noticias que recibió la noche del sábado: derrotar a Cruz en uno de sus estados favoritos, aunque fuera por poco más de mil votos, y la retirada de Jeb Bush, su mentor político en Florida, que le deja expedito su camino como alternativa al magnate entre los no outsiders. No parece que John Kasich, con menos del 8% de los votos en Carolina del Sur, vaya a tener grandes opciones de asumir ese papel. Las posibilidades del emergente Rubio ya han sido detectadas por Trump, quien ayer mismo lanzaba su primera andanada contra el hispano en lo que ya de carrera: «No sé si Rubio es elegible para ser presidente de Estados Unidos».

Ted Cruz, uno de los favoritos en un estado a su medida, que había recorrido durante un año para convertirlo en cazapulta hacia el Supermar-tes del 4 de marzo, recibió un correctivo al no pasar del tercer puesto. Cruz puede presumir de haber ganado ya en Iowa, frente a la "incapacidad" que atribuye a Rubio de ganar estado alguno, pero los analistas reducen mucho sus posibilidades por dos motivos: salvo Texas, por donde es senador, y algunos estados conservadores donde se disputan pocos delegados, sus posibilidades de repetir triunfo son casi nulas; a lo que hay que añadir que su limitada capacidad de financiación. En comparación, los expertos piensan que la mayoría de los donantes que respaldaban a Jeb Bush se moverá ahora en apoyo de Marco Rubio.



Videoanálisis del desafío en las

ABANDONA LA CARRERA

El adiós de Jeb Bush y el fin en política de una saga familiar

M. E. COLUMBIA

Ni la experiencia en la gestión ni el mensaje de propuestas concretas, ni siquiera los 150 millones de dólares invertidos, han sido suficientes para mantener en la carrera a Jeb Bush, hijo y hermano menor de los dos últimos presidentes republicanos de Estados Unidos, George H. y George W. El pragmático exgobernador de Florida, el que estaba llamado a ser Bush III cuando arrancó el proceso, comparecía con un perfil interesante, pero para otras primarias republicanas, no para las que han condenado a cualquier expreso representante del establishment del partido. Con su elegante anuncio de desear que «este maravilloso país tenga al presidente que merece», Jeb Bush ponía fin a su carrera la noche del sábado, tras recibir menos del 8 por ciento de los votos en el estado palmera. Algo impensable un año antes para el mismo político que llegó a liderar los sondeos.

La antesala del último fracaso electoral vino de la mano de Nikki Haley, quien anunció su apoyo a Marco Rubio horas después de que Bush reconociera que el respaldo de la gobernadora de Carolina del Sur era su mayor aspiración. Además, los sondeos reducían al 15 por ciento su potencial capacidad de derrotar a un candidato demócrata, frente al 47 por ciento que recibía el hispano y discípulo político en Florida. Criterio decisivo para muchos votantes.

La marcha de Jeb Bush es el fin de una saga, tan poderosa como influyente, que por ahora deja una sola duda en el aire: ¿recibirá Rubio su respaldo?

Trump barre en Nevada y hunde a las filas republicanas en el desconcierto

► Rubio se reivindica como alternativa al ser segundo y el más votado por los indecisos

MANUEL ERICE,
CORRESPONSAL EN WASHINGTON

Los hechos son incontrovertibles. Donald Trump arrasó en Nevada, el cuarto estado en disputa, como no lo había hecho anteriormente. Rozar el 46% del voto y aventajar en 22 puntos al segundo deja poco margen a las disquisiciones. Si no fuera porque esta campaña sin precedentes sigue despertando dudas, sus tres victorias consecutivas, con las anteriores de New Hampshire y Carolina del Sur, serían argumento suficiente para concluir que la carrera está casi sentenciada. Nadie con tal estruendo de primarios ha perdido la nominación.

El magnate escudo, con el único riesgo de perder de éxito, ya anuncia nuevas victorias el Supermartes, que el 1 de marzo hará coincidir en las urnas a doce estados a la vez. No va a ser decisivo, porque el reparto proporcional limita la acumulación de delegados en un solo candidato, pero sí será la primera gran prueba de fuego para confirmar si Trump va lanzado hacia la nominación. Por si fuera poco, el «outsider» de la campaña por excelencia, el enemigo a batir por el establishment republicano, recibió ayer los dos primeros apoyos de cargos electos del Congreso: los representantes Duncan Hunter (California) y Chris Collins (Nueva York). Indicio de que los «trumpistas» empiezan a perder el miedo a desmarcarse de la línea oficial.

Cuerpo a cuerpo

Entre los rivales se desatan las presiones y los nervios. A Marco Rubio (20,9%), segundo en Nevada pero a mucha distancia, se le exige que en el debate de mañana busque el cuerpo a cuerpo con el magnate para romper la inercia. La campaña de Ted Cruz (21,4%), con su segundo tercer puesto consecutivo y tras el reciente caso de su director de comunicación, ha entrado en crisis. Ben Carson (5,9%) y John Kasich (4,6%), con mínimos apoyos, pasaron por Nevada como candidatos de piedra.

Ayer, las miradas ya no estaban puestas en Donald Trump, sino en Marco Rubio. El hispano sigue creciendo, pero a un ritmo tan lento como insuficiente. Los crecientes apoyos de cargos electos, la extensión del establishment, le convierten en la única alternativa posible al millonario.



Donald Trump sale de una tienda de lujo de uno de sus hoteles en Las Vegas

Pero el corrimiento del voto es poco apreciable.

Entre los miembros del partido cruz el convencido de que sólo una unión entre candidatos que termine con la dispersión de fuerzas puede frenar a Trump. Si hace unos días el que fue también aspirante a la nominación Lindsey Graham, apoyo de Jeb Bush hasta su retirada, reclamaba un ticket entre Rubio y John Kasich, ayer fue más explícita aún la gobernadora de Carolina del Sur, Nikki Haley, respaldó de Rubio y considerada

Ted Cruz, en crisis El segundo tercer puesto consecutivo de Cruz y el cese de un asesor ponen en peligro su campaña

hoy uno de los grandes valores de futuro del Partido Republicano, reclamó a Kasich su retirada en favor de Rubio. A lo que el también gobernador (de Ohio) replicó con un escueto pero contundente «olvídalo».

Preguntado ayer por un giro en su estrategia, Rubio se mostró en sus trece: «Un proyecto que ofrece una visión de América es positivo y el único que puede unir a los republicanos. Frente al nerviosismo de buena parte del establishment ante la revolución que supondría la nominación de Trump (y no digamos nada si llega a la presidencia de Estados Unidos), el senador por Florida se limita a asegurar que queda mucha carrera. Pero si mañana las encuestas, el magnate está al frente en casi todos los es-

tados, incluido el suyo: «Ganaré en Florida», replica un tranquilo Rubio.

Un problema añadido para el cubanoamericano es que la fortaleza de Trump también condiciona los intentos de sumar donantes y financiación para reforzar su campaña. El escepticismo se está instalando en muchos de ellos, cada vez más convencidos de que el millonario es imparable y de que su alternativa no acaba de cuajar. Otros reconocen el temor a represalias de Trump, y sólo darían un paso decidido si vieran que las posibilidades reales de victoria de Rubio son reales.

Una final para Cruz

Los caucus de Nevada también han refrendado el mal momento de Ted Cruz. Aunque el senador por Texas también se reivindica como el único que puede derrotar al magnate, «esto ya es entre Trump y yo», su derrota en el grupo de cristianos evangélicos, su gran fortaleza, ha hecho mella en su campaña.

Ayer recibía una pequeña compensación con el respaldo del gobernador de Texas, Greg Abbott. Las primarias en el estado del que procede, dentro del Supermartes, se han convertido en una final para Cruz. Las últimas encuestas le sitúan al frente, pero con una mínima ventaja frente a Trump.



Vídeoanálisis sobre la victoria de

Citas republicanas

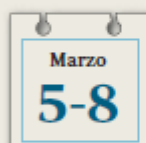
Supermartes

624 delegados en juego



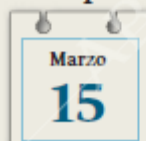
Se vota en Alabama, Alaska, Arkansas, Colorado, Georgia, Massachusetts, Dakota del Norte (caucus), Minnesota, Oklahoma, Tennessee, Texas, Wyoming, Vermont y Virginia.

Días de transición



Para estados con menos delegados en juego. Día 5: Kansas (caucus), Kentucky (caucus), Luisiana y Maine. Día 6: Puerto Rico. Día 8: Idaho, Michigan y Mississippi.

Todo para el ganador



Puede ser decisivo, por el número de delegados en juego y porque el que vence se los lleva todos. Son todas primarias: Florida, Illinois, Misuri, Carolina del Norte y Ohio.

- Antonia Laborde, corresponsal en Washington
 - Documento 19: *El País*, 27 de febrero de 2020, p. 31.

KISSKOYIITIS#UJIMULELAGRUS.es

KISSKOYIITIS#UJIMULELAGRUS.es

Trump sitúa a su vicepresidente al frente de la lucha contra el virus

El mandatario recalca que EE UU invertirá “lo que haga falta” para atajar la amenaza

ANTONIA LABORDE, **Washington**
El presidente Donald Trump anunció ayer en la sala de prensa de la Casa Blanca que su vicepresidente, Mike Pence, liderará la lucha contra la expansión del coronavirus en Estados Unidos. Será Pence quien coordinará a los expertos sanitarios y reportará directamente al mandatario republicano. “Hemos mantenido el coronavirus a raya en Estados Unidos”, recalzó el presidente, quien detalló que 15 de las 60 personas contagiadas en el país se están recuperando.

Trump, quien sostuvo que no existen razones para el pánico, adelantó que se destinarán los recursos que sean necesarios para hacer frente al virus, “aunque no serán muchos porque hemos mantenido la situación a raya”. Su Administración ha pedido al Congreso 2.500 millones de dólares (unos 2.300 millones de euros), pero los demócratas quieren movilizar hasta 8.500 millones. “Lo que haga falta”, respondió sobre esta cuestión.

Pence intentó lanzar un mensaje de calma y defendió que el riesgo para los estadounidenses sigue siendo “muy bajo”. El secretario de Salud y Servicios Humanos, Alex M. Azar, reconoció a renglón seguido que el grado de riesgo “puede cambiar rápido” y el número de casos “puede crecer”. Las autoridades hicieron un llamamiento a prepararse en los colegios y las empresas sobre cómo cuidarse para evitar un contagio: lavarse las manos, quedarse en casa si están enfermos...

Trump había acusado horas antes a las cadenas de televisión MSNBC y CNN de estar haciendo “todo lo posible para que el coronavirus se vea lo peor posible”, haciendo entrar “en pánico” a los mercados “si es posible”. También culpó a los demócratas de no hacer nada. Durante el debate de candidatos a las primarias demócratas celebrado anteayer en Charleston (Carolina del Sur), los aspirantes criticaron con dureza cómo está gestionando la Administración esta amenaza, así como los recortes del presupuesto de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC por sus siglas en inglés).

El CDC confirmó ayer un nuevo caso de coronavirus en el país, lo que eleva el total a 60, la

mayoría pasajeros del crucero *Diamond Princess* que estuvieron varios días en cuarentena en Japón. El centro no especificó cómo este nuevo contagiado contrajo el virus.

La Administración de Trump ha solicitado al Congreso 1.800

millones de dólares de los fondos de emergencia para combatir el virus, partida que incluyen 1.250 millones de dólares en nuevos recursos y transferencias de la investigación del ébola. El Gobierno calcula un desembolso total de 2.500 millones.

El CDC y Centro de Control y Prevención de Enfermedades y los Institutos Nacionales de Salud reconocieron anteayer que la llegada y expansión del virus resulta “inevitable”. Las autoridades hicieron un llamamiento a las empresas y los centros públi-



Trump exhibe en su comparecencia un gráfico de los países “mejor y peor preparados” frente a la epidemia. Con él, el vicepresidente, Mike Pence, y la doctora Anne Schuchat, subdirectora principal del CDC. / REUTERS

Rusia pone en marcha controles y redadas de chinos en Moscú

El gigante asiático protesta por el trato “discriminatorio”

MARÍA SAHUQUILLO, **Moscú**
Redadas en el transporte público, controles en los alojamientos turísticos, comercios y residencias de estudiantes para descubrir a los chinos en Moscú. Las autoridades de la capital rusa han puesto en marcha medidas extremas y muy controvertidas para observar y controlar a las personas provenientes de China, como fórmula para tratar de evitar la expansión del coronavirus. La Embajada de China en Moscú ha enviado una carta de protesta en la que critica el “discriminatorio” control “constante” de sus ciudadanos, que está causando alarma y dañando las relaciones entre ambos países. Rusia prohibió

hace una semana la entrada de chinos en su territorio, y hace ya un mes que cerró las fronteras terrestres y redujo los vuelos para evitar la Covid-19.

Al temor desatado en la población —pese a que se ha detectado a dos pacientes, de nacionalidad china, que ya han recibido el alta— se están sumando estos severos controles de las personas llegadas del gigante asiático antes del veto. El alcalde de Moscú, Serguéi Sobyánin, explicó que, junto a los exámenes médicos en el aeropuerto, todos —incluidos los pasajeros en tránsito— deben permanecer en cuarentena dos semanas en su domicilio. Si hay algún tipo de síntoma se le trasla-

da a un centro médico en aislamiento. Las autoridades sanitarias rusas tienen bajo vigilancia a unas 12.000 personas llegadas de China. En Moscú, según la alcaldía, son unas 2.500.

Para buscar a quienes se están saltando esta cuarentena o controlar la aparición de síntomas del virus, la compañía estatal de transporte Mosgortrans ordenó hace unos días a sus empleados que paren a pasajeros que sospechen que son de China y les reclamen cumplimentar un cuestionario que pregunta por qué están en Rusia, cuándo llegaron, si pasaron el período de aislamiento, su estado de salud y dónde se alojan. Tras difundirse la orden

para que tomen medidas que disminuyan el riesgo de contagio, pero advirtió a los ciudadanos de que deben estar preparados para las consecuencias.

Mientras, el coronavirus ha llegado a América Latina por Brasil, un mes después de los primeros casos detectados en China y cuando se extiende por otros 37 países del mundo. El ministro de Salud de Brasil, Luiz Henrique Mandetta, confirmó ayer en conferencia de prensa el contagio de un paciente de 61 años ingresado en São Paulo. El afectado es un brasileño que estuvo en Lombardía (la región donde se detectaron los primeros casos de Italia) entre los días 9 y 21 de febrero, según el ministro. El paciente está aislado en su hogar. “Está bien, en aislamiento en su propia casa, con su familia”, explicó el secretario de Salud de São Paulo, Henrique Ferreira.

El caso brasileño se suma a los alrededor de 81.000 diagnosticados en todo el mundo. En el país más poblado de América Latina —más de 200 millones de habitantes— hay un caso confirmado, 20 sospechosos y se han descartado 59. Las decenas de casos sospechosos de Covid-19 detectados en América Latina desde el inicio del brote habían sido rechazados hasta ahora. La confirmación llegó justo el Miércoles de Ceniza, al cierre de un carnaval multitudinario. El carnaval de Venecia fue suspendido el lunes debido a la virulencia del brote en Italia.

Con información de **Afonso Benites** en Brasilia y **Naiara Galarraga Gortázar** en São Paulo.

en algunos medios, Mosgortrans negó que diese esa indicación “selectiva”, pero varios conductores de autobuses y empleados del metro aseguran no solo que recibieron por correo electrónico ese orden sino que ya se realiza.

Además, se ha autorizado el uso de la tecnología de reconocimiento facial para localizar a los sospechosos de esquivar la cuarentena. En Rusia ya se han dado varios casos de personas que han escapado de los centros de salud, aunque todas eran de nacionalidad rusa. Hace unos días se registró un incidente con un grupo de ciudadanos chinos en Moscú que, al ver a la policía y un dispositivo de salud en la calle, salieron huyendo, según publica el diario *Global Times*, de corte oficialista. Las autoridades rusas los localizaron, comprobaron su fecha de llegada al país y les hicieron pruebas médicas. Ninguno tenía fiebre o síntomas, y ahora están guardando cuarentena en su hotel de la capital rusa.

- Amanda Mars, corresponsal en Texas
 - Documento 20: *El País*, 2 de febrero de 2020, p. 8.

INTERNACIONAL

El 'impeachment' culmina la sumisión republicana a Trump

El Senado tiene previsto votar el miércoles la esperada absolución del presidente de EE UU por el escándalo de Ucrania

AMANDA MARS, **Washington**
Hace cuatro años, en el inicio de la era Donald Trump, el presidente y el partido republicano parecían dos galaxias distintas: de un lado, el *establishment* del Grand Old Party; del otro, el magnate neoyorquino, un *showman* deslenguado que había ganado las primarias de trifulca en trifulca hasta la victoria final. Siendo ya su candidato presidencial, los *peeps* se negaron a acompañarle en la campaña. Algunos, como el líder de los republicanos en el Congreso, Paul Ryan, lo anunciaron tal cual y lo presentaron como una cuestión de principios; otros simplemente se borraron de los mítines.

En la convención de aquel verano, en la que se coronó a Donald Trump como candidato presidencial, los Bush ni aparecieron. El senador tejano Ted Cruz, que había sido uno de los aspi-

rantes en las primarias, subió al escenario y, en lugar de pedir el voto para el elegido, como es habitual, llamó a los estadounidenses a actuar "con su conciencia".

El Partido Republicano es hoy el Partido de Donald Trump. El juicio político al presidente a raíz del escándalo de Ucrania ha culminado la sumisión del Senado hacia su líder. El viernes por la noche solo dos senadores republicanos—Mitt Romney y Susan Collins—apoyaron a la minoría demócrata en su petición de que personajes clave del caso que se juzga acudan a declarar.

Cambio de guion

La gran mayoría de los republicanos—que ocupan 53 de los 100 escaños de esta cámara—rechazaron seguir el proceso con más testimonios y documentos, y optaron por dejar el caso visto para sentencia. Mañana presentan los ar-

gumentos finales y el miércoles se votan los dos cargos que pesan sobre Trump, abuso de poder y obstrucción, con poco misterio: la absolución está asegurada.

Esta semana, Ted Cruz, aquel que desafió a Trump en la misma noche de su coronación en 2016, se despachó así en la cadena Fox: "El circo del *impeachment* ya se ha terminado". Y Marco Rubio, que en su día llamó a Trump un "artista del timo", llegó a esta conclusión el viernes: "Solo porque las acciones lleguen al umbral de un *impeachment* no significa que destituir al presidente del cargo sea lo que más interesa al país".

Otros con menos amnesia ya no se encuentran en el Senado, como el difunto John McCain, que fue azote de Trump hasta el final, y en verano de 2017 llegó a acudir a votar, ya muy enfermo de cáncer, en contra de la ley

Las escasas líneas de discrepancia

Los republicanos del Congreso si han llevado la contraria a Donald Trump en algunas batallas, como la financiación pública del polémico muro que quiere construir en la frontera con México o algunas medidas de política exterior. Pero en el momento más grave de esta presidencia no han pedido siquiera escuchar lo que podían decir el exconsejero de Seguridad, John Bolton, que ha incriminado directamente a Trump, o el director de Presupuesto, Mick Mulvaney, con un papel crítico en las acciones bajo sospecha.

para liquidar el Obamacare (el programa de cobertura sanitaria universal impulsado por Obama), y dio un discurso llamando al diálogo y al consenso que emudeció a la Cámara. Murió un año después. Había dejado dicho que no quería al presidente Trump en su entierro.

También se ha retirado el crítico Jeff Flake, que precisamente anunció que no se presentaría a la reelección asqueado por el mandatario. "Tengo un hijo y nietos. No seré cómplice de Trump", dijo. Sus sustitutos no rompieron filas con el partido el viernes. Trump está acusado de abuso de poder por sus supuestas coacciones a Ucrania para que la justicia de ese país anunciase investigaciones sobre el hijo del demócrata Joe Biden que le beneficiasen electoralmente, recurriendo incluso al bloqueo de ayudas militares como mecanismo de presión.

También responde por un cargo de obstrucción al Congreso al haber torpedeado la investigación. De ambos quedará libre. Enfrentarse a Trump puede suponer un castigo en las urnas para los legisladores que buscan la reelección. El líder de los republicanos en la Cámara alta, Mitch McConnell, que también tuvo roces en su día con el mandatario, ha sido el principal arquitecto del muro de contención. El pasado diciembre admitió sin complejos que estaba "coordinando" el procedimiento del juicio con la Casa Blanca. "No soy un jurado imparcial. Este es un proceso político", se explicó.

Los republicanos absuelven a Trump

AMANDA MARS, Washington
El Senado de Estados Unidos absolvió ayer a Donald Trump de los cargos de abuso de poder y de obstrucción al Congreso a raíz de un escándalo de presiones

a Ucrania en busca de su beneficio electoral. El magnate encara la recta final de su mandato cavaletemado y con la mira puesta en la reelección tras haber superado el proceso institucional más grave de

la política estadounidense, el impeachment. Nunca hubo incertidumbre, la mayoría republicana arrojó a su líder desde el inicio, con la excepción de Mitt Romney, que apoyó a la destitución. La Cámara

alta rechazó ambas acusaciones, la primera por 52 votos frente a 48, y la segunda por 53 a 47, con todos los demócratas en contra. El desenlace marcará las futuras presidencias.

La historia de un país, vista de cerca, mientras se fragan, puede resultar tediosa, hasta vulgar. En las dos semanas que ha durado el tercer juicio a un presidente desde la fundación de Estados Unidos se ha visto a senadores haciendo crucigramas y visiones de papel, dormitando y metiendo caramelos de contrabando en la sala. Las sesiones maratónicas, han mostrado lo prosaicas pueden llegar a resultar las horas cruciales de una nación, sobre todo cuando el desenlace lleva tiempo escrito.

Pasadas las cuatro y media de la tarde de ayer (hora local, seis horas más en la España peninsular), Donald J. Trump, el presidente número 45 de EE UU, quedó absuelto de los dos cargos que pesaban sobre él. Esta vez, nadie hacía garabatos, se removió en la silla o miraba al infinito como en las interminables jornadas previas. La votación fue rápida, apenas pasó de los 40 minutos. Uno a uno, cada senador respondió en voz alta "culpable" o "no culpable" —algunos poniéndose en pie— sobre los llamados artículos del impeachment.

Luego, la sala se vació enseguida, los demócratas se fueron con caras largas, pero no hubo grandes expresiones de nada, ni de júbilo ni de pesadumbre. En 10 minutos parecía que allí dentro no había sucedido nada, porque probablemente ya no quedaba mucho por suceder. Este ha sido el impeachment más partidista vivido hasta ahora.

La condena y consiguiente destitución del presidente requería el apoyo de dos tercios del Senado, 67 de los 100 senadores, y los republicanos (con 53 escaños) se mantuvieron como una fortaleza. Sólo Mitt Romney, el senador de Utah que fue candidato presidencial en 2012, un político normado muy crítico con Trump, anunció que lo condenaría en el cargo de abuso. "El presidente es culpable de un terrible abuso de la confian-

La hostilidad política hecha discurso

La noche del martes, Donald Trump subió a la tribuna de la Cámara de Representantes para pronunciar el anual discurso del estado de la Unión y negó el saludo a la presidenta de la Cámara y tercera autoridad de la nación, Nancy Pelosi. El republicano se dirigió al país en unas circunstancias excepcionales, a un día de recibir el veredicto en el juicio político impulsado por los demócratas por el escándalo de Ucrania. Durante una hora y 18 minutos, el presidente hizo lo más parecido a un mitin de sello trumpista, presumiendo de la salud de la economía y arremetiendo contra la inmigración, con pinceladas de show televisivo. Al terminar, Pelosi rompió los folios del discurso de Trump con evidente desprecio. Al ser preguntada, la veterana política respondió: "Porque era algo coreés considerando la alternativa. Qué discurso tan sucio".

Y así es como esta cita solemne de la agenda del Capitolio se convirtió en una muestra del nivel de hostilidad en el que se encuentra la política estadounidense. Mientras los congresistas populares como la joven izquierdista Alexandria Ocasio-Cortez se ausentaban de la cita en protesta por el "desprecio" del mandatario al Congreso, los republicanos coreaban "cuatro años más" de Trump en la Casa Blanca,

za pública", dijo en un breve discurso que tuvo que interrumpir en ocasiones, aparentemente emocionado. Se convirtió así en el primer senador de la historia en votar por la destitución de un presidente de su propio partido.

De nuevo, la historia. Esta empezó con la denuncia de un informante procedente de los servicios de inteligencia, en un escrito del 12 de agosto pasado, y combatió rápidamente. El 24 de septiembre, la Cámara de Representantes, en manos demócratas, anunció la apertura de una investigación previa.

El mandatario estaba acusado de abuso de poder por prestar supuestamente a su homólogo ucraniano, Volodimir Zelenski, para lograr que la justicia ucraniana renunciase a sus investigaciones que perjudicaban a sus rivales políticos demócratas, usando incluso la congelación de 391 millones de dólares (unos 265 millones de euros) en ayudas militares y una invitación a la Casa Blanca. Una pesquisa tenía como protagonistas a Joe Biden, precandidato demócrata, y a su hijo Hunter por su trabajo en una empresa política en ese país, Burt's ma, cuando el padre era vicepresidente. La otra tenía por objeto una teoría desacreditada según la cual desde Ucrania se habría lanzado una campaña de injerencia en las presidenciales de EE UU de 2016 para favorecer a los demócratas.

La instrucción de este proceso ha mostrado todo un entramado de diplomacia paralela al servicio personal del presidente en la que su abogado personal, Rudy Giuliani, ha desempeñado un papel fundamental.

Mientras, la defensa republicana se ha elevado como un muro inquebrantable. Varios senadores del partido reconocieron en los últimos días que los hechos denunciados son ciertos, pero consideraron que no hacían preciso un impeachment, como hizo el senador Lamar Alexander. O que

eran "vergonzosos", pero aun así lo absolverían, como confirmó Lisa Murkowski. Otros, como Marco Rubio, consideraron simplemente que, independientemente de su justificación, una destitución en este momento no respondía al interés general del país.

Se han pronunciado frases gruesas en las audiencias. Un embajador Geordon Sondland, llegó a asegurar que había presionado a Ucrania siguiendo las órdenes del presidente. Otra diplomática, Marie Yovanovitch, enfrentada al mandatario, ha relatado cómo le llegaron a advertir de que "cuidara sus espaldas" y se marchara de Kiev, donde encabezaba la Embajada de EE UU, "en el siguiente avión". Y a través del resumen de una llamada entre Trump y Zelenski, los estadounidenses han visto a su presidente pedir el "fu-

vor" de las investigaciones y ofrecer la ayuda de Giuliani.

Este juicio habla de la política de EE UU, pero también de su sociedad. Ninguno de los senadores ha sentido que el voto de ayer pueda arruinar su carrera política. Y Trump, desde que el procedimiento comenzó, ha visto llegar el índice de aprobación al mínimo de su presidencia (40%), según Gallup, gracias sobre todo a la buena marcha de la economía. También la aprobación de Bill Clinton, en plena bonanza y Operación Zorro del Desierto, se había disparado al 73% poco antes del veredicto de su impeachment por el caso Lewinsky en 1998.

La diferencia entre Trump y Clinton es que este último llegó a pasar miedo cuando se descubrieron sus mentiras, sintió que podía llegarle el día que le llegó a



- Documento 22: *El País*, 7 de febrero de 2020, p. 4.

INTERNACIONAL

Trump celebra como una revancha su absolució en el 'impeachment'

AMANDA MARS. Washington

El presidente Donald Trump se presentó ayer ante los estadounidenses, al día siguiente de su absolució en el impeachment, pletórico y verborrécico, henchido de sí mismo. Durante cerca de una hora contó chistes, se burló de políticos e introdujo falsedades sobre lo sucedido con la trama rusa y el escándalo ucranio. Llamó a los demócratas "corruptos" y "malvados". La jornada de revancha tras el fin del histórico juicio dio pistas de futuro: el mandatario afronta las presidenciales de este año como un contrataque.

Quista encontrar otro momento en estos tres años de presidencia en el que el mandatario se haya mostrado más ufano, ni siquiera cuando ganó las elecciones en 2016. Pasado el mediodía (hora local), Trump entró en la Sala Este de la Casa Blanca al son del trunfal *Hail to the Chief*, el himno pres-

ional de los mandatarios de Estados Unidos. Levantó la portada de *The Washington Post* con el titular Trump, absuelto como un trofeo y dio un discurso que mezclaba la culpa con la soledad de revancha. "Hemos pasado por un infierno de forma injusta", dijo al principio de su intervenció, ante

membros de la Administración, legisladores republicanos, familia y seguidores. "Fue malvado", continuó. "fueron policías sucios, filtradores y mentirosos".

La Cámara de Representantes, de mayoría demócrata, impulsó el pasado septiembre un proceso de impeachment a un presidente de la historia de EE UU a raíz de un escándalo de prestiones a Ucrania por parte de Trump en busca de un beneficio electoral. El miércoles, el Senado, donde se desarrolló el juicio por los cargos de abuso de poder y obstrucción, absolvió al mandatario gracias a la mayoría republicana que lo arropó, con la excepció del senador de Utah Mitt Romney, que votó junto con los demócratas a favor de destituirlo.

Trump se burló de Romney, tachó de "borón" al líder de los demócratas en el Senado, Chuck Schumer, y acusó al presidente del Comité de Inteligencia de la Cámara de Representantes, Adam Schiff —que ha ejercido de fiscal y punta de lanza demócrata en este juicio—, de haberse "inventado" la conversació que mantuvo el propio mandatario con su homólogo ucranio, Volodimir Zelenski. En realidad, el contenido

La imputación que no borrará la historia

Todavía coleaba ayer la polémica por la hostilidad política en el discurso del estado de la Unión, el martes en el Congreso. La presidenta de la Cámara de Representantes, Nancy Pelosi, rompió la copia de la intervenció del presidente en público, aún en la tribuna, en un gesto muy potémico. La veterana demócrata argumentó que se trataba de un "manifiesto de mentiras". También señaló que, independientemente del veredicto, el republicano "está imputado políticamente para siempre, no importa lo que diga o los titulares que nuestro". "Nunca se va a borrar esa cicatriz y la historia siempre le recordará que fue imputado por socavar la seguridad de nuestro país", añadió. Aunque baja, la popularidad de Trump está en el nivel máximo de su presidencia, un 49%.

de esa llamada fue hecho público por la propia Casa Blanca el pasado septiembre, cuando estalló el caso, e hizo evidente que el norteamericano pidió a Zelenski que se anunciara investigaciones que podían afectar al precandidato demócrata Joe Biden.

"Esto es una celebració", dijo Trump en otro momento de su comparecencia. El magnate que llegó a la Casa Blanca procedente de los programas de telerrealidad construyó el discurso posterior a la crisis institucional más grave de su mandato en su particular fiesca. Abrazó a su hija Ivanka, hizo salir a su esposa, Melania, imitó voces de políticos, bromó con sus legisladores. Puro Trump.

"Mentira podrida"

También hizo afirmaciones falsas sobre la llamada trama rusa, la ingerencia de Moscú en las elecciones de 2016 con el fin de favorecer su victoria frente a la demócrata Hillary Clinton. "Rusia, Rusia, Rusia", espetó el presidente, "y luego era todo una mentira podrida". Tanto la justicia como los servicios de inteligencia estadounidenses han confirmado las interferencias del Kremlin, al igual que la investigació independiente del fiscal especial Robert S. Mueller. Lo que Mueller no halló son pruebas para acusar a Trump o a su entorno de colusión con Rusia. Tampoco se pronunció sobre el posible delito de obstrucción a la justicia.

El impeachment ha terminado, pero la hostilidad política, no. El republicano apuró maneras de lo que viene en este año electoral. El efecto bumerán de un juicio político contra Trump, la estrategia de revancha que este podía aplicar tras la esperada absolució, siempre estuvo presente en los cálculos de los demócratas a la hora de impulsar el proceso.

Pero un impeachment, diseñado por los padres de la Constitución para poder destituir al presidente en caso de delitos o faltas graves, no debía decidirse en función de intereses electorales. Ni para impulsarlo ni para frenarlo. La prudencia de demócratas como Nancy Pelosi, presidenta de la Cámara de Representantes, tocó techo al anunciar el caso ucranio el pasado septiembre, con una llamada telefónica como pistola humeante y varios testimonios de calado. Pelosi lo resumió así: "Nos ha dejado otro remedio".



El presidente de EE UU sostiene un ejemplar de *The Washington Post* con el titular "Trump, absuelto", ayer en Washington. (JESAN VUJIC/EPF)

- Yolanda Monge, corresponsal en Washington
 - Documento 23: *El País*, 4 de febrero de 2020, p. 3.

Los demócratas llaman en la recta final del juicio a plantar cara "a la tiranía"

YOLANDA MONGE, Washington
Mientras la campaña electoral de 2020 comenzaba oficialmente en Iowa y muchos votantes vivían ajenos al juicio político que se celebra contra Donald Trump, en el Senado de Estados Unidos se presentaron ayer los argumentos finales por parte de la

acusación (demócrata) y la defensa del presidente que se enfrentan en el *impeachment*. Pese a que todo apunta a que la mayoría republicana en la Cámara garantizará a Trump la absolución, los demócratas declararon la necesidad de condenar al presidente para "plantar cara a la tiranía".

¿Quién iba a decir que hacer historia podría ser tan tedioso? El senador Bernie Sanders, que debía estar en Iowa pero tuvo que quedarse en Washington para la argumentación final de las partes, bostezaba sin complejos. Apatía y languidez han sido la tónica general desde que la destitución del mandatario pasó de la Cámara de Representantes al Senado el mes pasado. Tampoco es que antes todo hubiera sido un pulso frenético. Este ha sido el *impeachment* del anticlimax.

La jornada comenzó a las 11 de la mañana. Entre exposición

de la acusación y argumento de la defensa, sus señorías se fueron a comer. Regresaron pronto. Antes del almuerzo, los llamados fiscales del *impeachment* (los siete congresistas demócratas que defienden la causa abierta contra Trump) resumieron las dos semanas de proceso en varias ideas. Que Trump sigue siendo un peligro hoy día para la seguridad nacional; que el presidente no siente ningún remordimiento por lo sucedido y que sigue siendo un elemento fuera de control; y que el deber de la Cámara alta es condenar al dirigente. "Nadie está

por encima de la ley", declaró con acento pero en español la demócrata Silvia García.

Cuando el Senado paró para comer, Trump aprovechó para dar su opinión sobre el juicio. En Twitter, se preguntaba por el informante que desencadenó su impugnación, al revelarse que el presidente había pedido a su homólogo ucraniano, Volodimir Zelenski, que abriese dos investigaciones que afectaban a los demócratas y que facilitarían su reelección. "¿Dónde está el informante? ¿¿¿Por qué el político corrupto Schiff [el sena-

dor por California al frente de la acusación] se INVENTA mi conversación con el presidente de Ucrania??? ¿Por qué la Cámara [de Representantes] no ha hecho su trabajo? Y muuuucho más".

No todos usaron el receso de la comida para alimentarse. Lisa Murkowski y Joe Manchin, ella senadora republicana y él, demócrata, conversaban entre ellos con las cabezas casi pegadas. La republicana, a la que se observa de cerca debido a que su voto puede fluctuar y cambiar de bancada, no tiene todavía decidido qué hará mañana cuando se produzca la votación final. No se sabe si Murkowski se decantará por votar a favor o en contra de destituir a Trump. También es desconocido el voto de Manchin, senador de West Virginia.

Esta semana está cargada de fechas relevantes. Desde los caucus de Iowa hasta la votación final del *impeachment* pasando hoy por el discurso presidencial sobre el Estado de la Unión. A él llegará Trump sin haber sido absuelto. Varios senadores del Partido Republicano han pedido al mandatario que evite mencionar el juicio político y Ucrania durante su intervención. Tal consejo es-

conde la preocupación que existe sobre que sus comentarios puedan ponerle en una situación comprometida, ya que entre algunos miembros de las filas republicanas existe la idea de que el magnate actuó de forma inapropiada, aunque no creen que esa conducta merezca un *impeachment*.

Trump no será el único presidente de EE UU que acudirá al discurso del Estado de la Unión mientras es sometido a un juicio político. Lo mismo le sucedió a Bill Clinton en 1999. En ningún momento Trump se planteó cancelar su comparecencia ante el Congreso y la nación. "Lo voy a hacer", dijo en la cadena Fox el presidente poco antes de que comenzara la famosa Super Bowl en la noche del domingo. "Voy a hablar de todos los logros que hemos conseguido", finalizó.

Como si de un viaje en el tiempo se tratara, en el espacio de la defensa compareció Kenneth Starr, el fiscal especial que lideró la investigación sobre la vida sexual de Bill Clinton que le llevó a su *impeachment* en 1998. Starr recordó ayer al compositor Irving Berlin y su balada *God Bless America*, "algo más que una canción, una oración para el país". "La nación es libertad", prosiguió Starr, "pero también es justicia".

INTERNACIONAL

Los problemas del Partido Demócrata dan alas a Trump

YOELANDA MONGE, Washington

Era un hecho incontestable que Donald Trump llegaría ayer al discurso del estado de la Unión condecorado del *impeachment*, a falta de la votación final que tendrá lugar hoy. Pero pocos esperaban que se dirigiera a la nación en horario de máxima audiencia sintiéndose plebiscito y con el mejor pizocazo de salida para su reelección en noviembre próximo. El monumental caos en el recuento de votos demócratas en los caucus de Iowa se lo ha servido en bandeja.

No podía estar más colmado de satisfacción el presidente, cuando tras una noche de confusión y ridículo nacional del Partido Demócrata, que el lunes se acostaba sin un ganador de los caucus de Iowa, el mandatario se despachaba a gusto en Twitter para decir que "nada" funcionaba en el campo demócrata. Si no sabían contar un puñado de votos, cómo iban a poder dirigir una nación, incidió.

Desbordante en sus trinos y exultante en los comentarios, el presidente de Estados Unidos se preguntaba sarcástico cuándo comentarían los demócratas a culpar a Rusia del fiasco en lugar de considerar su propia incompetencia, en una clara referencia a la interferencia de Moscú en las presidenciales de 2016 que le dieron la victoria.

"No es culpa de Iowa", tuiteaba el magnate, defendiendo que esos caucus sigan siendo los primeros de la nación y no pierdan ese estatus. La culpa es "de los demócratas que no saben hacer nada", proseguía. "Mientras yo sea presidente, Iowa seguirá estando donde está, ¡importante tradición!", anunciaba.

Frente a la anarquía instaurada en ese pequeño Estado del Medio Oeste, la política nacional centraba ayer su atención en el discurso del estado de la Unión del mandatario ante el Capitolio, el último antes de las elecciones presidenciales de noviembre y el tercero de su mandato —el de 2017 no se considera tal, ya que estaba recién elegido—.

"The great American comeback" [el gran regreso estadouni-

dense] es la definición de cómo el mandatario y sus asesores ven la presidencia del republicano, como el ave fénix que resurge tras casi seis meses de juicio político supuestamente llamado a escrutarse a Trump y su Administración en relación con el escándalo de Ucrania.

Notables ausencias

El discurso pareciera una premonición de lo que está sucediendo en la política estadounidense. Trump estaría cara a cara con los demócratas que le han sentido en el virtual banquillo de los acusados políticos. En el hemiciclo, notables ausencias, como la de los senadores demócratas Bernie Sanders y Elizabeth Warren, volcados en las primarias de New Hampshire para arañar los últimos votos. Presidiendo el discurso, la presidenta de la Cámara de Representantes, Nancy Pelosi, la mujer que abrió la deshonrosa puerta para su fallida destitución a finales de septiembre.

La portavoz de la Casa Blanca, Stephanie Grisham, defendía que Trump ignorará el *impeachment* en su discurso. "Creo que esto ya ha durado demasiado y si nos fijamos en las encuestas el pueblo americano está, francamente, aburrido de ello". Pero los asesores de Trump no parecían tenerlas todas consigo. Y a pesar de que le han recomendado que se mantenga todo lo distante que pueda del *impeachment*, todo el mundo es consciente de que el presidente es impredecible y va por libre. Se preguntaba el senador republicano de Luisiana, Bill Cassidy: "¿Alguien



Trump, en un mitin en Des Moines el jueves. (J. ANDRELL/GETTY)

imagina lo que el presidente Trump va a hacer. Desde luego, yo no", se preguntaba y respondía enfático.

Si nos remontamos a la historia, Bill Clinton pronunció en 1999 este mismo discurso el mismo día en que su equipo legal comenzó su defensa frente al Senado. Durante su alocución, que duró algo más de una hora, Clinton no mencionó ni una sola vez el juicio político. Quienes redac-

Doble réplica en inglés y en español

El discurso del estado de la Unión reúne una vez al año en el Capitolio a senadores, congresistas, jueces del Tribunal Supremo y a los miembros de la Administración. Para esta ocasión, el Partido Demócrata decidió hacer una doble réplica al discurso presidencial. Por un lado, respondería al presidente la gobernadora de Michigan, Gretchen Whitmer. Y la congresista latina por Texas, Verónica Escobar, se encargaría de hacer la réplica en español. Esta última se ha destacado por denunciar la dura política migratoria de Donald Trump y fue un importante punto de su comunidad tras el ataque que sufrió en 2019 la ciudad de El Paso.

en modo total de campaña, belicoso y fanfarrón. "Creo que una vez más va a ser el presidente", declaró el senador demócrata de Montana, Jon Tester. Lo que esto significa queda abierto a interpretación.

Los asesores del presidente habían elaborado un discurso basado en cinco grandes pilares. Por un lado, como ya defendió en el Foro de Davos a finales de enero, se dedicaría a exaltar el gran desempeño que ha logrado la clase obrera bajo su mandato, fruto directo —según ese relato— de sus negociaciones comerciales con China, México y Canadá. Con la vista puesta en noviembre, el mandatario recordaría las políticas adoptadas por su Administración para ayudar a las familias trabajadoras. La sanidad, la lucha contra la inmigración ilegal y la seguridad nacional terminan de dibujar ese panorama idílico que Trump quiere vender a sus votantes de cara a su reelección.

"Vamos a dar un mensaje muy, muy positivo", avanzaba el mandatario durante el fin de semana. Pero eso era cuando los caucus de Iowa todavía no se habían convertido en la vergüenza de un recuento catastrófico y Trump no acariciaba tan de cerca su reelección.

- Documento 25: *El País*, 18 de febrero de 2020, p. 8.

Trump trata de influir en las primarias

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, irrumpió el pasado viernes en la campaña de primarias de Carolina del Sur a pesar de que el Partido Republicano no está en las papeletas. Quiso mandar un mensaje, incluso dudando de la legalidad electoral del mismo. Donald Trump puso en marcha la llamada Operación Caos.

Debido a que no es necesario estar registrado como votante de ningún partido para poder votar en este Estado sureño, el presidente pidió a sus fieles que ayer acudieran en masa a votar por Bernie Sanders, el senador por Vermont que se autodenomina "socialista demócrata". Con esa maniobra tenía dos objetivos: echar de la carrera a Joe Biden y lograr que el nominado del Partido Demócrata para medirse con él en las presidenciales sea el hombre que, según las encuestas, tiene pocas posibilidades de derrotarle en noviembre.

- Elena Reina, corresponsal en México
 - Documento 26: *El País*, 2 de febrero de 2020, p. 10.

INTERNACIONAL

Las ONG tienen restringido el acceso a instalaciones donde miles de solicitantes de asilo viven hacinados y atrapados

El muro de Trump empieza en los centros de México

ELENA REINA, México
 Un joven de 15 años está tumbado en una colchoneta sin moverse. Su madre, desesperada, le pone paños húmedos a su frente ardiendo. En la calle el termómetro marca 36 grados centígrados, pero en ese cuarto insalubre en el centro de Tapachula (Chiapas, frontera con Guatemala) la sensación es de por lo menos cinco más. No ha pronunciado una palabra desde que salieron de la estación migratoria Siglo XXI, donde estuvieron detenidos 24 días. Diarrea, depresión, angustia. Todo ese tiempo estuvo en una zona separada de su madre y su tía, con quienes llegó un mes antes de Comayagua (Honduras) huyendo de una amenaza de la pandilla Barrio 18. "Si nos quedamos un día más ahí encerrados, pido que me regresen a mi país aunque allá quieran matarme", resumía Sara Gómez. Su nombre, como el de la mayoría de los migrantes que han pisado estos centros y han accedido a esperar en libertad el largo proceso de solicitud del asilo —que puede durar meses—, es ficticio. El temor a que cualquier tropiezo con las autoridades los devuelva en autocar a Honduras es más fuerte que la necesidad de denunciar públicamente lo que sucede ahí dentro. México deportó en 2019 a más de 117.689 migrantes, los suficientes para llenar el Estadio Azteca. "Nos decían que la comida



Un migrante centroamericano con su hijo, el 20 de enero en la frontera entre Guatemala y México. / JOHAN GONZALEZ (AFP)

taron hacinamiento en todas las estaciones, abusos de poder de las autoridades, falta de atención médica y psicológica, también de acceso a una asesoría jurídica, escaso contacto con el exterior, "muchas personas aseguraron no haber podido llamar a sus familiares nunca"; prácticas de castigo y áreas de aislamiento; extorsiones "de forma generalizada"; insuficiencia de personal médico; falta de higiene en las instalaciones, además de un exceso en los plazos establecidos de privación de su libertad. Los investigadores concluyeron que las estaciones migratorias funcionan en la práctica como centros penitenciarios. "No es un campo de refugiados. Es una cárcel", explicaba en inglés Zuhir Bou nou, un migrante marroquí, en las calles de Tapachula hace meses sobre el centro Siglo XXI.

Nueva ley

Existen más centros migratorios. Unos que son provisionales y no se permite una estancia de más de 48 horas o siete días. Otros, llamados concentradores, donde el plazo máximo es de 15 días para resolver el proceso migratorio. En estos últimos, en el caso de que se extienda por motivos establecidos en la ley, el plazo máximo sería de 60 días. El informe documentó casos en los que algunos migrantes habían estado encerrados hasta ocho meses.

ahí lleva yodo para que se nos quite el hambre. Todo el día te pasas haciendo fila para comer solo una vez", dice Gómez.

La estación migratoria Siglo XXI de Tapachula es la más grande del país, con una capacidad para 960 personas. Ubicada en la ciudad más importante de toda la frontera con Guatemala, aglutina el flujo de migrantes detenidos en carretas, caminos y rincones perdidos de la selva. "Todos los que van a ser deportados tienen que pasar por este centro, excepto los llamados extracontinentales, africanos, asiáticos y todos aquellos cuyo regreso obligue a subirse a un avión en el aeropuerto de la Ciudad de México o de Toluca", explica Aldo León, de Voces Mesoamericanas. Según las cifras de Gobernación (Interior), entre enero y noviembre de 2019 fueron detenidas 179.335 personas, de ellas 77.380 en el Estado de Chiapas. "Dormíamos sentadas, ni siquiera había una cama para cada una de nosotras. Nos trataban como a perros", contaba Gómez.

El martes, un anuncio del Instituto de Migración puso en alerta a todas las organizaciones civiles encargadas de estos temas. El Gobierno suspendió el acceso de las ONG a las estaciones migratorias. Y la noticia provocó un escándalo internacional. Las oficinas mexicanas de la ONU detuvieron el trabajo de las asociaciones y el presidente mexicano, Andrés Manuel López Obrador, negó esta medida menos de 24 horas después. "Todo parece impro-



Instalaciones de la estación migratoria Siglo XXI en Tapachula, el 22 de enero. / J. A. MARTÍNEZ CASARES (REUTERS)

visado o decidido en función de los intereses por cumplir con el papel de guardián de la frontera de EE UU", señalaba Salvador Lacruz, coordinador del área de incidencia política del Centro de Derechos Humanos Fray Matías. El jefe del Instituto Nacional de Migración, Francisco Garduño, explicó en una rueda de prensa la entrada a las organizaciones, pero si se reprogramarán las visitas. Algo que las ONG reciben como una traba más en su trabajo diario, ya de por sí obstaculizado por la burocracia mexicana.

El país detuvo a 179.335 inmigrantes entre enero y noviembre de 2019

Un informe revela la violación de los derechos en los establecimientos

La misión de estas ONG consiste principalmente en acompañar y asesorar jurídicamente en los trámites de solicitud de asilo a los migrantes, pero también desde hace años han denunciado las condiciones de hacinamiento en las que viven y la "criminalización" a la que son sometidos.

Un informe de 2017 del Consejo Ciudadano del Instituto Nacional de Migración monitoreó los 59 centros migratorios del país y reveló prácticas en el interior de los centros que violaban los derechos de los migrantes. Documen-

Desde hace nueve años, cuando se promulgó la Ley de Migración y el reglamento de estos centros, las ONG no pueden acceder en su trabajo diario a todas las instalaciones de estos recintos. Nadie de forma independiente y sin un aviso a la institución puede revisar lo que sucede entre esos muros. La norma establece que se permitirán zonas adecuadas para las visitas. Y los activistas consultados por este diario confirman que siempre han accedido a despachos sin ventilación donde los migrantes llegan para explicarles sus quejas y recibir asesoría legal.

"Tenemos un horario concreto, como en un penal, dos veces por semana unas pocas horas: de diez a dos de la tarde. (...) Pero aun así, ese trabajo es muy valioso para conocer lo que pasa y para una labor preventiva de las violaciones de los derechos humanos", explica Lacruz.

"En nuestro caso, atendemos en San Cristóbal de las Casas, Comitán y Tuxtla (centros de Chiapas) en áreas sin las condiciones necesarias para hacerlo de forma independiente, con policías observando y escuchando lo que nos cuentan. Nunca hemos podido entrar a las zonas donde ellos viven", señala Aldo León.

Desde que Donald Trump amenazara a México con imponer aranceles a sus productos si no lograba frenar la crisis migratoria, la situación en la frontera sur se ha endurecido y la militarización de los límites con Guatemala es una realidad.

- Juan Carlos Sanz, corresponsal en Jerusalén
 - Documento 27: *El País*, 2 de febrero de 2020, p. 12.

La Autoridad Palestina rompe relaciones con Israel y EE UU tras el plan de Trump

JUAN CARLOS SANZ, Jerusalén
 En una declaración que pone en peligro la estabilidad en Tierra Santa, el presidente de la Autoridad Palestina, Mahmud Abbas, dio ayer por rotas las relaciones con Israel y Estados Unidos tras rechazar el plan de paz presentado el martes por Donald

Trump en la Casa Blanca. La ruptura de la coordinación de los agentes de seguridad palestinos con las fuerzas israelíes y con la CIA, que ha seguido activada pese a las disputas políticas, amenaza con desencadenar un retorno de la violencia en Cisjordania, Jerusalén y en el mismo Estado judío.

Mahmud Abbas lanzó su respuesta a Trump en una sesión extraordinaria de la Liga Árabe celebrada en El Cairo, antes de que el órgano regional acordara negarse a cooperar con Washington en la ejecución del proyecto.

El conocido como *acuerdo del siglo* impone condiciones inaceptables para los palestinos, como la declaración de Jerusalén como capital de Israel, y da vía libre a la anexión de los asentamientos judíos y del valle del Jordán (más de un 30% de Cisjordania).

"Le hemos dicho mil veces no a Trump", recordó el presidente de la Autoridad Palestina. "No hay lugar en la mesa de negociaciones para ninguna parte de este acuerdo", recalcó Abbas, quien había solicitado la convocatoria extraordinaria del organismo panárabe para "prevenir que surja un consenso que legitime la propuesta de EE UU".

Representantes diplomáticos de Emiratos Árabes Unidos, Baréin y Omán asistieron a la presentación del plan de Trump en la Casa Blanca junto con el primer ministro israelí, Benjamin Netanyahu. Gobiernos próximos a Estados Unidos, como los de Arabia Saudí y Egipto, han solicitado a los palestinos "estudiar cuidadosamente" la propuesta sin rechazarla de entrada.

No es la primera vez que el ruis palestino anuncia la ruptura de lazos con Israel. En marzo de 2015, la Organización para la Liberación de Palestina acordó la sus-

penión de la cooperación de seguridad, sin que llegara a ejecutarse la decisión. En julio del año pasado, Abbas aseguró que iba a dejar de aplicar los acuerdos suscritos con Israel, sin que la declaración se plasmara en hechos.

La dirección política palestina tiene previsto resumirse en los próximos días para poner en marcha la decisión del presidente. Las protestas populares contra el *acuerdo del siglo* han tenido un

limitado seguimiento. El masivo rezo del viernes se desarrolló sin apenas incidentes en la emblemática mezquita de Al Aqsa, en la Ciudad Vieja de Jerusalén, y la normalidad era patente este fin de semana en ciudades de Cisjordania como Hebrón o Belén.

"El plan de paz nos deja a los palestinos apenas el 11% del territorio histórico [el del mandato británico hasta 1948]", aseguró Abbas en El Cairo. "Hemos aceptado las fronteras de 1967, que representan el 22%". Sostuvo también que la Autoridad Palestina sigue apostando por un proceso de paz regulado por "un mecanismo" en el que participe la comunidad internacional y no solo Washington. "Nunca aceptaré este plan", remachó el veterano líder, próximo a cumplir los 85 años. "No quiero pasar a la historia como quien vendió Jerusalén".

El ruis recordó que se había negado a hablar con Trump por teléfono, antes de informar a la Liga Árabe de que llevaría la cuestión palestina ante el Consejo de Seguridad de la ONU.

La propuesta de la Casa Blanca ofrece la permuta de territorios israelíes a los palestinos en compensación por la anexión de los asentamientos y del valle del Jordán, y postula la congelación durante cuatro años de la expansión de las colonias judías. Como capital del futuro Estado palestino, ofrece suburbios de Jerusalén separados por las barreras y muros erigidos por Israel.

La Liga Árabe rechaza el 'trato del siglo'

Los ministros de Asuntos Exteriores de la Liga Árabe, reunidos ayer en la capital egipcia a petición de la Autoridad Palestina, rechazaron de plano la iniciativa de paz del presidente estadounidense, Donald Trump. También reafirmaron el derecho de los palestinos a contar con un Estado propio dentro de las fronteras anteriores a la guerra de 1967, cuando Israel ocupó los territorios de Gaza y Cisjordania, y con capital en la parte oriental de Jerusalén. "El plan de Trump no respeta los derechos fundamentales y las aspiraciones de los palestinos", concluyó la Liga Árabe.

- Pablo Ximénez de Sandoval, corresponsal en Los Ángeles, California
 - Documento 28: *El País*, 4 de febrero de 2020, p. 31.

La actuación de Shakira y Jennifer Lopez en el intermedio del partido ratifica el auge de la herencia hispana en Estados Unidos

Super Bowl, el contrapeso latino a Trump

PABLO X. DE SANDOVAL
Los Angeles

La champeta

Fueron 14 minutos de "puro furor", según la crítica de *Variety*. "Uno de los espectáculos con más energía y más entretenidos de la Super Bowl en años", ha escrito *The Hollywood Reporter*. "El glorioso sonido poliglota de América en 2020", dice el crítico de *Los Angeles Times*. "Grandioso", comenta *Rolling Stone*. El arrollador espectáculo de Jennifer Lopez y Shakira el domingo en la Super Bowl ha generado mayor impacto en la conversación nacional de EE UU que la victoria de los Kansas City Chiefs sobre los San Francisco 49ers. Por primera vez, dos artistas latinas tuvieron el escenario del acontecimiento televisivo del año para ellas solas. Lo que vieron 102 millones de norteamericanos en el intermedio del partido no fue una rareza de minorías, sino una acertada representación de la realidad de su propio país, en un momento además de especial necesidad para los latinos.

El éxito de Lopez *Let's Get Loud* ("Hagamos ruido", en traducción libre) lo comenzó a cantar su hija Emme, de 11 años. Shakira tocaba la batería. Entonces Lopez apareció con las banderas de Puerto Rico y EE UU y gritó, "¡latinos!". La canción ya tenía otro significado en ese momento. Por si alguien no lo estaba pillando, Emme empezó a cantar *Born in the USA*, de Bruce Springsteen. Las personas de herencia hispana en Estados Unidos suman 50 millones de personas y están alcanzando sus mayores hitos en el momento de mayor reacción

alcanzando sus mayores hitos en el momento de mayor reacción del Estados Unidos conservador contra esta comunidad. La elección de Donald Trump como presidente es quizá la mayor expresión de desprecio hacia los hijos y nietos de inmigrantes latinoamericanos en décadas. Trump no ha dejado de hacer evidente esa tensión cada día de su presidencia. Al mismo tiempo, la música en español triunfa entre los jóvenes, los directores mexicanos arrasan en los Oscar y la estrella política del momento es una joven congresista de la misma cultura neoyorquina que Jennifer Lopez. Ese *Let's Get Loud* que queda para la historia de la televisión llega además justo cuando arrancan las primarias en Iowa y en plena campaña de movilización del voto latino para las elecciones de noviembre. Los números dicen desde hace años que los latinos son un grupo de votantes que por sí solo puede decidir elecciones. Abandonados por los republi-

caribeña que llegó de África

Una terapia, el orgullo champeta, picotero. Eso puede ser, en las palabras que se usan en caribe colombiano, lo que vieron millones de personas en la Super Bowl cuando Shakira bailó al ritmo de lo que en Colombia se conoce como champeta. Fueron solo 28 segundos pero podrían ser claves para despertar mayor interés en este género que ha marcado el ritmo del Caribe en los últimos treinta años. "Es un llamado al orgullo a la inclusión y reconocimiento a un género que ha estado excluido. Shakira se la puso al oído al mundo entero lo cual no quiere decir que la champeta sea nueva", dice Ariadna Padrón, gestora cultural cartagenera. Y aclara que el género viene de mucho tiempo atrás.

La champeta procede de los barrios, del ambiente de la verbena popular y no es nueva. Tampoco es sonido homogéneo, de hecho, lo del domingo no es estrictamente champeta sino *soukous*. En todo caso, y bajo el nombre que sea refleja la historia africana y los caminos que tomó al llegar al Caribe colombiano. "El sonido de la champeta está directamente relacionado con el de la

champeta está directamente relacionado con el de la rumba congoleña y de Zaire, al *soukous* de África central. Es el mismo compás. En su sonido el gran protagonismo es de la guitarra y de cierta organeta Cassio que hace efectos de sonido", explica el periodista musical Jaime Monsalve, de Radio Nacional de Colombia. / C. OJUNDO

canos en un tema muy sensible como la inmigración, que afecta a sus familias y amigos, los votantes latinos favorecen a los demócratas. Sin embargo, la falta de movilización es una fuente constante de frustración de los estrategas políticos. Este es el año en el que eso tiene que cambiar.

"Que dos latinas hagan esto en este país y en este momento, nos da mucho poder", decía Lopez en una rueda de prensa de presentación del *show*. "Estoy muy orgullosa de ayudar a establecer ese



Shakira y Jennifer Lopez, en su actuación durante el intermedio de la Super Bowl en Miami. / A. WESS (AFP)



Jennifer Lopez canta con su hija Emme Maribel Muñoz. / ELSA (AFP)



Jennifer Lopez canta con su hija Emme Maribel Muñoz. / ELSA (AFP)

Lopez: "Que dos latinas hagan esto en este momento nos da mucho poder"

Shakira: "Es un gusto ver que será un recordatorio de la diversidad del país"

mensaje y hacerlo avanzar". Shakira añadió que "es un momento muy importante para la comunidad latina en este país". "Creo que la Super Bowl es un evento muy americano, lo más americano que hay. Es un gusto ver que va a ser un recordatorio de la herencia de este país, que es una herencia de diversidad", dijo Shakira. "Este *show* va a tener una connotación social importante".

El espectáculo estaba producido por Roc Nation, la compañía del magnate del rap Jay-Z. La liga

NFL acudió a Jay-Z después de las críticas por contratar a Maroon 5, un grupo de puro pop blanco, para la Super Bowl del año pasado en Atlanta, donde bule un nuevo *hip hop*. El encargo era que la empresa de Jay-Z ayudara a la NFL a estar más en sintonía con la realidad norteamericana. Básicamente, a darse cuenta de cosas como que el *hip hop* es la música *mainstream* de Estados Unidos hace años. En una entrevista con *The New York Times*, el

Unidos hace años. En una entrevista con *The New York Times*, el ejecutivo de Roc Nation Juan Perez decía: "Alguien tiene que dar una patada a la puerta y recibir el primer tiro. Nosotros somos esa empresa".

Si para un *show* en Atlanta habría sido conveniente llevar estrellas del *hip hop*, para el de Miami (70% de población de herencia hispana), Jay-Z buscó a dos superestrellas latinas. Jay-Z le había pedido personalmente a Gloria Estefan, primera latina en actuar en la Super Bowl en 1992, que saliera también en la actuación, según reveló ella misma en una entrevista con *ET*. La cantante, verdadero símbolo de la élite latina de Miami además de mentora de Shakira, rechazó la oferta porque supone mucho estrés y meses de preparación. "Lo he hecho dos veces. Creo que las dos mujeres que lo van a hacer son perfectas para representar a Miami".

MÁS INFORMACIÓN EN LA PÁGINA 36