

**Una estrella en la Casa Blanca:
Análisis del cubrimiento del primer año presidencial de Donald Trump en la revista Jet-
Set**

Trabajo de grado para optar al título de periodista

Sergio Castrillón Uribe

Facultad de Comunicaciones y Filología, Universidad de Antioquia

Pregrado de Periodismo

Asesora

Elvia Elena Acevedo Moreno

14 de abril de 2021

*Dedicada a Ruth, Nora y Delfina
quienes me enseñaron el verdadero
significado de la resiliencia.*

Contenido

Resumen	5
Introducción	6
Capítulo I: El contexto del análisis de contenido	9
1.1. El análisis de contenido	10
1.2. La teoría del encuadre	12
<i>1.2.1. El encuadre: de la psicología hasta la comunicación</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2. La independencia de la teoría del encuadre en el área de las comunicaciones</i>	<i>17</i>
1.3. Estado del arte sobre análisis a medios de comunicación dedicados a la farándula	18
1.4. La revista Jet-Set	25
<i>1.4.1. ¿Qué es el Jet-Set?</i>	<i>25</i>
<i>1.4.2. Revista colombiana Jet-Set en 2017</i>	<i>26</i>
<i>1.4.3. Grupo empresarial Publicaciones Semana S.A.</i>	<i>33</i>
<i>1.4.4. Mercado actual de revistas de entretenimiento en Colombia</i>	<i>36</i>
1.5. Los conceptos de público, privado e íntimo en el entorno de la comunicación periodística	40
1.6. La familia: funciones sociales y relación con las campañas políticas.	46
1.7. Trump: de magnate a presidente de los Estados Unidos	50
<i>1.7.1. El empresario Trump</i>	<i>51</i>
<i>1.7.2. El político Trump</i>	<i>54</i>
1.8. La familia Trump	61
<i>1.8.1. Ivana Zelníčková</i>	<i>61</i>
<i>1.8.2. Marla Maples</i>	<i>63</i>
<i>1.8.3. Melania Knauss</i>	<i>64</i>
<i>1.8.4. Donald John Trump Junior</i>	<i>66</i>
<i>1.8.5. Ivana Marie “Ivanka” Trump</i>	<i>68</i>
<i>1.8.6. Eric Frederick Trump</i>	<i>70</i>
<i>1.8.7. Tiffany Ariana Trump</i>	<i>70</i>
<i>1.8.8. Barron William Trump</i>	<i>71</i>
<i>1.8.9. Hermanos Trump</i>	<i>72</i>
Capítulo II: Metodología	74
2.1. Muestra de artículos	74
2.2. Categorías de análisis	75
<i>2.2.1. Categorías generales</i>	<i>76</i>

2.2.2. <i>Categorías específicas</i>	78
2.2.3. <i>Categorías específicas para artículos opinativos</i>	82
Capítulo III: Hallazgos e interpretaciones del primer año presidencial de Donald Trump en la revista Jet-Set	85
3.1. Hallazgos generales	85
3.2. Hallazgos de encuadres específicos de la información	99
3.2.1. <i>Encuadre de apariencia física y vestido</i>	101
3.2.2. <i>Encuadre de vida privada y sus implicaciones en el gobierno</i>	105
3.2.3. <i>La importancia de la primera dama en Estados Unidos</i>	117
3.3. Otros encuadres	124
3.4. Hallazgos de opinión	127
3.5. Hallazgos mixtos	145
3.6. Frases de Donald Trump	149
Conclusiones	152
Referencias provenientes de la revista Jet-Set	159
Referencias adicionales	161
Anexos: 1. Fichaje Jet-Set 2017; 2. Artículos de Jet-Set 2017; 3. Artículos de opinión Jet-Set 2017; 4. Artículos mixtos Jet-Set 2017	

Resumen

Donald Trump asumió la presidencia de Estados Unidos en el periodo 2017-2021, un hombre proveniente del mundo del entretenimiento sin mucho trasegar político. Tras su victoria, comenzó alrededor del mundo el cubrimiento de su administración; Colombia no fue la excepción, pero, al ser un personaje proveniente de la farándula, es pertinente preguntarse cómo justamente un medio de ese nicho cubrió su primer año al frente del país.

El presente trabajo de grado es un análisis de contenido que da cuenta del cubrimiento del primer año presidencial de Trump en la revista colombiana *Jet-Set*, publicación que actualmente no circula, pero que en 2017 siguió a la estrella de la televisión estadounidense frente al poder.

Con el apoyo de la teoría del encuadre en comunicaciones y los conceptos de vida pública, privacidad, intimidad, familia y *star system* se pudo concluir que la revista promovió una imagen negativa del mandatario a través de información sobre su familia, su vida privada y opiniones críticas hacia su gestión y su comportamiento ético-moral; además se proponen reflexiones en torno a la relación del entretenimiento con los medios de comunicación y la política.

Palabras clave: Análisis de contenido; Entretenimiento; Política; Donald Trump; Vida pública

Introducción

El 20 de enero de 2017 el empresario neoyorkino Donald John Trump tomó posesión como el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos de América. A partir de ese momento una serie de escándalos y opiniones divididas frente a su victoria y sus propuestas de campaña estuvieron presentes en las páginas de la mayoría de diarios, semanarios, revistas y suplementos periodísticos en el mundo.

Colombia no fue la excepción a este hecho noticioso importante para la política internacional; durante el transcurso del 2017 la presidencia de Donald Trump fue uno de los temas más importantes para los medios de comunicación tradicionales, que cubren las llamadas noticias “duras”, pero también para aquellos que se vuelcan sobre otro tipo de realidades más livianas. Así que, en búsqueda de otra mirada con menos formalismos y lenguaje más directo, se planteó como pregunta clave de la investigación: ¿cómo cubrió un medio de entretenimiento el primer año presidencial de Donald Trump? A través de este interrogante se llegó a la revista de sociedad *Jet-Set*, una publicación que incluye en su contenido menciones a la política, la economía y la sociedad del entretenimiento nacional e internacional.

Analizar una revista cuyo principal objetivo es entretener a sus lectores es pertinente porque, en general, la investigación en cubrimientos mediáticos se ha enfocado en publicaciones de noticias generales y de lo que se trataba era de observar otro tipo de medio, aquel que se dedica al mundo de la farándula, al que, justamente, pertenece Trump.

Observar los discursos de ese tipo de revistas es interesante porque por más banales y superfluos que sean transmiten mensajes a la sociedad, estos son aprehendidos, reproducidos y contribuyen con la formación de las opiniones de la ciudadanía. Lo informal, lo entretenido también forma parte de la sociedad y su conocimiento es necesario para entender en conjunto

sus valores y antivalores y así evitar una mirada elitista que no reconoce la cultura popular, otras formas de comunicar y sus patrones de consumo.

En concordancia, el objetivo principal del presente trabajo de grado consistió en descubrir cómo fue cubierto el primer año presidencial de Donald Trump en la revista de sociedad *Jet-Set*; valiéndose del análisis de contenido, técnica de investigación que combina los enfoques cuantitativo y cualitativo y que ahonda en los mensajes comunicativos y su significado.

Con el apoyo de la teoría del encuadre en comunicaciones y la profundización en conceptos como familia, vida pública, vida privada, intimidad y *star system* fue posible contextualizar los hallazgos de la muestra de artículos de *Jet-Set* en el año 2017 y dar respuesta al cubrimiento del medio en sí mismo, al por qué se dio dicho seguimiento de la presidencia de Estados Unidos y a la reflexión en torno al entretenimiento y su papel en los medios de comunicación y la política partiendo de dos preguntas adicionales: ¿Por qué una revista de farándula cubre temas políticos? Y ¿Realmente es mala la unión entre política y entretenimiento?

El informe que aquí se presenta está organizado en tres capítulos; el primero reúne todo el contexto del análisis de contenido, es decir, desde la teoría y los conceptos —utilizados para generar inferencias al relacionarlos con los hallazgos de la muestra— hasta información sobre la revista *Jet-Set*, la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales de 2016 y detalles de su vida como empresario, personalidad de televisión, político, así como su familia más cercana.

El segundo capítulo profundiza en la metodología de la investigación, la selección de la muestra de análisis y el establecimiento de las categorías en las que se clasificaron los artículos de *Jet-Set*, sus criterios y la forma como se codificó la información para su posterior análisis.

En el tercer capítulo se encuentran los hallazgos, partiendo desde lo general hasta lo específico, así como desde lo manifiesto hacia lo latente, el trasfondo de la información para generar interpretaciones.

Posteriormente se encuentra un apartado de conclusiones donde se establecen las respuestas a las preguntas claves que guiaron la investigación, tomando como base las inferencias que surgieron entre el contexto del análisis y lo encontrado en la muestra de *Jet-Set* en 2017. Por último, se presentan las referencias de los artículos de la revista que fueron citados y otras referencias a publicaciones externas que también aportaron solidez a la investigación.

Capítulo I: El contexto del análisis de contenido

El contexto es el conjunto de información que rodea a cualquier tema y cuyo conocimiento es fundamental para comprender los significados; se trata de un compendio de circunstancias físicas y abstractas que el lector debe adquirir previamente para interpretar adecuadamente los hechos; el contexto condiciona el análisis de cualquier fenómeno porque lo delimita de acuerdo al lugar, la cultura, la sociedad, la política, la economía o el momento histórico en el que se produce.

Al interior del análisis de contenido, el contexto es la unidad de análisis donde se incluyen todos los datos y características del tema a tratar que están por fuera de la unidad de registro; es decir, son los elementos que no se encuentran en los textos de la muestra, pero que son necesarios para elaborar inferencias sobre el contenido manifiesto y latente de los artículos (Andréu, 2002).

En el caso del presente trabajo de grado el contexto es la información extra que envuelve y da sentido al cubrimiento del primer año presidencial de Donald Trump por parte de la revista Jet-Set. Al marco contextual pertenecen: la descripción del análisis de contenido, la teoría del encuadre, las investigaciones previas sobre las revistas de entretenimiento, las nociones de familia y sus funciones sociales, los conceptos de público, privacidad e intimidad, las características de Jet-Set como medio de comunicación, el repaso por la vida personal y profesional de Donald Trump, las generalidades de su familia y finalmente la victoria en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. Todos estos componentes del contexto serán abordados en detalle a lo largo de este capítulo.

1.1. El análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica de investigación en ciencias sociales orientada a la interpretación de los mensajes comunicativos de un grupo de textos a través de la extracción de sus significados manifiestos y latentes (Andréu, 2002) (Cáceres, 2003). El concepto ha variado desde que se sistematizaron sus reglas metodológicas entre 1940 y 1950 hasta la actualidad; en principio fue definida como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones con el fin de interpretarlas” (Barelson en Cáceres, 2003, p. 55).

Sin embargo, la definición de Barelson deja por fuera de estudio el contenido latente de los mensajes comunicativos (Andréu, 2002). Ante esta restricción surgieron otras definiciones que trataron de integrar los aportes que no podían ser medidos mediante indicadores numéricos: “El análisis de contenido es una técnica para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto” (Hostil y Stone en Andréu, 2002, p. 3).

La ausencia de conceptos como cuantitativo y manifiesto hizo posible avanzar en una perspectiva integral en la cual el objetivo del análisis de contenido pasó de ser meramente descriptivo a uno interpretativo, propuesto en subsecuentes definiciones gracias a las nociones de inferencia y contexto: “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p. 28); bajo esta perspectiva no es obligatorio el uso de mediciones cuantitativas y se reconoce que a través de las inferencias, que surgen de la relación entre la muestra y el contexto de la misma, es posible interpretar el contenido latente de la comunicación.

En concordancia, en la actualidad “es posible hablar de dos modelos: el análisis de contenido clásico, aquel que evolucionó a partir de las primeras definiciones de la técnica, el cual presenta una metodología cuantitativa y está orientado a la contrastación, comprobación o demostración de una teoría previamente formulada; y el análisis de contenido cualitativo, que profundiza en el contenido latente de los mensajes y el contexto donde estos se desarrollan, de este modo está encaminado a descubrir, captar o comprender una teoría, una explicación o un significado” (Andréu, 2002, pp. 20-24).

Con respecto al trabajo de grado que aquí se presenta, el modelo de análisis de contenido que mejor se adapta es una combinación de ambos, un enfoque mixto en el que se parte de conteos y enumeraciones para elaborar las categorías de análisis, pero que busca adentrarse en los significados latentes de los mensajes periodísticos. Este enfoque permite detectar los encuadres específicos —provenientes de la teoría del encuadre— que usa Jet-Set para transmitir información sobre la presidencia de Donald Trump, así mismo permite encontrar las diferentes tendencias de opinión a las que la revista da espacio en sus páginas; en síntesis, esta propuesta de análisis capta “cómo” el medio percibe y comunica el tema a su audiencia según su línea editorial, desvelando en el proceso la relación entre política y entretenimiento.

La pertinencia de un análisis de contenido mixto del cubrimiento al primer año presidencial de Donald Trump en la revista Jet-Set se justifica en la necesidad de profundizar en la información y opinión procedentes de los medios de nicho. Conforme los medios van segmentando sus públicos y las dinámicas del mercado aumentan la competitividad para atraer audiencia se crean nichos periodísticos; estos engloban formas definidas de contar la realidad que se alejan del estilo de los medios generalistas, sobre los cuales recae la mayoría de análisis de contenido.

¿Qué pasa con ciertos medios especializados, como los dedicados al mundo de la farándula? Generalmente, no son analizados quizás por ser publicaciones con audiencias delimitadas y por

no seguir las reglas del periodismo tradicional de la “seriedad” informativa; es decir, normalmente son medios que no se estudian y, por lo tanto, de ellos se desconocen sus matices manifiestos y latentes.

Concretamente los pertenecientes al segmento del entretenimiento han sido tachados de superficiales y banales. Lo son, sin embargo, y en aras de la libertad de expresión, constituyen una forma válida de comunicar acontecimientos y aunque se debatan sus métodos, la ética e incluso si es periodismo lo cierto es que transmiten una visión de la contemporaneidad e ideas que se diseminan al interior de la sociedad pues a la larga en todo proceso comunicativo —por básico que sea— siempre hay trasfondo.

Con la llegada del magnate inmobiliario y celebridad de televisión Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos, uno de los actores geopolíticos más importantes, es oportuno indagar en un medio que se muestra ante la opinión pública como el intermediario entre las ocurrencias de las élites del mundo y el colombiano de clase media-alta. Es oportuno porque la imagen que la revista “vende” de Donald Trump y su familia ayuda a sortear la dicotomía entre información y entretenimiento que se ha impuesto; un todo o nada en el que no hay cabida para analizar los significados en los textos destinados a entretener, conmover o pasar el rato y que —quieran o no los investigadores y los medios tradicionales— también encaminan o refuerzan juicios de valor en la audiencia apelando a los estereotipos y al discurso emocional.

Así, el análisis de contenido a *Jet-Set* permite hacer inferencias acerca del entretenimiento y la política, ámbitos que hoy en día se fusionan permanentemente.

1.2. La teoría del encuadre

Este apartado está dedicado a la teoría del encuadre, en la que se fundamenta el análisis de contenido a la revista Jet-Set en torno a la presidencia de Donald Trump en los Estados Unidos.cáceres

1.2.1. El encuadre: de la psicología hasta la comunicación

“La teoría del encuadre o *framing*, en los estudios de comunicación, se define como un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad percibida y se hacen más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (Entman, 1993 en Koziner, 2013, p. 3); estos aspectos seleccionados, en conjunto, se les denomina *frame* o *encuadre*.

El concepto de encuadre, marco o *frame*, fue utilizado por primera vez en 1955 por Gregory Bateson para explicar por qué los individuos atienden a ciertos aspectos de la realidad en detrimento de otros desde una perspectiva psicológica (Koziner, 2013, p. 12). El autor utiliza dos analogías para explicar el significado del concepto: los diagramas de Ven utilizados en la teoría de conjuntos en matemáticas y el marco de un cuadro.

Para Bateson, el encuadre, como el diagrama que engloba los elementos de un conjunto matemático, cumple una doble función: incluir ciertos elementos en su interior y excluir a los que están fuera. Como el marco de un cuadro, el encuadre trata de organizar la percepción del sujeto, incitando a que se atienda a lo que está dentro y a que se ignore lo que está fuera (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 428).

Los investigadores Ardèvol - Abreu (2015) y Koziner (2013) coinciden en que esta primera noción psicológica del encuadre presenta una característica clave: los encuadres son elementos metacomunicativos del lenguaje que permanecen mayoritariamente implícitos y proporcionan “pistas” para interpretar el mensaje que los contiene.

En 1974 el concepto fue retomado por Erving Goffman quien lo redefinió desde la sociología interpretativa. El encuadre tiene una doble acepción: es tanto un marco como un esquema; un marco referido al contexto de la realidad y un esquema o estructura mental que internaliza datos objetivos.

Se expande el significado original de encuadre desde lo individual a lo colectivo, desde lo psicológico a lo sociológico, pues para Goffman los encuadres son instrumentos de la sociedad que permiten mantener una interpretación compartida de la realidad. Esta ampliación del concepto de encuadre servirá para el estudio de los mensajes periodísticos, al considerarse que los medios de comunicación tienen una gran capacidad de generar y modificar los marcos sociales de interpretación, interviniendo en la creación de un discurso social compartido (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 429).

La definición y consecuente aplicación del concepto de encuadre en los estudios de la comunicación surgen de una confluencia entre la perspectiva psicológica y la perspectiva sociológica. De tal modo, los encuadres en comunicación y periodismo son: “la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración o también la idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada” (Sádaba, 200, p. 70); a su vez, son esquemas de pensamiento para reducir la realidad de un acontecimiento noticioso por parte de los periodistas de acuerdo a espacio, tiempo y sus públicos. Simultáneamente las audiencias se encuentran activas frente a los encuadres de los medios, puesto que también tienen encuadres provenientes de la cultura y su propia experiencia personal (*Audience Frames*) que pueden coincidir o no con los provenientes de los medios (*News Frames*).

En consecuencia, diversos autores plantean que los encuadres se encuentran en cuatro lugares del proceso comunicativo: en el emisor (periodista/medio), en los textos comunicativos, en el receptor (audiencia) y en la cultura en la que surgen (Sádaba, 2008, pp. 95-96).

La ubicación de los encuadres en estos cuatro lugares del proceso de comunicación refuerza la función de los enfoques al seleccionar y subrayar aspectos de la realidad. Los periodistas deciden qué comunicar guiados por sus propios esquemas de conocimiento; los textos contienen encuadres en los que se manifiesta la ausencia o presencia de determinadas palabras clave, fuentes de información o imágenes; los receptores también tienen sus propios esquemas de conocimiento, coincidentes o no con los de los periodistas y los textos; finalmente la cultura es como un almacén de los encuadres que se invocan comúnmente. Se trata de esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se generan. En definitiva, son tanto principios mentales de procesamiento de la información como características textuales (Sádaba, 2008, p. 96).

Debido al carácter integral del concepto de encuadre —pues es transversal a todo el proceso comunicativo— existen varios abordajes metodológicos y técnicas dependiendo del proceso en el que se quiera hacer énfasis. Para estudiar la elaboración de las noticias y los encuadres provenientes de los periodistas se suelen realizar observaciones a las salas de redacción y entrevistas de corte cualitativo; para analizar los efectos de los encuadres de las audiencias se recurre a sondeos de opinión y encuestas; por último, para analizar los encuadres presentes en los textos se utiliza el análisis de contenido, técnica que, dependiendo del abordaje de los textos, puede ser inductivo sobre una pequeña muestra o deductivo sobre el corpus total (Amadeo, 2008 y Aruguete, 2009 en Koziner, 2013, p. 23).

Para detectar los encuadres latentes en los textos periodísticos, conocidos como encuadres noticiosos o *news frames*, se suele recurrir primero a la clasificación de los mismos. Los encuadres pueden ser clasificados, según distintos autores, como: generales y específicos; episódicos y temáticos; estratégicos y temáticos; microencuadres y macroencuadres; y, por último, dominantes y no dominantes (Sádaba, 2008, p. 101).

Pese a las diferentes categorías que proponen los teóricos de la teoría del encuadre existe un consenso en torno a la clasificación de encuadres como generales o específicos. Los encuadres generales son aquellos que se pueden usar sin importar el tema tratado en el texto, esta flexibilidad logra que a veces puedan ser usados en espacios físicos, culturales o temporales diferentes, permitiendo comparar un mismo fenómeno desde diferentes posturas. La ventaja de este tipo de aproximación metodológica reside en que puede ser fácilmente replicada en otros estudios donde se analicen objetos diversos. Además, suele aplicarse a muestras amplias, sin necesidad de recurrir a corpus de noticias pequeños para identificarlos previamente, ya que son predefinidos por el investigador (Aruguete, 2010, p. 119).

Por su parte, los encuadres específicos solo son válidos para un tema determinado o un grupo reducido de ellos. Requiere una aproximación abierta a la muestra a analizar, con el objetivo de detectar posibles encuadres presentes en ella. No hay encuadres definidos a priori, por lo que los encuadres que se hallen procederán exclusivamente de la muestra, y no de encuadres utilizados previamente por otros autores o de ideas previas de los investigadores. El principal inconveniente es que, generalmente, se aplica sobre muestras pequeñas, pues el proceso de detección es laborioso y difícilmente replicable (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 434).

1.2.2. La independencia de la teoría del encuadre en el área de las comunicaciones

Así como el concepto de encuadre sienta sus bases en estudios psicológicos y es retomado posteriormente desde un enfoque sociológico, el cuerpo de la teoría utilizada en comunicación social también parte de los mismos orígenes.

Para Ardèvol-Abreu (2015), Koziner (2013), Aruguete (2011) y Vicente y López (2009) la teoría del encuadre en comunicación y periodismo es heterogénea, tanto en su concepto como en sus abordajes metodológicos hasta tal punto que para ciertos investigadores es una teoría “comodín”. Este cuerpo teórico ambiguo se origina por el choque de dos corrientes de pensamiento.

La primera la sitúa como un segundo nivel de la teoría de la *agenda setting* —los medios a través de criterios de noticiabilidad deciden qué es noticia y qué no y cuáles noticias tienen más preponderancia sobre otras— (McCombs, 1997 en Vicente y López, 2009, p. 19). Bajo esta perspectiva los encuadres no serían más que un tipo especial de atributos que por su complejidad permiten definir el problema, interpretar sus causas o proponer un tratamiento (McCombs, 2006 en Ardèvol-Abreu, 2015, p. 426).

En oposición, la segunda corriente plantea la independencia teórica del *framing* y su complementariedad con las teorías de la *agenda setting* y del *priming*¹, pues considera que la primera aborda el “cómo” comunicativo mientras las dos últimas se detienen en el “qué” informativo; “[...] hay una gran diferencia entre tener en cuenta o no un tema (*agenda setting*

¹ La teoría del *priming*, propuesta por Shanto Iyengar y Donald Kinder, se refiere a los factores que influyen en las valoraciones que la gente hace de los personajes públicos. Apoyan la tesis en la limitada capacidad que tiene una persona de almacenar y procesar información en la mente. Cuando a una persona se le pide un juicio sobre, por ejemplo, el presidente de su país, esta no puede realizar un análisis completo y exhaustivo de todo lo que sabe de él, sino que recurre a la información que tiene más asequible en su memoria; la más asequible es la que ha recibido de los medios de comunicación (Sádaba, 2008, pp. 73-75).

y priming), y pensar en ese tema a través de un esquema interpretativo concreto (framing)” (Vicente y López, 2009, p. 21).

La teoría de la agenda plantea que la selección de la noticia determina la percepción pública de la importancia del asunto e, indirectamente, a través del *priming*, la evaluación de los líderes políticos. La teoría del encuadre no se centra en los temas o asuntos que se cubren por parte de los medios de comunicación, sino en la manera concreta de presentar esos temas (Price y otros, 1997, p. 184 en Ardèvol-Abreu, 2015, p. 426).

En la actualidad el debate teórico sobre la independencia o no de la teoría ha sido superado; la mayoría de autores coinciden en que es independiente, pero que puede ser articulada con la *agenda setting* y el *priming* en futuras investigaciones.

Por último, a comienzos del siglo XXI comenzó una etapa de consolidación de la teoría del encuadre como teoría de la comunicación al lograrse un consenso en torno a sus dos principios teóricos: la dualidad psicológica y sociológica del concepto de encuadre y la naturaleza interactiva del proceso *framing* (Periodista/medios - textos - audiencias - cultura); gracias a ambos se explican las definiciones complementarias del encuadre mediático como idea central organizadora de un mensaje periodístico y como efecto cognitivo individual a medio y largo plazo (Vicente y López, 2009, p. 22).

1.3. Estado del arte sobre análisis a medios de comunicación dedicados a la farándula

El presente estado del arte da cuenta de las contribuciones desde comienzos del siglo XXI que han aportado diversos autores en torno a la investigación del cubrimiento que hacen los medios dedicados a la farándula. Es importante aclarar que tales medios, también llamados prensa rosa o prensa del corazón, son aquellos que tienen como foco la vida privada de personajes famosos.

En concordancia con lo anterior también es pertinente mencionar que las investigaciones referentes al tema han abarcado otros medios diferentes al de la revista; especialmente a inicios del siglo XXI con la irrupción de nuevos formatos televisivos en España y que posteriormente serían replicados en Latinoamérica.

La recopilación de publicaciones sobre el tema comienza a partir de 2002 porque es posible que las dinámicas del periodismo de farándula del siglo XX no sean las mismas que imperen en el siglo actual.

En ese cambio de dinámicas se centró Concha Pérez Curier al retomar estudios de otros autores en el siglo XX y compararlos con la parrilla televisiva española dedicada a la farándula en 2002. El análisis de Pérez parte del deber ser del periodismo de espectáculo como especialidad informativa y que encarna el programa Contraportada del medio Canal Sur Televisión, mismo que considera una excepción tras la irrupción de prácticas que han transformado la información que cubren y cómo la cubren.

Según Pérez, anteriormente la prensa rosa se dedicaba a cubrir eventos como matrimonios, fiestas y celebraciones; eventos con cierto aire de “inalcanzables” para el ciudadano del común en España y que, gracias a un profesional experto, podía estar al tanto de ellos. En su ensayo académico la autora concluye que la prensa rosa se ha volcado a cubrir los pormenores de la vida privada de los famosos debido a que: uno, debe competir con los nuevos programas televisivos y dos, debe satisfacer las necesidades de un público que demanda cada vez información más inmediata, lo que conlleva a la mala praxis de los profesionales del periodismo especializado en la farándula.

En síntesis, para la autora, la prensa del corazón en España es una especialización del periodismo que mutó con el cambio de siglo hacia una búsqueda de información sobre los

famosos rapaz e inescrupulosa, carente de principios éticos hasta tal punto que ya no puede ser considerado como especialización periodística (Pérez, 2002, 13-14).

En 2003 el investigador Julián Monge Nájera publicó un análisis de contenido sobre la revista costarricense “Chavespectáculos”, la cual fue censurada por los entes de control a la prensa de Costa Rica al ser clasificada como pornográfica. El autor centró su análisis, que incluye métodos cuantitativos y cualitativos, en las fotografías que aparecen en la revista con el fin de determinar si en realidad se trata o no de publicaciones pornográficas y en segunda instancia analizó el cuerpo textual de las publicaciones de manera breve.

Para el autor es claro que se trata de un caso de censura, pues Chavespectáculos muestra a mujeres empoderadas de sí mismas, que salen adelante en una sociedad que Monge considera patriarcal y que, en ningún momento, hay presencia ni de imágenes ni de textos pornográficos, ya que además de entrevistas a las modelos el resto del corpus de la revista lo componen notas sobre la farándula costarricense.

De vuelta a España, en 2005 la autora Laura Soto Vidal publicó tres ensayos académicos, con cierto tinte de opinión, sobre la prensa del corazón en el país ibérico. Soto sigue la línea que marcó Pérez en 2002: un periodismo rosa cambiante que ya no se dedica solo a informar sobre eventos glamurosos. En el primer artículo, titulado “La prensa rosa”, realiza un estado del arte sobre todas las revistas de farándula que circulan en España y posteriormente analiza los programas del corazón de la parrilla televisiva para concluir que la competencia entre revistas y programas de televisión está afectando la calidad del contenido.

En “Televisión rosa”, Soto describe el sensacionalismo de los programas rosa en España y utiliza el término “*freak*” para designar a aquellos ciudadanos que ingresan en el mundo de la farándula y obtienen fama valiéndose de escándalos que involucran a personajes públicos ya establecidos en el medio; se entienden como personas que obtienen fama a través de escándalos

o por su participación en concursos de telerrealidad (*reallity shows*). Sin embargo, es cuestionable la forma despectiva con la que Soto los describe; pareciera que la autora concibe el mundo del espectáculo como una clase jerárquica, invariable, en la que no se le tiene permitido al ciudadano promedio ascender, pues en sus propias palabras “en realidad no tienen nada que contar”.

Finalmente, en “Prensa rosa: el juego sucio entre periodistas y famosos”, Soto cuestiona las supuestas primicias que dan los famosos a un medio en específico, el uso de los rumores y más grave aún la mentira como medio para conseguir más audiencias o lectores. En cuanto a posibles soluciones a estos fenómenos en la prensa rosa española, la autora propone un pacto entre productores y consumidores con el fin de que la ética prevalezca por encima de los intereses económicos (Soto (c), 2005); una propuesta idealista después de haber descrito una realidad carente de los principios deontológicos del periodismo.

Retomando los aportes de Pérez y Soto, el investigador Carlos Pérez Ariza concluyó que la estructura de la información propia de las revistas y los programas de televisión de farándula se asemeja a la de las telenovelas, pues ambos atrapan al espectador a través de una trama de eventos y rumores.

El discurso informativo, interpretativo y opinativo de los programas de televisión, sobre todo los de periodicidad diaria y aun en las revistas del corazón, se estructuran en torno a relatos de no ficción, semejantes a la estructura ficcional de las telenovelas. De manera que la audiencia se ‘enganche’ a los episodios que van surgiendo en innumerables tramas de la vida real de los protagonistas. Qué es realidad y qué ficción en dichas tramas es difícil de establecer para el espectador, que las sigue como si fueran reales, dada la fuerza de las imágenes. Aquí puede estar la clave de porqué estos programas de la televisión en España, son seguidos por audiencias de millones de

personas. En todo caso, las fuentes, cuando no son explícitas (declaraciones de los protagonistas, pactadas o no) son casi siempre de dudosa comprobación, cuando no son inventadas, es decir, falsas (Pérez, 2007, p. 7).

Bajo una perspectiva diferente a los aportes realizados por los autores españoles, en 2009 Alejandro Ávila Huerta, en su trabajo de grado para optar al título de licenciado en Ciencias de la comunicación, diferencia el periodismo de espectáculos de la prensa rosa.

Ávila realizó un análisis de contenido a la sección de espectáculos del periódico El Universal en México y evidenció que el periodismo de espectáculos, entendido como especialidad periodística y orientado a informar sobre eventos que interesan a un público determinado, se mezcla y se confunde con la prensa rosa que solo se interesa por la intimidad de aquellos que, en la mayoría de ocasiones, son protagonistas de espectáculos (famosos). Con esta diferenciación, Ávila concluye que el periodismo de espectáculos en México está en decadencia, pues, en su sección en El Universal debe cederle hasta el cuarenta por ciento de espacio a la prensa rosa e información asociada con la vida privada de personajes públicos (Ávila, 2009, pp. 116-117).

Un año más tarde, en 2010, Roberto Almendáriz Rueda analizó, en su tesis para obtener el título de magíster en Comunicaciones, el programa de farándula “Vamos con todo” en Ecuador. El autor empleó el concepto de *star system* y ahondó en el del *metarrelato del entretenimiento*. El *star system* es un modelo de cómo se jerarquiza el mundo de la farándula; es importante mencionar que aunque el concepto se use en el ámbito de la televisión es aplicable para otros medios de comunicación, ya que la forma como se priorizan los personajes públicos concuerda con lo mencionado por Pérez (2002) y Soto (2005) en España.

El *star system* televisivo contemporáneo, al que Jean Cazeneuve ha llamado *veterariato*, está compuesto por tres grandes familias, a saber: la aristocracia o élite por

nacimiento, cuya notoriedad viene dada por la sangre y la herencia (y que constituye el objeto predilecto de la ya citada prensa del corazón); la meritocracia o élite por mérito, nutrida por los profesionales más relevantes y distinguidos, entre ellos los profesionales de la política y de las finanzas; y, por fin, los integrantes del mundo del espectáculo, los *entertainers*, formado por cantantes, estrellas de cine, deportistas, modelos, etc. (Gubern, 2000, p. 51 en Almendáriz, 2010, p. 37).

De este modo, el hecho de que la prensa rosa ya no haga eco de las grandes familias y los eventos sociales importantes como en el siglo XX, tiene una correlación con los niveles del *star system*; en este caso con la aristocracia. Del mismo modo, la molestia que manifiesta Soto (2005) con la aparición de nuevos famosos “sin nada que contar” se relaciona con el nivel más bajo, los *entertainers*, puesto que, según Almendáriz, este nivel abre las puertas a ciudadanos que de otra manera no podrían formar parte de la farándula (Almendáriz, 2010, pp. 38-39).

En cuanto al metarrelato del entretenimiento, los aportes del ecuatoriano se centran en la banalización de la información, la ligereza de los formatos y su creciente replicabilidad a otros contextos noticiosos como las arenas políticas.

Retornando a España, en la tesis doctoral de Marta Redondo García (2011) es el metarrelato del entretenimiento el punto de partida de un exhaustivo análisis sobre la penetración del sensacionalismo en el sistema de medios español. Primero define qué es el entretenimiento, sus orígenes y el tratamiento periodístico de la información para posteriormente ahondar en los intereses del sensacionalismo; en el segundo apartado la autora plantea un análisis de contenido a un caso particular, la desaparición de la niña Madeleine McCann ocurrido en Inglaterra y replicado por los diarios El País, El Mundo y ABC de España.

Una de las principales conclusiones de Redondo es que hay un movimiento colonizador del entretenimiento al sistema general de medios caracterizado por la hibridación de géneros

periodísticos, una retroalimentación constante entre diferentes medios (prensa – televisión – radio – internet) y la consecuente disolución de la frontera entre entretenimiento e información (Redondo, 2011, 595).

Es pertinente mencionar el trabajo de grado de Carlos Álvarez Restrepo y Jimena Ruiz Pérez en 2008 para optar al título de Periodista en la Universidad de Antioquia; los autores plantearon un estudio de caso alrededor de la revista Tv y Novelas. En él describen las rutinas periodísticas del medio, cuáles son los temas y personajes recurrentes en la revista y reflexionan en torno al carácter informativo o entretenido del contenido de farándula en Colombia. Este trabajo es el único, en la Universidad de Antioquia, que tiene al cubrimiento de la farándula como foco de estudio y es de los pocos que se atreve a mostrar un lado positivo sobre éste, puesto que concluyen que a pesar de las diferentes técnicas de reportería y la construcción orientada al entretenimiento el periodismo de farándula puede pensarse como especialidad y cumple su función: “informar acerca de aquellos que son reconocidos por la cultura popular colombiana” (Álvarez y Ruiz, 2008, p. 96).

A partir de 2010 los aportes en investigación de la farándula rastreados se reducen a análisis de casos particulares y a la replicación de conclusiones en torno a la farándula como negocio, su relación con la espectacularidad, cómo esta se apropia del periodismo generalista y el infoentretenimiento como nuevo paradigma dominante para contar la realidad (Barrientos, 2010) (Alvear y Mellado, 2018) (Rivera, 2017).

El concepto de *star system*, retomado por Almendáriz en 2010, será empleado en el presente análisis de contenido para relacionar el ascenso de Donald Trump como empresario y político con el interés que muestra la prensa de farándula por su vida privada y la de sus familiares. En cuanto a la revista colombiana Jet-Set, no fue posible encontrar análisis e investigaciones

académicas al respecto de modo que este proyecto parece ser el precursor en la exploración de sus contenidos.

1.4. La revista Jet-Set

Este apartado aborda las características de la revista colombiana Jet-Set, medio elegido para el presente análisis de contenido.

1.4.1. ¿Qué es el Jet-Set?

El término “Jet Set” designa un grupo social de personas adineradas que participan en actividades sociales inalcanzables para el ciudadano promedio y se caracterizan por el uso de aeronaves privadas (Urban Dictionary, 2009, definición 3). La Real Academia Española define “Jet Set” como una locución extranjera proveniente del inglés y significa: “clase internacional, rica y ostentosa” (s.f., definición 1).

El término se comenzó a utilizar en la década de los cincuenta, del siglo XX, en Nueva York. Se trataba de gente que tenía como estilo de vida viajar en avión con regularidad a lugares exclusivos o exóticos y que disfrutaba de los lugares semipúblicos como cafés, bares y restaurantes donde pudieran ser retratados para la crónica rosa.

A mediados de la década de los sesenta la palabra fue perdiendo poco a poco esa connotación gracias al abaratamiento de los costos del transporte aéreo ya no era solo un privilegio de la clase dominante. Sin embargo, “el Jet Set” adquirió una connotación figurativa para referirse a un grupo social de élite con ciertos privilegios, ligado al concepto de exclusividad. En cuanto a los individuos pertenecientes al grupo se les suele clasificar por el reconocimiento a nivel nacional e internacional, añadiendo el término peyorativo ‘criollo’ tanto al grupo como al individuo que no tiene relevancia fuera del país donde forma parte del Jet Set (El Tiempo, 1998).

1.4.2. Revista colombiana *Jet-Set* en 2017

El primer número de la revista colombiana *Jet-Set* fue publicado en septiembre de 1998. Se trató de la décima publicación de Publicaciones Semana S.A. y responde a un proyecto que venía gestándose un año atrás. Desde el principio se consideró como una heredera espiritual de la revista rosa ¡Hola!, de España, porque asumió sus mismas dimensiones, tipografías y colores; características que siguieron presentes en 2017 como se puede apreciar en la figura 1.

Figura 1

Portada de la edición 351 de la revista *Jet-Set*.



Las dimensiones de la revista son 27,5 x 23 cm, la tipografía de la letra es rectangular y los colores de la revista son rojo escarlata, blanco, amarillo y negro. “Duermen en cuartos separados” (portada), 2017, *Jet-Set*, (351).

En su primera etapa, *Jet-Set* tuvo un tiraje mensual, su valor comercial fue de \$4.900 pesos colombianos y comenzó con 3.000 suscriptores; al frente de la revista estuvieron Álvaro García, como director general, y Marta Lucía Orrantía, como editora (El Tiempo, 1998).

Debido al aumento de la pauta comercial en las revistas de entretenimiento, en agosto de 2006 la revista *Jet-Set* pasó a ser quincenal (Semana, 2006) y, bajo esta periodicidad, siguió hasta 2017, año en el que Donald Trump comenzó su cuatrienio como primer mandatario de los Estados Unidos.

El 17 de diciembre de 2020 se anunció el final de la revista *Jet-Set* debido a problemas económicos por pauta publicitaria, agudizados por la pandemia de Covid-19 y el auge de los medios digitales (El Universal, 2020); hasta ese momento se definía a sí misma como una ‘revista de sociedad’ y no como de farándula, aunque en el sitio de publicaciones digitales del

grupo empresarial aparecía en la sección de entretenimiento, actualmente discontinuado. Así, los temas que manejó y la forma como lo hizo quedaron consignados en su perfil de ventas web:

Revista de sociedad quincenal, actual, elegante, espontánea, muy gráfica en su contenido. Conecta a sus lectores a la cotidianidad de personas extraordinarias, conociendo su vida, sus gustos, su intimidad y sus historias, muestra a la gente que es noticia en Colombia y el mundo. Siempre intentando sorprender con las mejores primicias.

Jet Set está dirigida a personas a las que les gusta la buena vida, las fiestas, los viajes; que entienden el mundo y su evolución, que se interesan por la economía y la política, al tiempo que conocen quién es quién.

Jet Set es pionera de las revistas de sociedad en Colombia (Publicaciones Semana Revistas Digitales, 2020).

Es importante aclarar que este perfil editorial de la revista solamente está disponible en los sitios de internet donde se comercializan en formato digital las ediciones hasta la fecha de cierre: Publicaciones Semana Revistas Digitales, Revistero Virtual y Pasa la Página. Respecto a la edición física, al interior de sus páginas no existía ningún perfil o detalle sobre la línea editorial o público objetivo.

Durante el periodo analizado en este trabajo (enero a diciembre de 2017, ediciones 344 a 363), el personal periodístico y directivo de la revista cambió en varias ocasiones, principalmente el director comercial, anticipando, quizás, una reestructuración económica. En todo el periodo de análisis *Jet-Set* estuvo dirigida por Olga Viviana Guerrero y bajo la edición principal de Clara Mejía Zea; sin embargo, a partir de la edición 349 Eduardo Higgins Arteta aparece como coordinador editorial. En la redacción de los artículos estuvo Juanita Escallón hasta el número

348, mientras que Arnoldo Mutis y Claudia González redactaron para la revista durante las veinte ediciones del análisis.

A partir de la edición 358 apareció el vínculo al portal web de la revista (www.jet-set.com.co) y se incluyó a Jhon Sebastián Vargas como parte del equipo periodístico en el cargo de editor del '.com' de la revista. Finalmente, la dirección comercial de *Jet-Set* cambió en tres ocasiones durante 2017. En la primera edición del año, 344, estuvo al frente Johanna Velázquez Castaño; entre las ediciones 345 y 356 el cargo fue ocupado por Ana María Velázquez Pinzón; por último, a partir de la edición 357 Claudia Leyva Velandia asumió como directora comercial.

Con respecto a las fuentes, la totalidad de los artículos encontrados usa fuentes de segunda mano, es decir, *Jet-Set* parafrasea información proveniente de otros medios como *Vanity Fair*, *Cosmopolitan*, *Daily Mirror*, *The New York Times*, etc. Adicionalmente, todos los textos se encuentran sin firmar, ningún periodista del medio se responsabiliza directamente por la información.

En cuanto a las secciones de la revista, durante 2017 no hubo cambios: las mismas secciones y en el mismo orden estuvieron en *Jet-Set* en los 20 números del análisis de contenido. A continuación, se detallan cada una de estas secciones y sus características en orden del índice de contenido.

La primera sección de la revista *Jet-Set* se llama *Cartas*; es la única que no aparece en el índice de contenidos. Se encuentra en la página dos, justo al lado de la información oficial sobre la revista. Como se observa en la figura 2, en este apartado se recogen cuatro cartas de los lectores, de un párrafo de tamaño, con opiniones sobre algún artículo del número anterior de la revista; todas están firmadas por el lector que las envía, junto a la ciudad de procedencia.

Figura 2

 Sección Cartas de la revista Jet-Set



No queda claro si los títulos de las cartas los proponen los lectores que las envían o si son intervención de la redacción. "Cartas" (p. 2), 2017, *Jet-Set*, (351).

La segunda sección se llama *El Twitter de...* De una página, en ella se compilan entre doce y quince mensajes publicados por algún miembro reconocido de la sociedad colombiana en la red social Twitter; de tal modo que en cada edición el nombre de la sección se complementa con el nombre de la persona a la que pertenecen los trinos. Por ejemplo, en la edición 347 se trata de "*El Twitter de Pilar Calderón*", tal como lo muestra la figura 3. Al igual que en *Cartas*, en esta sección no hay redacción por parte de los periodistas de *Jet-Set*, es una transcripción entre comillas.

La tercera sección de la revista se llama *Gente*; en ella se publican varias fotografías de diferentes personalidades públicas internacionales, acompañadas cada una de un pie de foto que brinda información adicional. En cuanto a extensión, *Gente* consta de cuatro páginas armadas en collages de tres a cuatro fotografías, todas a color como se evidencia en la figura 4.

Figura 4

Sección “*Gente*” de la revista *Jet-Set*



En *Gente*, un pequeño párrafo conecta toda la sección.

Adaptado de “*Gente*” (p. 12), *Jet-Set*, (351).

La cuarta sección de la revista *Jet-Set* durante el periodo de análisis es *Flash*, ocupa dos páginas y se divide en cuatro secciones más pequeñas. En la primera página se encuentran los apartados de *Chismes* y *Egoteca*: *Chismes*, en tres párrafos, brinda información sobre tres personalidades

Figura 3

Sección “*El Twitter de*” en la revista *Jet-Set*



La sección *El Twitter de* se encuentra en la página 8, 9 o 10 de la revista; no presenta datos de contexto sobre el personaje, debajo del título se incluyen solamente los trinos que esta persona puso en la red social Twitter. “*El Twitter de Pilar Calderón*” (p. 10), 2017, *Jet-Set*, (347).

colombianas; en *Egoteca* aparece una fotografía de una personalidad internacional acompañado de otra persona relevante en el panorama nacional y un párrafo que explica dónde fue tomada la foto.

En la segunda página de *Flash* se encuentran las subsecciones “*Entre Comillas*” y *Flashback*.

En la primera se plasma una frase suelta de cuatro personajes públicos diferentes acompañados de su fotografía; las frases no presentan ningún contexto sobre dónde fueron pronunciadas o escritas por los personajes y, usualmente, no giran en torno a un tema en común. En cuanto a *Flashback*, consta de una fotografía de una personalidad tomada años atrás junto con un párrafo sobre su vida en ese momento, siendo así la más completa de la sección; sin embargo, en el presente análisis ningún artículo fue encontrado en esta subsección. *Están de cumpleaños* puede considerarse otra subsección de *Flash*, pero sin relevancia para el análisis, la figura 5 ejemplifica todas las subsecciones.

Figura 5

Sección “Flash” de la revista *Jet-Set*



Adaptado de “Flash” (pp. 16-17), 2017, *Jet-Set*, (351).

Después de la sección *Flash* se encuentran artículos sin sección específica, que rondan entre una y seis páginas de extensión; en todos los artículos referentes a la presidencia de Donald Trump hay fotografías que pueden ocupar la totalidad de la página.

Por último, al final de cada edición de la revista aparecen las secciones *Sociales*, *Horóscopo*, *Escaparate* y *La Foto*. *Sociales* se asemeja a la sección *Gente* en cuanto a formato, la diferencia se encuentra en los protagonistas de las fotografías, pues *Sociales* se dedica exclusivamente al cubrimiento de eventos —bodas, encuentros, fiestas, pasarelas y festivales— con presencia de personajes del ámbito meramente colombiano. *Horóscopo* brinda predicciones astrológicas basadas en el signo zodiacal; por su parte, *Escaparate* funciona como una vitrina con productos que la revista recomienda probar a sus lectores; y en *La Foto*, en la última página de la edición, aparece una fotografía que ha capturado el interés internacional, se acompaña de un pie de foto que brinda contexto. En ninguna de estas secciones —a excepción de *La Foto*, como se evidencia en la Figura 6— aparece información relacionada con el presidente de los Estados Unidos, por lo cual están excluidas del análisis de contenido.

Figura 6

Sección “La Foto” de la revista *Jet-Set*



Adaptado de “La Foto” (p. 114), 2017, *Jet-Set*, (345).

1.4.3. Grupo empresarial Publicaciones Semana S.A.

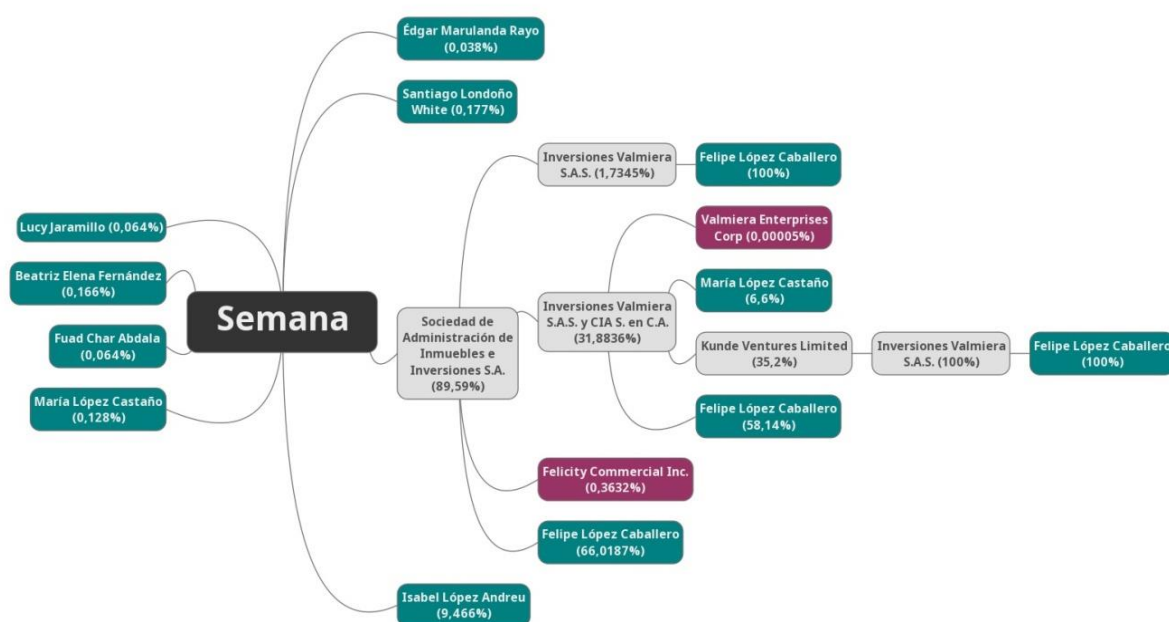
Con las secciones de *Jet-Set* ya examinadas, es oportuno continuar este capítulo con un breve contexto sobre el grupo mediático-empresarial al que perteneció y su panorama actual; ya que, aunque se encuentra fuera del periodo del análisis de contenido, la situación del medio dista de la que tenía en 2017.

La revista *Jet-Set* fue producida y editada por el conglomerado de medios Publicaciones Semana S.A. cuyo producto más destacado es *Semana*, única revista impresa de análisis político y actualidad nacional en Colombia. Publicaciones Semana S.A. es una sociedad anónima cuyo principal accionista hasta 2018 era Felipe López Caballero, a través de la

empresa Sociedad de administración de Inmuebles e Inversiones S.A.; la empresa periodística también tiene varios accionistas minoritarios entre los que destaca María López Castaño, hija de López Caballero (La Silla Vacía, 2017). A continuación, la figura 7 destaca la composición accionaria de la compañía.

Figura 7

Composición accionaria de Publicaciones Semana S.A. en 2017



En verde se encuentran los nombres de personas naturales, en gris las empresas intermediarias y en morado las empresas independientes que son accionistas. Adaptado de *Los 410 dueños de los principales medios (incluyendo paraísos fiscales)* [Infografía], por La Silla Vacía, 2017.

Respecto a los nombres visibles en Publicaciones Semana S.A., Felipe López Caballero refundó la revista *Semana* en 1982 y a partir de esta expandió el número de publicaciones a través del conglomerado empresarial; López Caballero forma parte de una de las familias más influyentes del país: es hijo del expresidente de la República Alfonso López Michelsen y nieto del expresidente Alfonso López Pumarejo.

Por su parte, María López Castaño trabajó en Publicaciones Semana S.A. hace doce años y hasta 2018 tuvo un porcentaje de las acciones de la compañía; fue vicepresidenta del grupo editorial hasta abril de 2019, año en el que relevó a su padre, Felipe López Caballero, en la presidencia del mismo (La República, 2019). López Castaño también forma parte de una familia influyente en los medios de comunicación colombianos: su madre, Pilar Castaño, es una reconocida periodista de moda que trabajó en la revista *Cromos* y en la emisora Radio Sucesos Nacionales (Sarmiento, 2019); de otro lado, sus abuelos maternos son Álvaro Castaño Castillo, fundador de la emisora cultural HJCK (Semana, 2020) y Gloria Valencia de Castaño, icónica locutora y presentadora de televisión (Jaramillo, 2017).

La familia López fue la principal accionista de Publicaciones Semana S.A. hasta 2018; la situación del grupo de medios cambió debido a que en enero de 2019 vendieron el cincuenta por ciento de las acciones de la compañía al Grupo Empresarial Gilinski, dueño a su vez del Banco GNB Sudameris, la red de cajeros *ServiBanca*, la línea de productos comestibles *Yupi* y varias inversiones en Panamá (La Silla Vacía, 2019; La República, 2019).

Según la información brindada por Publicaciones Semana S.A. en cabeza de la entonces vicepresidenta María López Castaño, la venta de la mitad de las acciones de la compañía de medios se debió a “una estrategia de fortalecimiento en el área digital con el fin de enfrentar los cambios a los que se ven expuestos los medios impresos con la revolución tecnológica que ha propiciado internet”. También se explicó a la opinión pública que la independencia editorial de los medios pertenecientes a Publicaciones Semana S.A. seguiría intacta, pues, tanto Felipe López Caballero como Alejandro Santos Rubino —director de la revista *Semana*— continuarían al frente del apartado periodístico, mientras el Grupo Gilinski se encargaría del desarrollo tecnológico (Orozco, 2019; Cifuentes (b), 2019).

Sin embargo, dicha independencia fue cuestionada debido a la especulación con el precio de adquisición que pagó *Gilinski* por la mitad de *Publicaciones Semana*; según información del diario *La República* la venta se realizó por entre 12 y 25 millones de dólares. Adicionalmente, no quedó claro cómo se tomarían las decisiones directivas si no hay un voto mayoritario; en ese orden de ideas tampoco fue posible establecer qué pasaría con los accionistas minoritarios y los mecanismos que impidan que tanto los López como el Grupo Gilinski compren más acciones y obtengan el control accionario de *Publicaciones Semana S.A.* (Orozco, 2019; La Silla Vacía, 2019). En 2019 se reportó a Isabel López Andreu, prima de María López Castaño, como accionista minoritaria de la compañía con cerca del nueve por ciento, no se tiene constancia si esas acciones también fueron negociadas (*La República*, 2019; *El Tiempo* (a), 2019).

Finalmente, el 11 de noviembre de 2020 se hizo público un acuerdo entre la familia López y el Grupo Gilinski para la compra del 100% de *Publicaciones Semana S.A.*, de este modo la totalidad del conglomerado mediático pasó a manos del grupo empresarial. Este hecho motivó la renuncia de varios periodistas que llevaban muchos años en los medios, la unificación de las revistas *Semana* y *Dinero*; la migración a medio digital de la revista *SoHo* y el cese definitivo de las revistas *Fucsia*, *Arcadia* y *Jet-Set* (León, 2020; Mariño, 2020).

1.4.4. Mercado actual de revistas de entretenimiento en Colombia

Jet-Set fue uno de los tres productos de entretenimiento de *Publicaciones Semana S.A.*, siendo los otros dos las revistas *SoHo* y *Fucsia*. En cuanto al mercado de las revistas de entretenimiento, este se divide en varios nichos especializados que apuntan a públicos definidos tanto por sexo y edad como por estrato socioeconómico. En este orden de ideas surgen dos subtipos de revistas de entretenimiento relacionados con *Jet-Set*, la ‘revista de farándula’ y la ‘revista de sociedad’, cuyas diferencias están marcadas por el poder adquisitivo y el consecuente estatus de sus lectores.

Las revistas de sociedad apuntan a un público ‘élite’, más culto, como dice *Jet-Set* en su perfil: “que se interesan por la economía y la política, al tiempo que conocen quién es quién”. Mientras que la revista de farándula —como se le denomina a la prensa rosa o del corazón en Colombia— tiene un corte generalista. Por lo tanto, *Jet-Set* no solo compitió con las revistas de sociedad como *Cromos* y *Bocas*, también lo hizo con las revistas de farándula como *15 minutos*, *Vea*, y hasta febrero de 2019, fecha de cierre de ambas publicaciones, con *Caras* y *Tv* y *Novelas*, pues todas en conjunto hacen parte del mismo nicho: el entretenimiento, como se muestra en la Figura 8.

De acuerdo con el Estudio General de Medios, en 2016 *Jet-Set* ocupaba el lugar 15 en el ranking de las revistas independientes más leídas en Colombia (ver figura 8)².

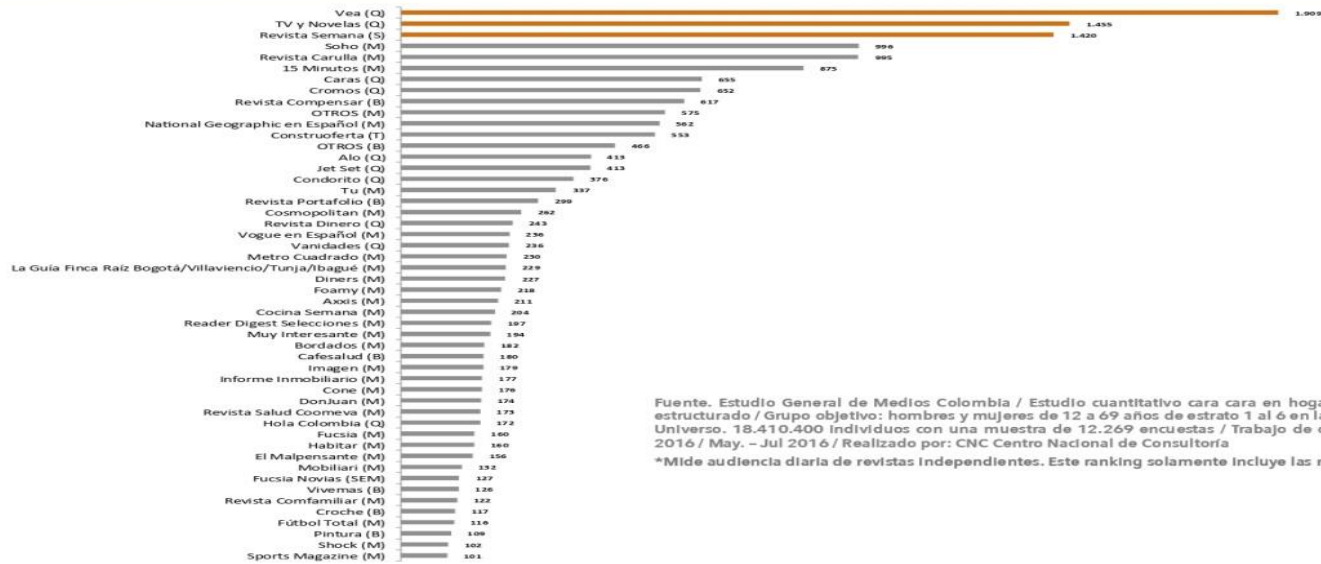
² El Estudio General de Medios (EGM) mide las audiencias de los principales medios de comunicación en el país y es elaborado por la Asociación Colombiana de Investigación de Medios (ACIM), una entidad sin ánimo de lucro. Este estudio se vende tanto a medios de comunicación como a las agencias de publicidad y es una herramienta fundamental para que las organizaciones decidan en qué medio pautar de acuerdo con su potencial de lectores. (ACIM, 2016; Mariño, 2019).

Figura 8

Estudio General de Medios, segundo corte de 2016

BOLETÍN 53 - RANKING REVISTAS INDEPENDIENTES* EGM 2 - 2016

Población en miles de personas (000)



Fuente. Estudio General de Medios Colombia / Estudio cuantitativo cara cara en hogares con aplicación de cuestionario estructurado / Grupo objetivo: hombres y mujeres de 12 a 69 años de estrato 1 al 6 en las 15 principales ciudades del país / Universo. 18.410.400 individuos con una muestra de 12.269 encuestas / Trabajo de campo: Ago.- Oct. 2015 / Feb.- Abr. 2016 / May. - Jul 2016 / Realizado por: CNC Centro Nacional de Consultoría
 *Mide audiencia diaria de revistas independientes. Este ranking solamente incluye las revistas con más de 100.000 lectores



En la gráfica se pueden apreciar las diferentes revistas que circulaban en Colombia en 2016, con más de 100.000 lectores. Jet-Set aparecía en el puesto 15.

Adaptado de Estudio General de Medios 2-2016 [Gráfico], por ACIM, 2016.

Teniendo en cuenta el panorama del mercado de revistas en Colombia, en 2018 Publicaciones Semana S.A. contrató a la consultora Deloitte para planear una reestructuración administrativa y de personal al interior de sus medios. La consultora determinó que las redacciones independientes de las revistas y los sitios en internet de estas eran poco rentables (La Liga Contra El Silencio, 2019).

Por lo tanto, Publicaciones Semana fusionó las redacciones de las tres revistas de entretenimiento, redujo el número de ediciones anuales a doce y agrupó los contenidos virtuales de *Jet-Set* en el sitio web de la revista *Semana*: www.revistasemana.com. Tras la fusión hubo un despido masivo de parte del equipo periodístico y administrativo de *Jet-Set* (La Liga Contra El Silencio, 2019). En 2019, del equipo periodístico presente durante el periodo de análisis, solo quedaron en el medio Arnoldo Mutis García, como editor internacional y Claudia Leyva Velandia, en el cargo de directora comercial. Finalmente del número 399, la última edición antes de salir de circulación, solamente hizo parte Arnoldo Mutis García como redactor.

En cuanto a la competencia de la revista *Jet-Set*, a la par que se desarrollaban las conversaciones entre el Grupo Gilinski y Publicaciones Semana, el Grupo Televisa —de origen mexicano— anunció el cierre de su filial Televisa Colombia. Por lo tanto, a partir de febrero de 2019 las revistas *TV* y *Novelas* y *Caras* dejaron de producirse y comercializarse en Colombia (El Tiempo (b), 2019; Cifuentes (a), 2019).

Tras el cese de circulación de las revistas de entretenimiento del Grupo Televisa, en especial *Tv* y *Novelas* que lideró el ranking de revistas del Estudio General de Medios durante varios años, las principales competidoras de *Jet-Set* en el mercado pasaron a ser las revistas *Vea* y *Cromos*, propiedad del Grupo Empresarial Santo Domingo; ya que según el EGM del último corte de 2018, citado por Mariño (2019), la revista *Jet-Set* ocupaba el primer lugar en ventas en calle y tenía 334.000 lectores, superando a las revistas *¡Hola! Colombia* —proveniente de

España— y *Aló* —perteneciente a la Casa Editorial El Tiempo; sin embargo, esta información publicada por Lilian Mariño en el diario económico *La República* no toma en cuenta la lecturabilidad de las revistas del Grupo Santo Domingo ni es posible contrastarla directamente desde el Estudio General de Medios al ser un análisis de carácter privado. Finalmente, la última edición de *Jet-Set* se comercializó digitalmente con fecha del 16 de diciembre de 2020, fue el número 399 y en ella se mencionaron a los medios digitales, la crisis económica causada por la pandemia de coronavirus y las pérdidas en pauta publicitaria como los motivos del cese de la publicación.

1.5. Los conceptos de público, privado e íntimo en el entorno de la comunicación periodística

El presente apartado aborda los conceptos de lo público, lo privado y lo íntimo con el objetivo de brindar contexto sobre la publicación, en los medios de comunicación, de información que atañe a la vida privada e íntima de las personas. Esta información que bajo los principios éticos del periodismo no debería ser divulgada, salvo ciertas excepciones, es el insumo principal de los artículos publicados por la revista *Jet-Set* sobre el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump. Tener claros los conceptos y la relación con la información periodística es clave para el posterior análisis de contenido y sus conclusiones.

Lo público y lo privado son categorías en las que, a lo largo de la historia, el ser humano ha intentado dividir tanto las interacciones que entabla con sus semejantes como su relación con los espacios que habita. Hannah Arendt en su libro *La condición humana* (1958) hace un rastreo de ambas esferas desde la antigua Grecia, pasando por el Imperio Romano, la Edad Media hasta llegar a la Modernidad; su postura es que en un principio se encontraban bien delimitadas en la antigua Grecia: la esfera privada constituía el espacio de la casa y la polis griega constituía lo público (Arendt, 1958, pp. 37-41).

Siguiendo la idea de Arendt, con el tiempo y los cambios inherentes a las épocas de la historia de la humanidad, la línea que los antiguos griegos trazaron entre la vida privada y la vida pública o política se fue modificando. Por ejemplo, durante la Edad Media, debido a que la sociedad secular se supeditó al poder eclesial, hubo una contracción de la esfera pública de tal modo que actividades que se consideraban públicas como la lectura pasaron al entorno privado.

La autora afirma también que luego, con el auge de lo social, los modelos económicos —en los que la propiedad privada juega un papel fundamental—, la revolución industrial —que cambió la perspectiva que se tenía sobre el trabajo (una actividad antiguamente privada)— y la administración pública, gracias a la victoria del Estado democrático tras la Revolución Francesa, las consideraciones sobre lo público y lo privado se hicieron cada vez más complejas debido a que ya no se trataba de fronteras entre espacios físicos como la casa y la polis griega (Arendt, 1958, pp. 41-73).

Lo público, en el mundo moderno, agrupa dos fenómenos relacionados entre sí. El primero concierne a las interacciones con los otros seres humanos; Arendt lo define así: “[...] Todo lo que aparece en público puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible. Para nosotros, la apariencia —algo que ven y oyen otros al igual que nosotros— constituye la realidad” (Arendt, 1958, p. 59). El otro fenómeno que agrupa la definición de lo público, según la autora, lo constituye el propio mundo, en cuanto es común a todos; sin embargo, recalca que no se trata del espacio en la Tierra sino que recae sobre objetos fabricados por las manos del hombre, así como los asuntos de quienes habitan juntos en el mundo hecho por el hombre (Arendt, 1958, p. 62). Estos aspectos son claves para lo que se concibe en la contemporaneidad como espacio público y administración pública.

No obstante, la definición de lo público procedente de la antigua Grecia no es la única posible. Arendt ignoró el papel que juegan los medios de comunicación en la concepción de lo público,

primero con la imprenta desde el siglo XVI y segundo, con la aparición de la radio, la televisión, el internet y las redes sociales. Los medios de comunicación permiten que la copresencia, antes vital para “ser visto o escuchado por los otros”, quede relegada a un segundo plano, puesto que la información procedente del emisor se transmite hacia los demás, el público, sin la necesidad de su presencia en un mismo espacio (Thompson, 2011).

De tal modo que la esfera pública y la esfera privada conviven con una tercera esfera, la esfera pública mediática en la que la información privada puede ser difundida con mayor facilidad, como si se tratase de información de carácter público; pasando paulatinamente de las ideas más físicas de lo público y lo privado a definiciones más cercanas al ámbito de la comunicación (Thompson, 2011).

En cuanto a lo privado y siguiendo a Hannah Arendt, podría definirse como la oposición a lo público; como la misma palabra lo indica, se trata de un estado “privativo”. Para Arendt, vivir una vida completamente privada carecería de tres cosas fundamentales y concernientes a lo público: en primer lugar, estar privado de la realidad que proviene de ser visto y oído por los demás; segundo, estar privado de una “objetiva” relación con los otros que proviene de hallarse relacionado y separado de ellos a través del mundo común; y finalmente, estar privado de realizar algo más permanente que la propia vida (Arendt, 1958, p. 67); según la autora, se perdería la posibilidad de trascender después de la muerte, de tener un legado.

Hannah Arendt le asigna características a lo privado que aún pueden concordar con la época contemporánea. Así pues, lo privado en términos de espacio es el refugio del hombre frente al mundo exterior; y en cuanto a las relaciones que teje con sus semejantes es el lugar de lo inapropiado, de lo que no debe exponerse a los demás (Arendt, 1958, pp. 67-73).

Sin embargo, de nuevo, se vuelve a la crítica del modelo público-privado clásico: no tiene en cuenta los medios de comunicación en tiempos de la contemporaneidad. Al respecto,

Thompson afirma que si lo público y lo privado se sigue analizando bajo el único prisma de la antigua Grecia no se avanzará en su conceptualización y se tenderá a ver los cambios como un infortunio en la historia de la humanidad.

[...] Si nos mantenemos atados a esta concepción clásica de la esfera pública como un debate entre individuos que se encuentran en condiciones de igualdad a través del diálogo, entonces nunca podremos entender la naturaleza de este nuevo tipo de esfera pública que llegó a existir gracias a medios como la imprenta. Siempre estaríamos regresando a un modelo viejo, y siempre tenderíamos a interpretar el creciente papel de la comunicación mediática como una especie de caída en desgracia histórica [...] (Thompson, 2011, p. 21).

Para Thompson, lo privado puede entenderse en la actualidad en términos de control: “La privacidad tiene que ver con la capacidad de los individuos de tener control sobre algo. Normalmente este “algo” se entiende como información, es decir, la privacidad es la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y de controlar cómo y hasta qué punto éstas pueden comunicarse a los demás” (Thompson, 2011, p. 29).

Según el autor, aparte de información, dentro de la concepción contemporánea de la privacidad también se incluyen: la privacidad de decisión, que implica el control de las decisiones y acciones, y el derecho a protegerlas de la interferencia indeseada de los demás; y la privacidad espacial, el control respecto a nuestros propios espacios y el derecho a protegerlos de la intrusión indeseada (Thompson, 2011, p. 30).

Pasando ahora al concepto de “intimidad”, Arendt y Thompson están de acuerdo en que se trata de “un descubrimiento” francés de finales del siglo XVIII cuando el arte se centró en la cotidianidad de la sociedad y los placeres de la vida. En concordancia, lo íntimo se

conceptualiza como una esfera derivada de la privada en la que no se da cabida a los demás, ni siquiera a la familia ni a los amigos (Arendt, 1958) (Thompson, 2011).

En cuanto a sus características, difiere de las anteriores en que no existe una concordancia con espacios físicos ya que la intimidad vive dentro de cada ser humano y protege sentimientos, pensamientos y hechos incommunicables a otros; se trata de información que podría hacerlo vulnerable y ponerlo en un estado de indefensión ante los demás. Por este motivo la intimidad es considerada como un derecho fundamental y está protegida en la mayoría de los Estados contemporáneos, así como por la Organización de las Naciones Unidas. Adicionalmente, la esfera íntima esconde una paradoja: al comunicar su contenido esta se destruye; sin importar si se transmite por un acto de confianza o bajo presión, la intimidad deja de existir cuando se exterioriza (Soria, 1989).

Respecto al contenido del presente trabajo de grado, tanto el concepto de público como los de privado e íntimo se relacionan indudablemente con el de información. De tal modo que en el periodismo y el entorno de la comunicación a estos conceptos se les conoce como “ámbitos” de la información, estos tratan de determinar qué información se puede comunicar en los medios y cuál debe ser excluida.

En consecuencia, lo público es el ámbito por excelencia para los medios y se rige por el interés comunitario: “lo que la gente debe saber”; lo privado no debe ser parte la información periodística y se tiende a su exclusión, salvo si esos hechos, acciones o circunstancias tienen una conexión inmediata, directa y clara con el ámbito de lo público (Soria, 1989, pp. 25-26).

Los funcionarios de un gobierno pueden ejemplificar lo que el autor afirma: enfermedades o delitos cometidos por el personaje o por algún miembro de su círculo social cercano pueden interferir con sus funciones.

En cuanto al ámbito íntimo, solo debería ser materia de información si se reúnen dos condiciones: la primera es que la intimidad haya sido comunicada libremente por el sujeto y la segunda es que esa intimidad manifestada tenga relevancia comunitaria (Soria, 1989, pp. 25-26).

No obstante, los ámbitos de la información son el “deber ser” del periodismo, hacen parte de sus principios deontológicos, así que no siempre corresponden con la realidad de las sociedades donde se encuentran inmersos los medios de comunicación. Al respecto Soria afirma que indudablemente los políticos tienen un ámbito privado más corto que el de un ciudadano promedio debido al cargo público que desempeñan (Soria, 1989, pp. 28-29).

Un ejemplo a las afirmaciones de Soria puede encontrarse en la combinación de información sobre el cargo que el político ostenta y la proveniente de su ámbito privado. El escándalo político-sexual del presidente de los Estados Unidos Bill Clinton con la empleada de la Oficina de Asuntos Legislativos de la Casa Blanca Mónica Lewinsky, abrió una nueva etapa en cuanto a la información privada de los personajes públicos en los medios de comunicación. A partir de aquel escándalo mediático tanto los medios generalistas como los medios de farándula mezclan el ámbito privado del individuo con la actividad pública que realiza, con el objetivo de añadirle sensacionalismo a los artículos e incitar su lectura (Redondo, 2011, pp. 250-255). En consecuencia, hechos morales, privados, son juzgados por los medios de comunicación y posteriormente por la opinión pública como si fueran delitos, hechos contra la ley (Sennet, 1977 en Atehortúa, 2011, p. 19).

Finalmente, teniendo claros los conceptos de lo público, lo privado y lo íntimo, su relación actual con los medios de comunicación, la correlación con los ámbitos de la información periodística y la mezcla de los ámbitos privado y público en los textos periodísticos, tras el

análisis de contenido periodístico, es posible dar una respuesta sobre por qué la vida privada de Donald Trump y su familia forma parte de la información publicada por la revista *Jet-Set*.

1.6. La familia: funciones sociales y relación con las campañas políticas.

Como se verá en el capítulo dedicado a los hallazgos, la familia es el eje alrededor del cual giran las publicaciones de la revista *Jet-Set* sobre el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, en 2017. Sin embargo, es necesario precisar con antelación la importancia que tiene la familia en la actualidad, partiendo de los cambios que la sociedad occidental ha experimentado con la llegada del siglo XXI.

Este repaso por la familia y sus funciones sociales se detiene en el siglo actual por varias razones. Primero, sus dinámicas han ido evolucionando a lo largo del tiempo, las familias de la antigüedad tienen diferentes características a las de hoy en día. Segundo, porque el concepto de familia es muy amplio, ha sido estudiado desde diferentes disciplinas como la sociología, la psicología, la antropología y bajo distintas teorías como el funcionalismo y el pensamiento sistémico (Agudelo, 2013) (Benítez, 2015). Tercero, porque el tema en el que se enmarca este análisis de contenido no contempla una revisión histórica de la familia ni cómo se ha compuesto a lo largo del tiempo; se trata de sus funciones actuales y la relación que guarda con los aspirantes a ocupar cargos de elección popular, como el caso de Donald Trump.

De las disciplinas que han estudiado el concepto de familia, la sociología es la que más se adecua a este contexto en específico porque a partir de la teoría funcionalista relaciona los individuos que componen la familia con el resto de la sociedad en la que se desarrollan. Bajo esta teoría la familia se concibe como una institución social universal, es decir que este conjunto de relaciones interpersonales duraderas en el tiempo y construida a través del parentesco y la filiación es transversal a toda sociedad humana donde quiera que esta se encuentre (Ruiz, 2006) (Builes, 2013).

De tal modo que la familia —sin importar si es monogámica, poligámica, nuclear o extensa— cumple funciones que le sirven tanto a los individuos que la componen como a la sociedad misma. Dentro de estas funciones, las principales a través de la historia de la humanidad han sido: legitimar las relaciones sexuales, procrear, socializar a sus miembros y ser la unidad mínima económica de la sociedad (Ruiz, 2006).

Otra definición de familia, bajo la perspectiva sociológica, la concibe como un grupo de personas que se asocian según sus necesidades y de acuerdo al contexto en que se encuentran: “conjunto de individuos que pueden o no estar unidos por lazos sanguíneos, los cuales se han organizado de diferentes maneras durante distintas épocas y lugares por intereses de sobrevivencia: económicos, religiosos, de ayuda, culturales, etcétera” (Baqueiro y Buenrostro, 2005 en Morales, 2015, p. 145). La inclusión del contexto como parte activa del concepto ayuda a explicar las transformaciones que han surgido en el siglo XXI en torno a las funciones sociales que cumple la familia.

En la función de legitimar las relaciones sexuales, fenómenos como la infidelidad, la liberación femenina y el despertar sexual cada vez más temprano en los adolescentes le han restado importancia; el sexo ya no es exclusivo de las parejas casadas. Respecto a la procreación, la frecuencia de las familias homoparentales, el divorcio, la adopción y más recientemente la fecundación *in vitro* hacen que ya no sea el único entorno legítimo para dicha función. En cuanto a la socialización de sus miembros con el resto del entramado de la sociedad, esta función ahora es compartida con el sistema educativo. Finalmente, la evolución del capitalismo ha hecho que la sociedad de consumo sea cada vez más fragmentada, a tal punto que el consumo familiar se desdibuja hacia consumos individuales para cada uno de sus miembros (Builes, 2013) (Benítez, 2015).

En síntesis, las funciones de la institución familiar en el siglo XXI se han visto afectadas por fenómenos sociales que, si bien no son únicos de esta época, sí son más frecuentes. Adicionalmente otras instituciones como el sistema educativo, el trabajo y el vecindario complementan a la familia; es decir, ya no se trata de funciones exclusivas.

Cabe resaltar que existen otras funciones de la familia en el siglo XXI que, junto con las explicadas anteriormente, median entre los individuos y la sociedad; estas son: adquirir el primer estatus social, satisfacer las necesidades afectivas, proporcionar un hogar y dar reconocimiento público a las relaciones de sus miembros (bautizos, bodas, defunciones, etc.) (Agudelo, 2013).

Como la familia es la institución mediadora por excelencia entre los individuos y la sociedad en la que se encuentran, es natural que se tienda a generalizar sus características y a preferir un tipo específico sobre otros cada vez más comunes. Según Morales (2015), en la actualidad el tipo de familia más común es la paternal o nuclear, es aquella conformada por un hombre, una mujer y los hijos de la pareja —si los hubiera— amparados por la institución moral y legal del matrimonio; a esta clasificación también pertenecen las parejas en unión libre y aquellas que deciden adoptar hijos.

Otro tipo de familia es la unipaternal, conformada por la madre o el padre y los hijos, ya sea por viudez, abandono del hogar, divorcio o adopción de menores en estado civil de soltero. También existen las familias extensas en las que además de padres e hijos se convive con abuelos, tíos, primos u otros parientes. Otro tipo de familia es la multifilial, compuesta por hombre y mujer divorciados vueltos a casar y en la que la pareja convive con hijos del primer matrimonio e hijos del segundo. Por último, los cambios sociales han dado cabida a que se incluya la familia homoparental como otro tipo legítimo, siendo el resultado de la unión

matrimonial de una pareja del mismo sexo y los hijos que tuvieran antes o que decidan adoptar (Benítez, 20015; Morales, 2015).

Bajo esa perspectiva es contradictorio que las sociedades occidentales prefieran la familia paterna y casada por encima de los demás tipos de familia, puesto que de esa forma se promueven estereotipos de “familia perfecta” que atentan contra la diversidad de esta institución social.

Doblemente contradictorio resulta el hecho de que, aunque comúnmente sea llamada “la base de la sociedad” y los diferentes Estados la protejan en sus constituciones y en general con el sistema político, también sea la primera institución social a la que se juzga cuando sus miembros no se adecuan a la generalidad que se establece o se falla en alguna de las funciones, tildándoles de enfermas o disfuncionales sin tener en cuenta el contexto actual (Agudelo, 2013).

Por ello una de las críticas más importantes al paradigma de la familia desde la sociología funcionalista es que es demasiado optimista, pues presenta a la familia como una institución totalmente armoniosa y útil para la sociedad y los individuos; cuando en la realidad ese ideal de familia perfecta es casi imposible de alcanzar dada la influencia de la cultura, la transmisión de ciertos valores en detrimento de otros, la clase social de los individuos que la componen y los cambios políticos, económicos y sociales al interior de cada sociedad (Agudelo, 2013).

Ese “deber ser” de la familia como institución que garantizaría individuos capaces de aportar a las sociedades en las que se encuentran se ve reflejado en las campañas políticas de los candidatos a cargos de elección popular. Para Fox y Fuentes (2017), la familia forma parte de una estrategia de marketing político en la que se persuade a los electores para votar por el candidato; mostrar la faceta familiar del político y dar a conocer su familia a los votantes busca generar procesos de identificación con el tipo de familia que el aspirante al cargo público representa, la figura paterna o materna y la simpatía con alguno de los familiares.

Más allá de hacer parte de una estrategia de marketing, la familia del candidato contribuye a la construcción de una imagen pública carismática debido a la personalización de la política: la idea de votar por la persona y no por el partido político o el programa que este representa. Este fenómeno surgió a mediados del siglo XX en Estados Unidos y el precursor fue John F. Kennedy y su esposa, pero en la actualidad es común que la familia y la vida privada sean un recurso de campaña.

JFK fue el primer político del que supimos parte de su vida privada, se mostraban fotos de su vida familiar junto a sus hijos, su mujer o sus mascotas, su imagen de buen padre se impregnó en la conciencia de los estadounidenses. Fue un hito sin lugar a dudas la participación de su mujer Jacqueline durante la campaña llegando incluso a protagonizar un spot ya histórico en el que pedía el voto en castellano a la comunidad latina (Fox y Fuentes, 2017, p. 3).

Finalmente, es pertinente mencionar que el papel de la familia en la construcción de la imagen pública del candidato continúa aun cuando ya haya sido elegido e incluso después de que culmina su periodo en el cargo; se conoce como campaña permanente y en ella se trata de seguir los mismos roles que se definieron al principio, de tal forma que la familia del político se vea como ejemplo a seguir y evitando que los escándalos afecten la reputación del personaje público (Fox y Fuentes, 2017).

1.7. Trump: de magnate a presidente de los Estados Unidos

Este apartado del contexto está dedicado a la vida profesional de Donald Trump, así como a su carrera política que lo llevó a jurar su cargo como presidente de los Estados Unidos el 20 de enero de 2017. Esta sección se ha dividido en dos momentos, primero se hizo un repaso de su carrera como empresario, sus altas y bajas en los negocios y cómo ha construido un conglomerado empresarial que lo ubica entre las cuatrocientas personas más ricas del mundo.

Segundo, un recuento de su faceta como político, los contendientes a los que enfrentó por la candidatura republicana, los escándalos que lo salpicaron durante la campaña presidencial y la explicación tanto del sistema electoral estadounidense como de los hechos claves que desembocaron en la victoria tras las votaciones del 8 de noviembre de 2016.

1.7.1. El empresario Trump

Donald John Trump nació el 14 de junio de 1946 en Queens, Nueva York. Es el cuarto de cinco hijos que tuvo el matrimonio conformado por Fred Trump, descendiente de inmigrantes alemanes, y Mary Anne MacLeod, inmigrante irlandesa. Gracias al capital económico de su familia, de clase media alta, dueña de la compañía inmobiliaria Elizabeth Trump & Son, Donald Trump cursó parte de la secundaria y la preparatoria universitaria en la Escuela Militar de Nueva York (Tarver, 2019).

En cuanto a sus estudios superiores, en 1968 obtuvo el título de *Bachelor of Science* en Economía en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania; titulación que en Colombia equivale al pregrado de Economía. Es importante destacar que tanto la Universidad de Pensilvania, de carácter privado, como su Escuela de Negocios Wharton son ampliamente reconocidas en el mundo por sus procesos de selectividad, la capacidad económica de sus alumnos y el prestigio académico que acarrea pertenecer a ellas (Bogado et. al., 2017).

Después de graduarse, Donald Trump trabajó en la empresa familiar. Junto a su padre, Fred Trump, se dedicó a vender y arrendar casas en los distritos neoyorkinos de Queens, Brooklyn y El Bronx para familias de clase media. En 1971 Donald asumió la presidencia de la compañía mientras que Fred se convirtió en el presidente de la junta administrativa. Finalmente, en 1975 Donald Trump refundó a Elizabeth Trump & Son como el conglomerado empresarial The Trump Organization, el cual en 2015 agrupaba unas 500 entidades comerciales en diferentes sectores fuera del inmobiliario (Royo y Ureña, 2015).

Tras cinco años trasladó sus operaciones comerciales a Manhattan, donde comenzó a construir su imperio comercial bajo una estrategia de publicidad agresiva que le permitió ganar contratos con la alcaldía de Nueva York; así logró remodelar el famoso puente de Brooklyn y adquirir las pistas de patinaje sobre hielo de Central Park a mediados de los ochenta cuya licencia expira en 2021 (Bogado et. al., 2017).

Durante la década de los ochenta The Trump Organization estuvo en auge, así que Donald Trump abrió tres casinos en la ciudad turística de Atlantic City, Nueva Jersey: *Trump Plaza*, 1984; *Trump Castle*, 1985; y *Trump Taj Mahal*, 1990. Los casinos no tuvieron el resultado esperado y poco a poco acumularon deudas cercanas a los 3.400 millones de dólares; incapaz de pagar las obligaciones, Donald Trump se declaró en bancarrota comercial en tres ocasiones durante los primeros cuatro años de los noventa. En 1999, gracias al refinanciamiento de las deudas adquiridas por los casinos y la venta por 700 millones de dólares de las propiedades que su padre le transfirió antes de morir, Trump logró sanear las finanzas de la empresa (Tarver, 2019).

Entre 1999 y 2001 incursionó en el sector hotelero fundando la cadena de hoteles Trump Internacional Hotel and Tower y comprando acciones de los concursos de belleza: Miss Universo y sus filiales Miss USA y Miss Teen USA que estaban cerca de la bancarrota (Royo y Ureña, 2015; Bogado et. al., 2017).

Gracias al control accionario que Trump obtuvo sobre el concurso de belleza Miss Universo y su aparición protagónica en el *reality show The Apprentice* entre 2004 y 2015, en el que los concursantes competían por un premio de 250.000 dólares y un contrato para dirigir una de sus empresas, el empresario adquirió un status de celebridad y tuvo un impacto mediático fuera de Nueva York. En consecuencia, el *reality* de la cadena televisiva NBC le valió suficiente

prestigio como para ser nominado en los premios Emmy y conseguir su estrella en el paseo de la fama en Hollywood, California (Royo y Ureña, 2015; Tarver, 2019).

En 2015, año en que oficializó su candidatura a la presidencia de los Estados Unidos, Donald Trump vendió la Organización Miss Universo a IMG, una compañía productora de eventos de entretenimiento. El motivo de la venta de Miss Universo y sus concursos hermanos fue producto del rompimiento de las relaciones comerciales de Trump con *NBC* y *Univisión*, las principales cadenas televisivas que transmiten los concursos de belleza, debido al escándalo por sus declaraciones xenófobas contra los inmigrantes mexicanos (Bogado et. al., 2017).

Finalmente, en 2017 Donald Trump movió sus negocios a un fideicomiso revocable administrado por su hijo Donald Trump Junior y el director financiero de The Trump Organization, Allen Weisselberg (Disis, 2017). También renunció a la presidencia de la compañía, al igual que su hija Ivanka Trump a la vicepresidencia, antes de asumir como el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos para evitar posibles cuestionamientos sobre enriquecimiento personal durante su mandato (Chicago Tribune, 2017; Craig y Lipton, 2017).

Sin embargo, en el país no existe una ley que prohíba que el presidente sea dueño de propiedades, se trata más de una cuestión ética que de una norma; así pues, teniendo la ley de su lado, algunos de sus negocios no se dejaron dentro del fideicomiso y los administró él mismo; además, sus hijos que quedaron al mando del conglomerado le enviaron a la Casa Blanca los informes financieros trimestrales de la compañía (BBC (a), 2017; Craig y Lipton, 2017).

Este precedente ético abrió un debate en Estados Unidos ya que, para algunos, Trump violaba la cláusula de emolumentos de la Constitución debido a sus intereses comerciales, argumentando que estos intereses permitían a los gobiernos extranjeros influir en sus

decisiones (BBC (a), 2017; Craig y Lipton, 2017). Por último, según la revista *Forbes*, a principios de 2021, Donald Trump posee una fortuna de 2.500 millones de dólares, la cual procede en su mayoría de The Trump Organization, en la que se agrupan entidades en los sectores inmobiliario, hotelero, entretenimiento, campos de Golf, ventas al por mayor y al por menor, ventas en línea, construcción, inversiones en bolsa de valores, entre otros más (Forbes, 2021).

1.7.2. El político Trump

La campaña presidencial de 2016 no fue la primera incursión de Donald Trump en las elecciones estadounidenses. En el año 2000 intentó llegar a la Casa Blanca con el Partido de la Reforma, fundado por Rose Perot cinco años atrás; en esta primera irrupción Trump logró la atención mediática de la prensa y, pese a ganar las elecciones primarias en el estado de California con más de 15.000 votos, terminó retirando su candidatura (Winger, 2011; Clift, 2016).

Para las elecciones presidenciales de 2012 Donald Trump sonó como posible candidato, pero en 2011 confirmó que no formalizaría su candidatura. En octubre de 2013 los republicanos de la ciudad de Nueva York pusieron en circulación un documento que sugería que Trump se lanzaría a la gobernación del Estado de Nueva York, sin embargo, en 2014 el empresario anunció que no estaba preparado para dejar el sector privado (Royo y Ureña, 2015; Ureña, 2016). Las especulaciones sobre su candidatura presidencial para 2016 comenzaron desde febrero de 2015 cuando decidió no renovar su contrato con el *reality show The Apprentice*.

Los rumores se confirmaron el 16 de junio de 2015 cuando Donald Trump anunció su precandidatura presidencial por el Partido Republicano. El lugar escogido para ofrecer su primer discurso fue la Trump Tower, la sede principal de The Trump Organization, ubicada en Manhattan, Nueva York. La presentación de su campaña se caracterizó por un tono agresivo

contra la inmigración ilegal desde la frontera con México, la propuesta de prohibir la entrada al país de la población musulmana y por las fuertes críticas a China y el mercado económico (Royo y Ureña, 2017; Ortiz, 2017; Bogado et. al, 2017).

Entre el primero de febrero y el 7 de junio de 2016 se llevaron a cabo las primarias del Partido Republicano; las primarias son un proceso electoral en el cual cada partido elige los delegados que asistirán a la convención nacional y quienes en definitiva votarán, de acuerdo a las votaciones estatales por los precandidatos, por un candidato único a la presidencia de los Estados Unidos (Tarver, 2019).

En total, la campaña presidencial de 2016 contó con diecisiete precandidatos por el Partido Republicano, quienes competían por los votos de 2.472 delegados para la Convención Nacional Republicana; un candidato debía obtener el voto de 1.237 delegados para ganar la nominación presidencial.

Una de las particularidades de las elecciones primarias en Estados Unidos es que no son simultáneas en los cincuenta estados que componen el país. Esta característica promueve la especulación mediática con las encuestas y que, a medida que se conocen los resultados, los precandidatos con menos percepción de victoria vayan renunciando a su candidatura. Como precedente de las primarias republicanas de 2016 cinco precandidatos renunciaron antes de que comenzara oficialmente el proceso en el estado de Iowa. (Bogado et. al., 2017).

Para la primera elección en el estado de Iowa se presentaron los doce candidatos restantes, quienes desde enero de 2016 participaron en debates públicos televisados. Debido a la cantidad de candidatos se dividieron en dos grupos para los debates, en el primero figuraban los más mediáticos —entre ellos Donald Trump— y en el segundo los de menor repercusión, pero que igual era importante darles una oportunidad frente al electorado republicano (Tarver, 2019).

Después de que terminaron las primarias en Iowa siguieron las de New Hampshire y Carolina del Sur respectivamente; para el 23 de febrero de 2016, día de elecciones en Nevada, todos los candidatos del segundo grupo, con menor repercusión, ya habían retirado su candidatura e incluso Jeb Bush —hermano del expresidente George W Bush—, perteneciente al grupo de candidatos más mediáticos, también había desistido en la carrera por la nominación republicana (Andrews et al, 2016; Bogado et. al., 2017).

Donald Trump ganó tres de las cuatro primarias de febrero, triunfó en New Hampshire, Carolina del Sur y Nevada y quedó en segundo lugar en Iowa. A partir de estos resultados marcó la tendencia para las siguientes primarias: un Trump puntero, seguido por Ted Cruz, senador de Texas, y John Kasich, gobernador de Ohio (Tarver, 2019). Los otros dos candidatos que quedaban en contienda renunciaron en marzo; Ben Carson, director de neurocirugía del Hospital Johns Hopkins en el estado de Maryland, retirado el 4 de marzo; y Marco Rubio, senador de Florida quien renunció el 15 del mismo mes (Palomo, 2016; Fox News (a), 2016).

Los debates en los que participó Donald Trump se caracterizaron por ser poco convencionales ya que atacó personalmente a sus contrincantes y algunos, como Ted Cruz, respondieron a esos insultos; además, entre los republicanos más conservadores se formó un grupo “anti-Trump” con el que pretendían frenar su candidatura, puesto que según los sondeos de opinión el empresario eventualmente perdería ante Hillary Clinton (Bogado et. al., 2017).

El 3 de mayo las primarias del estado de Indiana fueron decisivas para la nominación de Trump por el Partido Republicano. Desde finales de abril ni Cruz ni Kasich podían llegar a los 1.237 delegados necesarios para la nominación, pero podían evitar que Trump los consiguiera y forzar una votación dividida en la Convención Nacional Republicana. Sin embargo, Trump logró una victoria más ese día en Indiana, motivo suficiente para que esa misma noche Ted

Cruz suspendiera su campaña y al día siguiente lo hiciera John Kasich (Collinson, 2016; Tarver, 2019).

A partir de ese momento Donald Trump quedó como único candidato en la contienda, pero no había llegado al número de delegados necesario. En medio de la confusión se siguieron celebrando primarias en los estados restantes aún con Cruz y Kasich en la boleta. No obstante, para el 7 de junio, fecha de las últimas elecciones primarias, eran simples formalidades antes de la convención; días atrás, después de finalizar el conteo de votos en Washington, Donald Trump ya había alcanzado el umbral de la nominación (Parker y Rappeport, 2016; Bogado et. al., 2017).

La Convención Nacional Republicana se celebró del 18 al 21 de julio de 2016 en Cleveland, Ohio. En ella se reunieron los delegados de cada uno de los cincuenta estados más los provenientes de Washington —la capital—, Puerto Rico, Guam, Islas Vírgenes y Samoa que son tenidos en cuenta como territorios no incorporados de los Estados Unidos para las primarias, pero que no cuentan con votos electorales para las elecciones presidenciales y del congreso (Bogado et. al., 2017).

Durante los tres días de convención se emitieron los votos para escoger el candidato a la presidencia, el candidato a la vicepresidencia y la plataforma del partido: las posturas políticas que tendría la campaña en cuanto a temas claves y controversiales para el país. Para la elección del candidato único a la presidencia por el Partido Republicano solo fue necesaria una ronda de votación; Donald Trump ganó con 1.725 delegados que apoyaron su nominación, 488 más de los requeridos, le siguió Ted Cruz con 484, John Kasich con 125, Marco Rubio con 123, Ben Carson con 7 delegados, Jeb Bush con 3 y por último Rand Paul con 2 (Andrews et. al., 2016).

El 21 de julio de 2016 Donald Trump aceptó oficialmente la candidatura a la presidencia por el Partido Republicano después de obtener una votación popular de 13.979.321 y 1.725 delegados, aunque hacía más de un mes era técnicamente el ganador de las primarias. A partir de este momento comenzó la lucha por la Casa Blanca contra la candidata del Partido Demócrata Hillary Clinton —exsecretaria de Estado del gobierno Obama y esposa del expresidente Bill Clinton—, quien desde el 14 de junio había ganado las primarias de su partido a Bernie Sanders, senador de Vermont (Tarver, 2019).

La fase final de la campaña presidencial entre Donald Trump y Hillary Clinton se caracterizó por la hostilidad entre ambos candidatos y los escándalos políticos. Por el lado republicano, los continuos ataques de Trump a la comunidad latina y musulmana detonaron episodios de violencia entre sus partidarios y detractores a las afueras de sus mítines; adicionalmente dos escándalos sexuales pusieron en duda el respaldo de su partido (Ortiz, 2017; Tarver, 2019).

El primero por cuenta de las declaraciones de la actriz de cine pornográfico Stormy Daniels, quien aseguró haber tenido encuentros sexuales con Trump durante su campaña y posteriormente se le pagó una suma de dinero desde The Trump Organization a cambio de su silencio frente a los medios (Walters, 2019). El segundo escándalo se produjo a finales de octubre cuando fue revelada una grabación en la que Trump se refería en términos despectivos y sexistas a las mujeres. Ante la tormenta política desatada por los escándalos, el ala más conservadora del Partido Republicano sugirió quitarle el apoyo a Trump y concentrarse en las elecciones al senado y la cámara de representantes (Cassidy, 2016).

Respecto a Hillary Clinton, un mes antes de las votaciones el FBI reveló que, mientras fue Secretaria de Estado, Clinton envió a través de un servidor privado más de 3.000 correos electrónicos con contenido potencialmente delicado y que pudo ser espiado o hackeado por otros servicios de inteligencia, entre ellos el de Rusia. Además, se publicaron algunos apartes

de los correos en los que la Secretaria de Estado planeaba en secreto incursiones armadas en países de Medio Oriente y se rumoreó que algunos de ellos efectivamente fueron hackeados y posteados en el popular sitio de denuncias en línea WikiLeaks (Brawn y Pérez, 2016; Bogado et. al., 2017).

Ante los escándalos ambos candidatos aceptaron estar implicados y se disculparon frente a la opinión pública, con excepción del caso Stormy Daniels que Trump ignoró completamente hasta que en 2018 admitió haber pagado 130.000 dólares a Daniels para retirar los comentarios sobre sus encuentros sexuales (BBC, 2018). Finalmente, las elecciones se llevaron a cabo el martes 8 de noviembre de 2016.

Tanto para el Partido Republicano como para el Partido Demócrata existen ciertos estados que son catalogados como “seguros” ya sea porque las encuestas le dan un amplio margen de favoritismo a su candidato frente al otro o porque han votado por los candidatos del partido en sucesivas elecciones. Sin embargo, existen otros que son catalogados como *swinger states* o estados bisagra, en los que las encuestas dan un margen muy apretado y en el historial electoral sus votos han sido tanto para republicanos como demócratas (Bogado et al, 2017; Davisson et al, 2020).

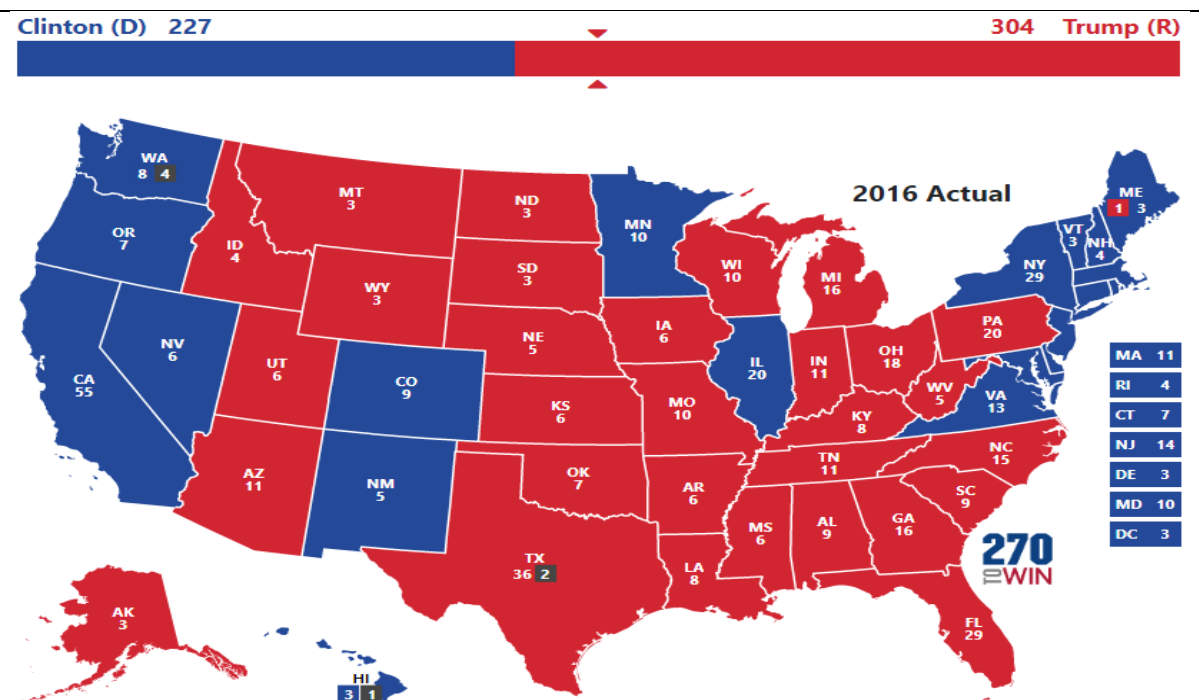
De tal modo que las campañas presidenciales en Estados Unidos no se centran en ganar la totalidad del voto popular en el país, sino en ganar en los estados bisagra, claves para conseguir los 270 votos electorales. Desde hace veinte años los dos estados en disputa más importantes han sido Florida y Ohio (Tarver, 2019; Davisson et al, 2020).

En la madrugada del 9 de noviembre de 2016 las cadenas de noticias anunciaron que Pensilvania y Wisconsin, estados donde Clinton lideraba las encuestas, daban los últimos treinta electores a Donald Trump, con estos votos adicionales se diluyó por completo la aspiración de Hillary Clinton después de haber perdido en los dos estados bisagra más

importantes como se evidencia en la figura 9. Así, el magnate inmobiliario se convirtió en el cuadragésimo quinto presidente electo de los Estados Unidos y el quinto en ganar las elecciones perdiendo en voto popular frente a su rival (Bogado et al, 2017: 270toWin, 2016).

Figura 9

Resultados de las elecciones presidenciales en 2016



respondió satíricamente a las protestas. Finalmente, el proceso de empalme para la transición del poder comenzó el 11 de noviembre de 2016 (Bogado et. al., 2017; Tarver, 2019).

1.8. La familia Trump

La vida familiar de Donald John Trump ha sido, desde principios de los ochenta, parte de su estrategia de publicidad en los negocios. Casado en tres ocasiones y con numerosos escándalos que lo implican con mujeres del mundo del entretenimiento, Trump ha tenido una vida personal ligada a su carrera como empresario y celebridad de Nueva York.

El presente apartado recoge brevemente los perfiles de la exfamilia presidencial. Conocer a quienes acompañan, o acompañaron, en sus momentos más privados al expresidente permite contextualizar mejor su poder mediático; no en vano Donald Trump es el único presidente de los Estados Unidos que se ha divorciado en dos ocasiones y que tiene hijos con tres mujeres diferentes.

Los perfiles de la familia Trump están organizados comenzando por sus dos exesposas: Ivana Trump y Marla Maples, seguido de su actual esposa Melania Trump. Continúa con los hijos en orden de nacimiento: Donald Trump Junior, Ivanka Trump, Eric Trump, Tiffany Trump y Barron Trump. Por último se encuentra un breve repaso sobre los hermanos del magnate, quienes no tienen una vida igual de mediática.

1.8.1. Ivana Zelníčková

Ivana Zelníčková, la primera esposa de Donald Trump, nació el 20 de febrero de 1949 en Zlín, República Checa (Burleigh, 2017). Para poder abandonar la Checoslovaquia comunista en 1971 se casó con el instructor de esquí austriaco Alfred Winklmay, tras un año se le otorgó el pasaporte austriaco y con él la posibilidad de migrar a los Estados Unidos; para 1973 Zelníčková se divorció de Winklmay en Los Ángeles, California, a donde había llegado a enseñar esquí (Conconi, 1990; McCauley, 2016).

En 1974 se mudó a Canadá donde convivió con George Syrovatka, un checo que había desertado del comunismo y tenía una boutique de elementos para esquí en Montreal. Durante los siguientes dos años Zelníčková mejoró su inglés y comenzó a trabajar como modelo (Piñeiro, 2020; Town&Country, 2020).

Trump y Zelníčková se conocieron en Nueva York en 1976 cuando la esquiadora y modelo checa se encontraba en una gira de promoción con otras modelos. Tan solo un año después se casaron y tuvieron a su primer hijo Donald John Jr. (Bell, 1990). Durante el apogeo de The Trump Organization en la década de los ochenta la pareja adquirió gran notoriedad al trabajar juntos. Ivana Trump estuvo a cargo de la vicepresidencia de Diseño de Interiores de la compañía y como gerente de Trump Castle Hotel and Casino (McCauley, 2016; Town&Country, 2020). Los otros dos hijos del primer matrimonio Trump nacieron en 1981, Ivanka, y 1984, Eric (Piñeiro, 2020).

A finales de los ochenta junto con la bancarrota y las deudas provenientes de sus fallidos casinos en Atlantic City, Donald Trump también tuvo que hacer frente al divorcio con Ivana. Según la prensa sensacionalista del momento, Donald Trump estaba saliendo desde hacía varios meses con Marla Maples; en cuanto al tema del divorcio, Donald no quiso ceder y se opuso a otorgarlo, hasta el punto que hubo un juicio para determinar si la señora Trump tenía razones válidas para terminar el matrimonio (Lavin, 1990; Piñeiro, 2020). En 1990 el juicio falló a favor de Ivana Trump con el argumento de haber recibido tratos crueles e inhumanos por parte de su esposo (Barron, 1990; Ross y Rex, 2016). El proceso de separación redujo considerablemente la fortuna de Donald Trump, a cambio de una cláusula de confidencialidad que le prohibió a Ivana hablar a los medios sobre su matrimonio sin su autorización (Hylton, 1991).

Posteriormente en 1995 Ivana Trump, quien no dejó de usar el apellido de su exesposo, volvió a contraer matrimonio y en 1997 volvió a los juzgados para divorciarse e intentar ganar una demanda por 15 millones de dólares (Radar Online, 2017). Finalmente, en 2008, con 59 años volvió al altar con Rossano Rubicondi, esta vez con el apoyo de Donald Trump quien organizó la boda por tres millones de dólares en su club de Mar-a-Lago y retiró parte de la cláusula de confidencialidad del divorcio en 1990 (Stoynoff, 1990; Town&Country, 2020).

Así, tras la victoria de Trump en las elecciones presidenciales, Ivana Trump publicó en 2017 *Raising Trump*, un libro autobiográfico donde cuenta sus primeros años de matrimonio y la crianza de sus hijos en compañía del expresidente de los Estados Unidos (Town&Country, 2020).

1.8.2. Marla Maples

Marla Ann Maples nació el 27 de octubre de 1963 en Cohutta, Georgia, Estados Unidos. Hija de una modelo y un vendedor de bienes raíces, desde muy temprano se interesó por el modelaje. En 1983 ganó el concurso de belleza Miss Resaca Beach, en 1984 fue finalista de Miss Georgia USA y en 1985 ganó el Miss Hawaiian Top (Harris, 1990; Roura y Hays, 1990).

Donald Trump y Marla Maples se conocieron en 1989 y comenzaron una relación mientras Trump aún continuaba casado con Ivana Zelníčková. Su relación fue muy publicitada meses antes del divorcio (Orth, 1990; Roura y Hays, 1990). Tras la separación de su primer matrimonio, Trump y Maples comenzaron un noviazgo formal hasta 1993, año en el que se casaron y nació Tiffany Trump fruto de esta relación (Dullea, 1993).

Maples, quien nunca antes había actuado, comenzó su carrera actoral en 1992 en un musical de Broadway en New York (Stanley, 1992) y la retomó en 1996 con un papel menor en la película *Executive Decision*; ese mismo año Maples coorganizó Miss Universo y al año siguiente

apareció en otra película y repitió como coorganizadora, esta vez, también del concurso Miss Teen USA (La Prensa, 2003).

En 1996, Trump despidió a su guardaespaldas después de que un oficial de policía encontró a Maples y al escolta juntos, bajo un puesto de salvavidas, en una playa desierta a las cuatro de la mañana. Tanto Maples como Trump negaron que ella estuviera teniendo una aventura, a pesar de los informes en los tabloides; no obstante, el propio guardaespaldas contó historias contradictorias sobre el incidente (Inside Edition, 2016). Maples y Trump se separaron en mayo de 1997 y se divorciaron el 8 de junio de 1999. Según los términos de su acuerdo prenupcial y de divorcio, Maples está obligada a guardar silencio por un acuerdo de confidencialidad respecto a su matrimonio (Weber, 1997; Sherman, 2019).

En 1997, año de su separación con Donald Trump, Maples se mudó junto con la hija en común de la pareja, Tiffany, a California donde continuó su carrera actoral —obteniendo papeles secundarios en comedias de bajo presupuesto y películas navideñas estrenadas solo en DVD— y como celebridad conduciendo su propio programa radial sobre medicina alternativa, bioenergética y astrología (Hallemann, 2017; Piñeiro, 2020).

1.8.3. Melania Knauss

La tercera y actual esposa de Donald Trump, Melania Knauss, nació el 26 de abril de 1970 en Novo Mesto, Yugoslavia, actual Eslovenia. Desde los dieciséis años comenzó su carrera como modelo; nacida como Melanija Knavs adaptó la versión alemana de su nombre y apellido cuando firmó su primer contrato profesional a los dieciocho años en Milán, Italia (Piñeiro, 2020).

En esta ciudad conoció a Paolo Zampolli en 1995; el amigo de Donald Trump y copropietario de Metropolitan Models le sugirió que se mudara a Nueva York y que la representaría con su agencia en Estados Unidos (Peretz, 2017).

En 1996 se mudó a Manhattan, Nueva York, y apareció en una sesión de fotos sexualmente explícita para la edición de enero de 1996 de *Max*, una revista para hombres francesa ahora desaparecida, junto con otra modelo (Fox News (b), 2016). También posó desnuda para la edición de enero de 2000 de la revista *GQ*, apareciendo en la portada con joyas de diamantes, abrigos de piel, y a bordo del Boeing 727 privado de Trump (Peretz, 2017).

Pese a posar en el avión de Trump no hablaron entre sí hasta septiembre de 1998, cuando Knauss conoció al magnate inmobiliario en una fiesta y comenzaron a salir, mientras Trump se divorciaba de su segunda esposa, Marla Maples, con quien ya no convivía en Nueva York (Peretz, 2017; Piñeiro, 2020). Un año más tarde su noviazgo se confirmó tras una entrevista radial de Knauss en la que compartió sus experiencias sexuales con Donald Trump, a petición de este (BBC, 2020).

La modelo apareció con Trump mientras hacía campaña para la nominación presidencial del Partido Reforma en el año 2000. Cuando el diario *The New York Times* le preguntó cuál sería su papel si Donald Trump se convirtiera en presidente, ella respondió: "Sería muy tradicional, como Betty Ford o Jackie Kennedy" (BBC, 2020). Lo que intuía su primer matrimonio y el tercero de su entonces novio.

El 22 de enero de 2005 la pareja se casó en una iglesia episcopal de Palm Beach, Florida; seguido de una recepción en el salón de baile de Mar-a-Lago a la que incluso asistió la entonces senadora Hillary Clinton junto con su esposo. Un año después del matrimonio, Melania Trump dio a luz al único hijo de la pareja: Barron William Trump (Piñeiro, 2020).

Tras la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales de 2016, Melania Trump asumió como Primera Dama de los Estados Unidos el 20 de enero de 2017. Es la segunda vez que la primera dama nace fuera del país, tras Louisa Adams en 1825, la primera que es ciudadana naturalizada de los Estados Unidos, la segunda abiertamente católica y la primera

cuya lengua materna no es el inglés; aunque lo habla con fluidez, pese a que su acento esloveno es latente (Sieczkowski, 2017; Laborde, 2020).

Desde que comenzó la campaña en 2016, Melania Trump aseguró que trabajaría desde su cargo por el empoderamiento femenino, la asistencia para los menores y contra el ciberacoso. Sin embargo su programa de beneficencia comenzó formalmente en mayo de 2018 y su equipo de apoyo en la Casa Blanca fue el más reducido respecto a sus antecesoras Laura Bush y Michelle Obama; lo cual le ha traído fuertes críticas por parte de los medios de comunicación (Laborde, 2021).

Finalmente, Melania Trump se convirtió en un ícono de la moda inmediatamente después de asumir funciones su esposo el 20 de enero de 2017; varios medios de comunicación informaron sobre sus elecciones de moda. La revista *Vogue* ha comparado el vestuario de Trump como primera dama con el de Jacqueline Kennedy y Nancy Reagan, y señaló que trabaja estrechamente con el diseñador Hervé Pierre y prefiere "piezas muy personalizadas" en colores llamativos y que usa casi exclusivamente diseñadores de alta gama (Barsamian, 2017).

1.8.4. Donald John Trump Junior

Donald John Trump Junior es el hijo mayor del expresidente Trump. Nació el 31 de diciembre de 1977 y es el primero de tres hijos que tuvo el matrimonio entre Donald Trump e Ivana Trump. En la actualidad "Don Junior", como se hace llamar, es Presidente Ejecutivo de The Trump Organization tras la renuncia de su padre por el posible conflicto de intereses cuando fue presidente del país (Cohan, 2017; Ioff, 2018).

Al igual que su padre, Trump Junior obtuvo el título de *Bachelor of Science* en Economía de la Escuela de Negocios Wharton de la Universidad de Pensilvania (Ioff, 2018). Un año después de su grado comenzó a supervisar proyectos inmobiliarios de la compañía en Manhattan y antes de la renuncia de su padre se desempeñó como Director de nuevas adquisiciones; logró

visibilidad mediática gracias a sus continuas apariciones como juez en el reality show *The Apprentice* (Lanktree, 2017).

Entre 2015 y 2016 Trump Junior fungió como asesor político de la campaña presidencial de su padre y protagonizó dos escándalos políticos de relevancia en torno a las elecciones presidenciales. El primero de cuenta de una entrevista que tuvo con el supremacista blanco James Edwards que inicialmente negó y que tras la publicación en *The New York Times* afirmó que no fue intencional (Olson, 2017). Y la segunda en días posteriores a una reunión de negocios en Manhattan con empresarios cercanos al gobierno ruso de Putin; Trump Junior afirmó que el tema principal de conversación fue la adopción de niños rusos por parejas estadounidenses, sin embargo después se filtró que su presencia se debió a información valiosa que pudieran tener los rusos y que comprometiera a Hillary Clinton (Lanktree, 2017; Ioff, 2018).

En 2018 fue una pieza clave del Partido Republicano en las elecciones regionales, hizo campaña junto a los aspirantes a la gobernación de los estados mayoritariamente republicanos. Tras la victoria republicana en los comicios los analistas políticos ven futuro en las aspiraciones políticas de Don Jr. (Arkin y Severns, 2018; Coppins, 2019).

Es conocido por promover en la red social Twitter información falsa y teorías de la conspiración sobre antisemitismo y supremacía blanca; así como otras que puedan perjudicar a los rivales políticos de su padre o al Partido Demócrata (Olson, 2017).

Respecto a su vida personal, Donald Trump Junior estuvo casado entre 2005 y 2018 con la modelo Vanessa Kay Haydon, con quien comenzó a salir en 2003 por petición de su padre (Ioff, 2018). La pareja se casó en Mar-a-Lago en una ceremonia civil oficiada por su tía, la jueza Maryanne Trump Barry (The New York Times, 2005).

El matrimonio Trump-Haydon tuvo cinco hijos, dos niñas: Kai madison, 2007 y Chloe Sophia, 2014; y tres niños: Donald John III, 2009; Tristan Milos, 2011 y Spencer Frederick, 2012. Trump Junior y su familia vivieron durante varios años a las fueras de Nueva York en una zona rural de Long Island debido a la afición de Trump por la naturaleza y la caza deportiva.

Por último, después del divorcio a finales de 2018, Donald Trump Junior se encuentra en una relación sentimental con Kimberly Guilfoyle; amiga íntima de la familia Trump desde hace más de una década, periodista y expresentadora de Fox News, cadena televisiva de tendencia republicana (Coppins, 2019).

1.8.5. Ivana Marie “Ivanka” Trump

Ivana Marie Trump, conocida como “Ivanka” para no ser confundida con su madre, es la segunda hija del primer matrimonio de Donald Trump. Nació el 30 de octubre de 1981 en Manhattan, Nueva York. Al igual que su padre y su hermano mayor, Ivanka se graduó de la Escuela de Negocios Wharton de la Universidad de Pensilvania, pero como licenciada en economía. Tras su grado con honores en 2004 trabajó varios meses como gerente de proyectos inmobiliarios de *Forest City Enterprises*, posteriormente ingresó a The Trump Organization como Vicepresidenta Ejecutiva de Desarrollo y Adquisiciones (Sandoval, 2017).

En 2007 Ivanka Trump creó una línea de joyería fina y desarrolló como diseñadora de modas una línea de ropa, bolsos y zapatos. Ambas compañías se fundaron dentro del conglomerado empresarial de *The Trump Organization* y crecieron con regularidad hasta 2015, año en el que se oficializó la precandidatura de Donald Trump a la presidencia; a partir de entonces las ventas descendieron en protesta por las aspiraciones de su padre y se vio obligada a cerrar varias de sus tiendas y boutiques. En 2018 anunció el cierre de sus negocios en la industria de la moda para dedicarse a seguir una carrera en la política de los Estados Unidos (Abrams, 2018).

Durante la campaña presidencial de Donald Trump, Ivanka se involucró como asesora y, de los hijos del magnate, fue la más cercana durante la contienda electoral, pronunciando varios discursos a favor de la candidatura de su padre y asumiendo un rol como la cara amable y moderada del Partido Republicano (Seligson, 2016).

En enero de 2017 renunció a su cargo como Vicepresidenta Ejecutiva de The Trump Organization para apoyar políticamente a su padre en la presidencia de los Estados Unidos. En los dos primeros meses del gobierno Trump no tuvo un cargo dentro de la Casa Blanca como tal hasta que en marzo de 2017 comenzó a servir como Asesora Principal del Presidente de los Estados Unidos. Asumió este puesto oficial no remunerado después de que se plantearon inquietudes éticas sobre el hecho de que ella tuviera acceso a material clasificado sin estar sujeta a las mismas restricciones que un empleado federal (Sandoval, 2017).

En cuanto a su vida personal, Ivanka Trump está casada con Jared Kushner, desarrollador de bienes raíces, editor del periódico *The New York Observer* y quien ayudó a desarrollar y ejecutar la estrategia de medios digitales de la campaña de Trump en 2016. A diferencia de su esposa, Kushner fue nombrado como Asesor Principal desde antes de la toma de posesión del 20 de enero de 2017 y su rol principal fue la planificación estratégica (Friedman, 2017; Sandoval, 2017).

Ivanka Trump y Jared Kushner se conocieron en 2005 por amigos en común y tuvieron un noviazgo hasta 2008, año en el que se separaron por las objeciones de los padres de Kushner, ya que toda su familia es judía e Ivanka no pertenecía a esta religión. En julio de 2009 Ivanka Trump se convirtió al judaísmo ortodoxo y el 25 de octubre se casó con Kushner; Ivanka Trump es la primera miembro de la familia presidencial de los Estados Unidos que es judía. Finalmente, la pareja tiene tres hijos: Arabella Rose, 2011; Joseph Frederick, 2012 y Theodore James, nacido en 2016 (Seligson, 2016).

1.8.6. Eric Frederick Trump

Eric Frederick Trump es el tercer hijo de Donald e Ivana Trump. Nació el 6 de enero de 1984 en Nueva York y desde muy temprana edad acompañó a su padre a los cierres de negocios inmobiliarios en la ciudad. A diferencia de su padre y sus hermanos, Eric Trump no es graduado de Wharton School; su alma mater es la Universidad de Georgetown en Washington D.C, de donde se graduó con honores en Finanzas y Administración (Cohen, 2016; Runyeon, 2017).

En enero de 2017 tras la renuncia de su hermana mayor Ivanka, asumió el puesto vacante de Vicepresidente Ejecutivo de The Trump Organization (Biography, 2017); adicionalmente es el garante del fideicomiso en el que se encuentran la mayoría de propiedades de Donald Trump (Geewax, 2018) y es el Gerente Ejecutivo de Trump Winery, empresa del conglomerado dedicada a la elaboración de vinos (Cohen, 2016). Apareció como invitado en el reality show *The Apprentice*, producido y protagonizado por su padre y dio algunos discursos durante la campaña presidencial; sin embargo no es tan mediático como sus dos hermanos mayores.

Eric Trump está casado desde el 8 de noviembre de 2014 con Lara Yunaska, productora ejecutiva del noticiero de televisión por capítulos *Inside Edition* hasta 2016 y con quien tiene dos hijos: Eric “Luke” Trump, nacido en 2017 y Carolina Dorothy Trump, nacida en 2019 (Rivera, 2014; Murphy, 2019).

Después de la elección de su suegro como presidente, Yunaska se convirtió en la portavoz de los informes del gobierno Trump a través del noticiero por redes sociales (*Webcast*) *Real News Update* producido por Trump Productions —productora de televisión perteneciente a The Trump Organization— desde Manhattan (Williams, 2017).

1.8.7. Tiffany Ariana Trump

Tiffany Ariana Trump es la cuarta hija de Donald Trump y la única de su segundo matrimonio con la actriz y modelo Marla Maples. Tiffany Ariana nació el 13 de octubre de 1993 en West

Palm Beach, Florida. Los primeros años de su infancia los vivió en Manhattan, pero tras la separación de sus padres fue criada por su mamá a las afueras de Los Ángeles, California (Stanley 2016; Graham 2016).

Su primer nombre fue escogido por Donald Trump como homenaje a *Tiffany And Company* — una cadena de joyerías icónica de Estados Unidos— después de haber comprado los derechos aéreos de la joyería de la quinta avenida en Manhattan y que fueron necesarios para construir la Trump Tower durante los años ochenta (The Orlando Sentinel, 1987; Hernández, 2020).

Durante la campaña presidencial de Donald Trump, Tiffany Trump estuvo ausente debido a que estaba terminando sus estudios en la Universidad de Pensilvania; pocos meses después de graduarse como licenciada en artes liberales con especialización en sociología y estudios urbanos pronunció un breve discurso en la segunda noche de la Convención Nacional Republicana el 19 de julio de 2016. A partir de 2017 se mudó a la Casa Blanca y cursó estudios en la Facultad de Derecho de la Universidad de Georgetown (Hernández, 2020).

Al margen de sus estudios, Tiffany Trump intentó despegar una carrera musical en 2011 cuando publicó un sencillo titulado “Like a Bird”, sin embargo la canción tuvo poca atención de los medios. En 2016, previo a su discurso en la Convención Nacional Republicana, el tema volvió a sonar y esta vez repercutió en los medios de manera negativa por el uso del auto-tune o ecualizador de voz. Ese mismo año modeló en la Semana de la moda de Nueva York y un año atrás fue pasante de la revista *Vogue* (Graham, 2016; Hernández, 2020).

1.8.8. Barron William Trump

Barron William Trump es el hijo menor de Donald Trump y el único de su tercer matrimonio con Melania Trump; nació el 20 de marzo de 2006. Hasta finales de 2020 cursó la preparatoria universitaria en la Escuela Episcopal de San Andrés en Potomac, Maryland; ciudad vecina del Distrito de Columbia donde se encuentra Washington (Alonso, 2017; El País, 2020).

Durante la campaña presidencial, Barron Trump solo asistió a tres eventos; a un mitin en Carolina del Norte, al discurso de aceptación como candidato en la Convención Nacional Republicana y al discurso de victoria presidencial. Posteriormente también asistió a la posesión el 20 de enero de 2017. Tras estas breves apariciones públicas, Barron fue objeto de burlas en redes sociales por su actitud desinteresada frente a los discursos y la victoria de su padre; incluso en Japón se comercializaron historietas en las que es protagonista y se le caracterizó como un hijo fastidiado por las aspiraciones políticas de Donald Trump (Arana, 2017).

Por último, Barron Trump es fanático del fútbol “soccer” y su equipo favorito es el *D.C United* de Washington; en septiembre de 2017 fue seleccionado para unirse al equipo U-12 de la academia de desarrollo del *D.C United*, tras una temporada cambió de equipo y ahora juega en *Arlington Soccer Association*, un equipo de desarrollo de Virginia, al sur de la capital de Estados Unidos (Piñon, 2019).

1.8.9. Hermanos Trump

Como se mencionó en el apartado biográfico de Donald Trump, él es el cuarto de cinco hijos que tuvo el matrimonio entre Fred Trump y Mary Anne MacLeod. Sus otros hermanos en orden de nacimiento son: Maryanne Trump Barry, Fred Trump Junior, Elizabeth Trump Grau y Robert Trump; de ellos el único que ha fallecido es Fred Junior (Bogado et. al., 2017; Tarver, 2019).

Su hermana mayor, Maryanne Trump Barry, nació en 1937. Es abogada y fue Jueza Federal Principal en el Tribunal de Apelaciones del Tercer Circuito, quedó inactiva en 2017 después de que Donald Trump asumió como presidente y se retiró del servicio público en febrero de 2019 (Bogado et. al., 2017).

Fred Trump Junior fue el hermano mayor de Donald Trump. Nació en 1938 y aunque asistió a la Universidad de Lehigh no culminó sus estudios; fue piloto comercial para la aerolínea *Trans*

World Airlines. En 1981, a la edad de 42 años murió de un ataque cardíaco como resultado de su alcoholismo; su muerte caló en Donald Trump quien a partir de ese momento evitó el alcohol y el tabaco (Bogado et. al., 2017).

Elizabeth Trump Grau nació en 1942. En 1989 se casó con el productor de cine James Grau; durante su vida laboral se desempeñó en cargos ejecutivos en *Chase Manhattan Bank*, uno de los cuatro grandes bancos de Estados Unidos. Tras su jubilación se retiró a vivir al estado de Florida (Tarver, 2019).

Por último, Robert Trump, hermano menor del expresidente de los Estados Unidos, nació en 1948. Es ejecutivo de negocios retirado y desarrollador de bienes raíces que administró las propiedades inmobiliarias de The Trump Organization fuera de Manhattan. Estuvo casado con Blaine Trump —celebridad de Nueva York y miembro del *American Ballet Theatre*— hasta su divorcio en 2007. En la actualidad Robert Trump es miembro de la junta directiva de *ZeniMax Media*, una empresa dedicada al desarrollo de videojuegos (Bogado et al., 2017; Tarver, 2019).

Capítulo II: Metodología

El diseño metodológico del trabajo de grado, tal como el uso de la técnica de análisis de contenido, se enmarca en una perspectiva mixta que combina elementos cuantitativos y cualitativos y da cuenta de cómo se elaboró el proceso de investigación. En este capítulo se explicarán los criterios de selección de la muestra de artículos de la revista *Jet-Set*, así como las pautas de inclusión en las categorías de análisis que surgieron tras el abordaje inductivo de los textos periodísticos.

2.1. Muestra de artículos

El objetivo general del análisis de contenido a la revista *Jet-Set* fue descubrir cómo un medio de comunicación especializado en entretenimiento cubrió el primer año presidencial de Donald Trump al frente de Estados Unidos. Al tratarse de una investigación exploratoria el muestreo que mejor se adapta al propósito es el intencional, aquel que no sigue cálculos y leyes de probabilidad sino la voluntad del investigador de acuerdo a dos métodos: opinático o teórico; el primero se basa en los criterios personales del investigador como conocimiento del tema, facilidad y voluntariedad; el segundo se apoya en la acumulación de datos y su posterior decantación para refinar una teoría y establecer dónde seguir la búsqueda de material de análisis (Andréu, 2002: p. 25).

Se optó por el muestreo intencional opinático porque se pretende analizar un solo medio de comunicación especializado y en un periodo de tiempo delimitado: un año calendario; suficiente para encontrar patrones establecidos en el abordaje del tema por parte de *Jet-Set*. De este modo, se buscaron los datos en todas las ediciones impresas de la revista que circularon durante 2017, sin contar con algún tipo de suplemento, publicaciones en redes sociales o en sitios web de la misma revista.

En cuanto a la porción del contenido de cada edición de *Jet-Set* sujeto a categorización se eligió una unidad de análisis no gramatical, la cual no considera segmentaciones del material a partir de elementos sintácticos, expresivos o semánticos sino propiedades independientes como el espacio, la cantidad, o el tiempo (Cáceres, 2003: p. 61). Específicamente se tomó el documento completo: todo artículo presente en la edición que de forma manifiesta informe u opine sobre Donald Trump, algún miembro de su familia o la presidencia de Estados Unidos siempre y cuando sean parte del tema central del texto.

Es conveniente aclarar dos puntos. Primero, por “artículo”, “texto” o “nota” se hace referencia a un conjunto de palabras ordenado, con principio y final claros, independiente de información sobre otros temas diferentes a los mencionados anteriormente y que no hace parte de los avisos publicitarios en las páginas del medio. Segundo, la inclusión del condicional referente al tema central funciona como un filtro para evitar artículos en los que Trump, su familia o la presidencia sean brevemente mencionados, pero no hacen parte del desarrollo total de la información u opinión.

2.2. Categorías de análisis

Las categorías en las que se clasificaron los artículos durante el periodo de análisis se establecieron en función de las semejanzas encontradas en los abordajes que el medio hizo sobre la presidencia de Donald Trump, no sin antes instaurar varios criterios de identificación general comunes a todos los textos periodísticos de la muestra con el fin de construir inferencias sobre el cubrimiento de *Jet-Set* al tema en el transcurso del 2017; posteriormente se crearon categorías específicas mediante un proceso inductivo, siguiendo “pistas” como: ubicación de palabras clave, inclusión de información que encarrila la nota hacia un subtema, giros del lenguaje, adjetivos, explicaciones y figuras literarias.

En el transcurso de los siguientes párrafos se explicarán los criterios de inclusión, así como la finalidad de cada una de las categorías generales y específicas propuestas para el análisis de Jet-Set. Todas las categorías parten de la concepción cuantitativa de la técnica (el conteo de características), pero tienen en cuenta la perspectiva cualitativa (ir más allá de los datos para encontrar correlaciones con el contexto de los mismos); a ellas se suman los aportes de la Teoría del Encuadre y el descubrimiento de varios protagonistas de la información diferentes que terminaron por dividir la muestra en dos grandes grupos con contadas excepciones.

2.2.1. Categorías generales

Son las únicas que fueron definidas antes de comenzar el análisis y parten de la necesidad de otorgar una visión de conjunto de toda la muestra, por ello se originan en los datos básicos de todos los artículos sin profundizar en su contenido. A continuación, se presenta una tabla en la que se relacionan las categorías, los criterios de inclusión de un artículo y las funciones.

Tabla 1

Categorías generales del análisis de contenido a Jet-Set

Categoría	Criterio de inclusión	Función
Número de artículo	Ordenación cardinal del artículo encontrado según su momento de aparición, comenzando en enero de 2017 y finalizando en diciembre del mismo año.	Ordenar los artículos comenzando por las ediciones correspondientes a enero; de este modo no es necesario saber el contenido total de un artículo para encontrarlo dentro de la muestra.

Mes de publicación	Mes al que corresponde la edición de la revista en la que se encontró el artículo. Se codifica con números del 1 al 12, siendo 1 enero; 2, febrero; 3, marzo, etc.*	Establecer frecuencia de publicación, saber en qué meses fue más activo el tema en la revista.
Número de edición	Número de la edición en la que se encontró el artículo; aparece grabado en la portada y en el lomo de la revista física. El análisis abarca desde la edición 344 hasta la 363.	Identificar las ediciones en las que hubo mayor cantidad de artículos o ausencia del tema.
Título del artículo	Titular que abre la información u opinión sobre el tema. En caso de que no haya titular, por tratarse de notas breves, se usó el de la sección a la que pertenece.	Al igual que el número de artículo, permite ordenar la muestra y referirse a un artículo específico durante la presentación de los hallazgos.
Páginas	Página donde comienza y donde termina el artículo.	Precisar la ubicación del artículo al interior de la revista para procesos de revisión, citación y confirmación de los datos.

Sección de la revista	Subdivisión de la revista donde fue encontrado el artículo; si no se especifica se incluirá como “Sin sección específica” bajo el código 7.	Establecer en qué partes de la revista aparece con mayor frecuencia información sobre el tema, teniendo en cuenta las características de estas.
-----------------------	---	---

**

Número de páginas	Cantidad de páginas que ocupa el artículo dentro de la publicación.	Identificar importancia y dedicación que el medio le otorga al tema.
-------------------	---	--

* Las ediciones de Jet-Set durante 2017 pueden cubrir un mes o varios días de dos meses. En la codificación se utilizó un guion porque no es posible establecer en que mes específico se escribió el artículo. Ejemplo: 1-2; el artículo fue publicado entre enero y febrero de 2017.

** Los códigos utilizados para identificar las secciones fueron: 1 = “Cartas”, 2 = “El Twitter de”, 3 = “Gente”, 4 = “Chismes”, 5 = “Egoteca”, 6 = “Entre Comillas”, 7 = “Sin sección específica”, 8 = “La Foto”.

2.2.2. Categorías específicas

Las presentes categorías de análisis se basan en los encuadres específicos de la información de la Teoría del Encuadre y fueron definidas como respuesta al hallazgo de diferencias sustanciales entre los artículos informativos y los artículos de opinión. En principio se pretendió integrar ambos grupos bajo las mismas categorías de análisis, sin embargo no fue posible porque 24 de las 28 opiniones encontradas no cumplen con alguno de los encuadres detectados en los informativos. Por lo tanto, se optó por crear categorías independientes de acuerdo con la naturaleza de los artículos; las primeras se centran en los encuadres y las segundas en las tendencias de las opiniones.

Tabla 2*Categorías específicas para los artículos informativos*

Categoría	Criterios de inclusión	Función
Apariencia física y vestido	<p>Cuando el artículo se refiere a la apariencia física o a la forma de vestir del protagonista de la información.</p> <p>Palabras relacionadas con el valor comercial de la ropa, cirugías estéticas, descripción de vestimentas fueron criterios para incluir el artículo en esta categoría. Se codificó como “Encuadre 1”.</p>	<p>Indagar en los diferentes encuadres que propone Jet-Set en sus textos. Específicamente en las relaciones entre vestimenta, poder, elite social y seguimiento de tendencias de moda.</p>

Vida privada de la familia presidencial y/o repercusiones de esta en el gobierno.

Cuando el artículo remite a la vida privada de la familia presidencial estadounidense, o sugiere relaciones de causa y efecto entre la privacidad de los protagonistas de la información y la administración presidencial.

Párrafos en los que se mencionen conflictos personales y circunstancias que repercuten en el gobierno o viceversa fueron criterios para incluir artículos en la categoría. Se codificó como “Encuadre 2”.

Explorar la relación que Jet-Set teje entre entretenimiento y política, así como el manejo de información pública, privada e íntima de este tipo de medios.

Inquirir en la importancia que se le otorga a la vida privada de las personalidades mediáticas.

La primera dama y su importancia para Estados Unidos*

Cuando la nota informa o remite a las responsabilidades de Melania Trump como Primera Dama de Estados Unidos.

Establecer conexiones entre las dos mujeres más mediáticas de la familia presidencial estadounidense: Melania e Ivanka Trump, sus aspiraciones políticas y la importancia que le otorga la prensa y la sociedad estadounidense a este cargo simbólico.

Cuando el texto de manera manifiesta o latente sugiere que Ivanka Trump es quien realmente asume funciones de primera dama.

Cuando la nota remite a otras primeras damas o a la importancia del cargo para el país.

Palabras como “desdén”, “apatía” “incompetencia” o “funciones sociales” se tendrán en cuenta como indicios. Se codificó como “Encuadre 3”.

Otros encuadres	Cuando el artículo no informa o remite a alguna de las categorías anteriormente descritas. Se clasificó como encuadre minoritario.	Explorar encuadres alternativos de Jet-Set y su influencia en su visión como un medio entre el entretenimiento y la formalidad informativa.
------------------------	--	---

Las categorías no son excluyentes entre sí porque es posible que dos encuadres coexistan en el mismo texto. Se evidenció en el “Encuadre 3” al encontrar la presencia de elementos cercanos a los encuadres 1 y 2.

2.2.3. Categorías específicas para artículos opinativos

Las categorías para los artículos de opinión encontrados en el corpus son diferentes a las categorías para artículos informativos porque tienen como protagonista a Donald Trump; en ellos las opiniones van dirigidas hacia él, mientras que en los informativos son los familiares del presidente estadounidense quienes cumplen el rol protagónico. Ante ese panorama las categorías para los artículos de opinión tienen como base la tendencia de las opiniones publicadas por Jet-Set con referencia a Donald Trump: si lo aprueban, lo desaprueban, son ambiguas o están relacionadas con el contexto colombiano en 2017, de este modo es posible intuir qué visión de Donald Trump promueve la revista. La siguiente tabla relaciona las categorías, los criterios para incluir un artículo en alguna de ellas y la función que tienen para la interpretación de los resultados.

Tabla 3*Categorías específicas para los artículos de opinión*

Categoría	Criterio de inclusión	Función
Tendencia positiva	Cuando el contenido de la opinión, tanto explícito como implícito, tiende a favorecer, apoyar o legitimar los actos del presidente Donald Trump en el ámbito privado o en su faceta como político.	Establecer quiénes y en qué contexto apoyan o favorecen la figura personal o política de Donald Trump en la revista Jet-Set.
Tendencia negativa	Cuando la opinión, de forma manifiesta o latente, tiende a criticar la imagen privada o política del presidente Donald Trump.	Descubrir a quiénes da voz Jet-Set para criticar a Donald Trump y establecer cuál es la tendencia del medio frente al presidente estadounidense.
Tendencia ambigua	Cuando no es posible establecer a partir del contenido manifiesto y latente del artículo una tendencia que favorezca o perjudique al presidente Donald Trump. *	Agregar profundidad al análisis de las tendencias a través de la diferenciación de matices, no todas las opiniones están en orillas opuestas.
Tendencia relacionada con el	Cuando el artículo, a través de su contenido manifiesto o latente, vincula algún acontecimiento del contexto	Tejer relaciones entre el contexto de Colombia en 2017

contexto colombiano	social de Colombia con la figura presidencial de Donald Trump en Estados Unidos y no se establece un apoyo o una crítica hacia Trump.	y el primer año presidencial de Trump.
Artículo mixto	Cuando en el contenido manifiesto o latente del artículo de opinión se detecta algún encuadre informativo. **	Identificar puntos de encuentro entre los géneros informativos y opinativos en Jet-Set, así como las implicaciones para la audiencia.
Frases de Donald Trump	Cuando el autor de la opinión publicada por Jet-Set es Donald Trump.	Reflexionar en torno a las repercusiones y la opinión pública que genera Donald Trump.

* Para todas las categorías se buscó si las opiniones se dirigían a Donald Trump o alguno de sus familiares. La gran mayoría, 23 de 28 opiniones, se dirigen al presidente estadounidense. Las excepciones son: un artículo de la categoría “Tendencia Ambigua” sin encuadres informativos y los cuatro artículos de la categoría “Artículo mixto”.

** Para los artículos mixtos no es relevante la tendencia de la opinión: positiva, negativa, ambigua o relacionada porque el criterio de inclusión se basa en la correlación con las categorías informativas.

Capítulo III: Hallazgos e interpretaciones del primer año presidencial de Donald Trump en la revista *Jet-Set*

Este capítulo es el eje principal del trabajo; en las siguientes páginas se plasmará la cobertura periodística que hizo la revista, a la luz de la teoría del encuadre, y las interpretaciones que surgieron al tejer relaciones entre los artículos periodísticos, las categorías de análisis y el contexto de la presidencia Trump, previamente descrito en el primer capítulo.

A continuación se presentan los hallazgos y las interpretaciones durante el periodo de análisis del proyecto, dividido en cuatro momentos: hallazgos generales, hallazgos de encuadres específicos de la información, hallazgos de opinión y otros hallazgos, con el fin de que se noten las particularidades de cada aspecto analizado.

3.1. Hallazgos generales

Los hallazgos generales hacen referencia a lo encontrado en la revista *Jet-Set* bajo las categorías de análisis comunes a todos los artículos, es decir: cantidad de artículos por edición de la revista, cantidad de páginas que ocupan los artículos y sección en la que aparecen. Al final de este primer momento también se encuentra el conteo de artículos por categorías específicas: artículos con encuadres específicos de la información, artículos con opiniones sobre Donald Trump, artículos mixtos, artículos con otros encuadres y frases sueltas de Donald Trump.

Para comenzar este apartado general es pertinente recordar el tamaño y el tipo de artículos que califican dentro de la muestra del proyecto. El periodo de recolección de información comprendió todas las ediciones impresas de la revista *Jet-Set* que circularon durante el año calendario 2017, sin contar con algún tipo de suplemento. Con respecto a los artículos, fueron tomados en cuenta todos aquellos en los que Donald Trump o algún miembro de su familia hiciera parte del foco central de la información u opinión.

Así pues, en total se obtuvieron 44 artículos³ sobre el tema de análisis durante las 20 ediciones que puso la revista *Jet-Set* en circulación en el transcurso del año 2017. Es importante recordar que 2017 fue el último año en el que la revista tuvo un tiraje quincenal, ya que debido a esta periodicidad de publicación no es relevante agrupar la cantidad de artículos por cada mes; adicionalmente, *Jet-Set* tuvo la particularidad de que los tiempos entre una edición y otra no fueron exactamente de quince días en algunas ocasiones.

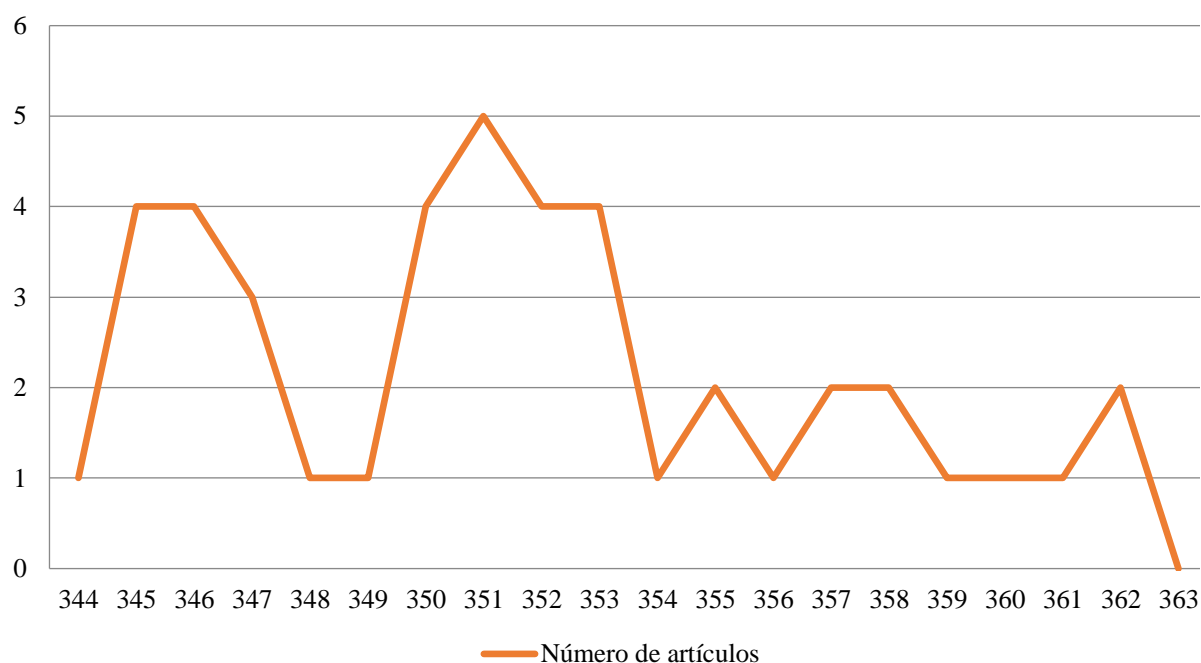
Ejemplo de esta falta de pertinencia de un conteo por meses son las primeras tres ediciones del análisis: 344, 345 y 346; la edición 344 tuvo vigencia entre el 7 de enero al 9 de febrero, la 345 comprendió entre el 10 de febrero al 21 del mismo mes y finalmente la edición 346 fue vigente entre el 22 de febrero y el 7 de marzo. Esto quiere decir que la información publicada en la revista durante el mes de enero solo se encuentra en una edición, mientras que la publicada en febrero se encuentra repartida entre tres ediciones; además, existen artículos que no pueden ser clasificados en un mes u otro por estar presentes en una edición intermedia entre dos meses.

En conclusión, para evaluar la importancia de Trump y su familia en *Jet-Set* a lo largo del año se tomaron como referencia las ediciones y no los meses. La figura 10 muestra en qué ediciones a lo largo del año fue más preponderante el tema para la revista.

³ Por artículo, texto o nota se hace referencia a un conjunto de palabras ordenadas y con principio y final claros. En *Jet-Set* son comunes formatos breves con un contenido limitado. Ver Capítulo I, Revista colombiana *Jet-Set* en 2017, pp. 27-34. Y Capítulo II, Muestra de artículos, p. 81

Figura 10

Número de artículos sobre Donald Trump o su familia en cada edición de la revista



En el gráfico se puede evidenciar que en todas las ediciones hubo por lo menos un artículo dedicado al presidente de los Estados Unidos o a su familia, con excepción de la última edición del año, la 363.

El primer hallazgo, respecto a la cantidad de artículos a través del tiempo de análisis, es que se puede notar un desarrollo del tema en la revista a lo largo del año. A partir de la edición 354 (junio 28 a julio 11) hubo una tendencia de entre uno y dos artículos por edición, no obstante, como mínimo hubo un artículo dedicado a Donald Trump o su familia durante 19 ediciones consecutivas.

En concordancia con lo anterior, hubo dos picos de información ubicados entre las ediciones 345 a 347 y 350 a 353 respectivamente. El primer pico del gráfico se encuentra entre el 8 de febrero y el 21 de marzo y coincidió con los dos primeros meses de Donald Trump como presidente. Los 11 artículos que pertenecen a este intervalo de tiempo son variados —en cuanto

a espacio en la revista, información u opinión y encuadres específicos— y corresponden al cubrimiento que *Jet-Set* hizo de la posesión presidencial estadounidense, alternando entre artículos informativos y artículos de opinión.

Es importante destacar que ese “cubrimiento” de *Jet-Set* sobre la posesión de Donald Trump como presidente no se centró precisamente en él o en las implicaciones de su mandato. Como quizás podría esperarse de este tipo de revistas, la lupa estuvo puesta en su familia y es allí donde, partiendo de los elementos de análisis que ofrece la teoría del encuadre o *Framing*, podemos decir que afloran los tres encuadres específicos de la información: primero, la apariencia física de la familia presidencial; segundo, la vida privada de la familia Trump y las repercusiones de esta para el país; y en tercer lugar, la figura de la primera dama.

Durante este periodo de tiempo Melania Trump no asumió las funciones como primera dama de Estados Unidos debido a que el único hijo de la actual familia presidencial —Barron Trump— no había terminado el año escolar y su madre prefirió quedarse con él en Nueva York (Vincent, 2016). La ausencia de la primera dama en la Casa Blanca, sumada al hecho de que Ivanka Trump —hija mayor del presidente y por quien tiene un claro favoritismo— trabajó durante los tres primeros meses para el gobierno de su padre sin asumir ningún cargo federal (Jackson, 2017), dieron pie a una serie de especulaciones en torno a la figura de la primera dama durante la era Trump. En el segundo apartado del presente análisis: “Hallazgos de encuadres específicos de la información” se profundiza sobre la importancia de la primera dama en los Estados Unidos y como éste fue un encuadre presente durante el periodo de análisis en *Jet-Set*.

Continuando con los hallazgos generales, este primer pico informativo de principio de año también se puede explicar debido a que la presidencia de Donald Trump es polémica y suscita opinión, no en vano siete de los once artículos fueron atribuidos a personajes públicos y que la

revista replicó. Es importante aclarar que dichos artículos no son columnas de opinión⁴; los formatos utilizados por Jet-Set para transmitir opiniones sobre diversos temas son más escuetos y directos, se trata de *tuits* y frases sueltas carentes —en su gran mayoría— de contexto.

El segundo pico informativo, ubicado entre las ediciones 350 y 353, contiene más artículos (17) que el primero (11). Esta alza puede deberse a que entre el 25 de abril y el 27 de junio de 2017 —fechas entre las que se encuentra el incremento del tema en la revista— ocurrió un hecho que relacionó a Colombia con la administración Trump. Se trató de la visita del presidente colombiano, Juan Manuel Santos, a Washington para conversar con su homólogo estadounidense.

La visita y posterior conferencia de prensa se llevó a cabo el 18 de mayo de 2017 y tuvo como tema central la ratificación del apoyo de los Estados Unidos al proceso de paz y la lucha contra el narcotráfico (Semana (a), 2017). Así pues, la visita diplomática detonó opiniones que fueron registradas por la revista Jet-Set; una de ellas directamente relacionada con el tema de la reunión y otras dos relacionadas con la polémica desatada por una supuesta reunión entre Trump y los expresidentes Álvaro Uribe Vélez y Andrés Pastrana Arango —principales contradictores del proceso de paz— y que a posteriori se demostró haber sido solo un intercambio de saludos (Semana (b), 2017).

Que no fue una reunión sino un *quickie*.

(Duque, 2017 en Jet-Set, 350, p. 19.)

La reunión Santos y Trump fue una reunión seria. No una de esas de *hello hello*.

(Benedetti, 2017 en Jet-Set: 352, p. 19.)

⁴ Ver Capítulo I, Revista colombiana Jet-Set en 2017, pp. 27-34. Y ver Capítulo III, Hallazgos de opinión pp. 136-153.

El presidente Trump va a apretar a Colombia por el narcotráfico. Que los señores ilegales —y los recién desmovilizados— se pongan serios. (Eder, 2017 en *Jet-Set*: 353, p. 10.)

A propósito de la conversación informal entre los expresidentes colombianos y Donald Trump, la revista *Jet-Set* publicó un artículo en la edición 350 sobre el lugar de encuentro: el club privado Mar-a-Lago, propiedad de Trump. Así pues, la revista contextualizó el lugar de donde provino la polémica: su historia, la forma como Trump lo adquirió y las reuniones que hasta ese momento había tenido allí fueron descritos por *Jet-Set* en un artículo de cuatro páginas (*Jet-Set* 350, pp. 34-37, 2017).

Fuera de la relación de cercanía con Colombia, otro motivo del alza informativa en *Jet-Set* acerca del tema Trump en ese segundo pico fue la interferencia de Rusia en las elecciones estadounidenses; la revista publicó tres opiniones negativas acerca de la investigación del FBI y que el presidente estadounidense intentó acallar tildando a los medios de propagar bulos informativos:

Cualquiera que ataque a la prensa libre no cree en la democracia y no la va a defender. Trump y Maduro en la misma orilla. (Montero, 2017 en *Jet-Set*: 350, p. 10)

Como diría Jaime Garzón: a Trump hay que rodearlo, para que no se escape. (Montero, 2017 en *Jet-Set*: 350, p. 10)

La primera temporada del gobierno Trump es una combinación de *House of Cards* y *El Padrino*. (De Bedout, 2017 en *Jet-Set*: 353, p. 19)

Es pertinente aclarar que las opiniones de Nicolás Montero —en 2017, director artístico del Teatro Nacional— fueron publicadas originalmente en la red social *Twitter*; de allí *Jet-Set* las sacó para ubicarlas en la sección titulada “El Twitter de...”, sin ningún tipo de contexto. Por ello para entender el segundo *tuit* de Montero, el lector debe conocer que la frase “Rodearlo...

para que no se escape” fue lanzada por el humorista Jaime Garzón al referirse al presidente Ernesto Samper, envuelto en la investigación conocida como Proceso 8.000, cuando se constató la financiación de su campaña presidencial con dineros del narcotráfico.

En cuanto a la opinión de Félix de Bedout —periodista colombiano radicado en Estados Unidos—, el contexto también es importante ya que sin él no se podría entender la crítica a Trump. *House of Cards* es una serie televisiva sobre el entramado de corrupción al interior de la política estadounidense y *El Padrino* es una película sobre la mafia italiana en Nueva York. En síntesis, es válido afirmar que *Jet-Set* apunta a que sus lectores tengan un acervo cultural mínimo al obviar elementos contextuales en algunos artículos.

Finalmente, otro factor que influyó en el alza de artículos en *Jet-Set* sobre la presidencia de Donald Trump, entre el 25 de abril y el 27 de junio, fue, de nuevo, su familia. Melania Trump estuvo en portada en las ediciones 351 y 353 de la revista.

La primera portada y su correspondiente artículo tuvieron como tema central la ausencia de la primera dama en la Casa Blanca —asunto que estuvo vigente también en el primer pico informativo— y las especulaciones en torno a la vida sentimental del matrimonio Trump. La edición 351 tuvo vigencia del 10 al 23 de mayo de 2017 y Melania Trump —junto con su hijo Barron Trump— volvió a Washington el 11 de junio (BBC (b), 2017); por consiguiente, los rumores cimentados en declaraciones “cercanas” a la pareja, y que apuntaban a una supuesta crisis matrimonial, deambularon por las páginas de las revistas de farándula y sociedad.

La portada de la edición 353 de la revista *Jet-Set* y el artículo relacionado con ella tuvieron como idea organizadora de la información los atuendos de Melania Trump como primera dama y su costo; parte de un encuadre específico que se replicó a lo largo de varias notas de la muestra y que será analizado posteriormente.

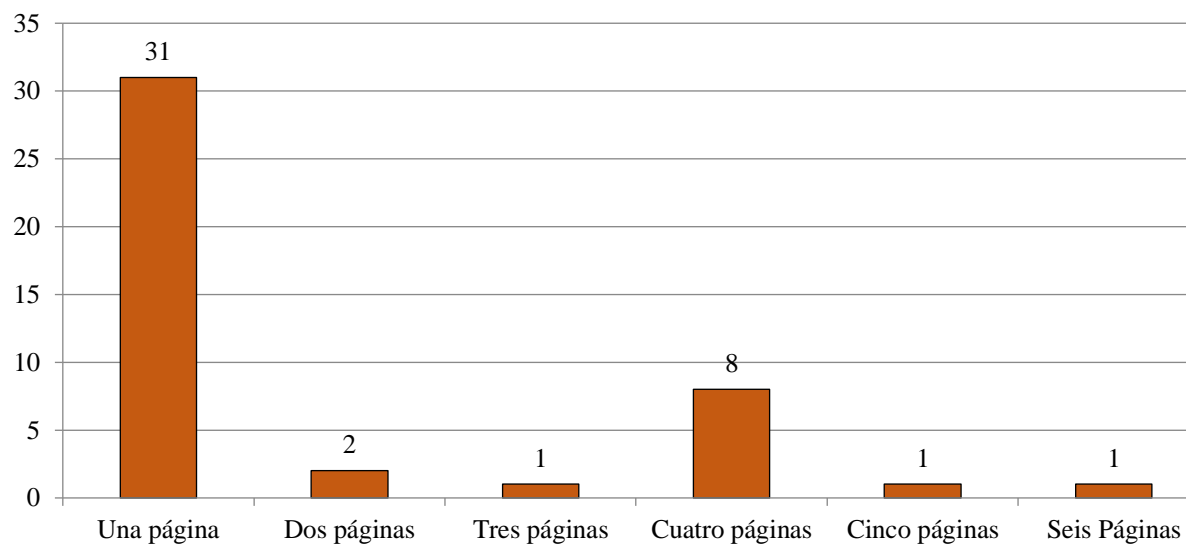
En síntesis, la cantidad de artículos a lo largo del año 2017 puede catalogarse como constante, con dos picos informativos significativos en el primer semestre del año y que pueden explicarse por una combinación de varios factores del contexto temporal de los primeros meses de Trump como presidente. Estos periodos altos en artículos corresponden al 63.6 % de la información publicada en *Jet-Set* en relación con Donald Trump, su presidencia y/o familia; en consecuencia, es claro que el tema perdió importancia para *Jet-Set* a partir de julio (máximo dos artículos por edición), quizás porque las especulaciones en torno a Melania Trump y las funciones de la primera dama se cayeron con su retorno a Washington o porque la privacidad de la familia presidencial no fue tema para las principales fuentes de información⁵ de *Jet-Set*.

En ese orden de ideas, es importante diferenciar entre constancia y calidad del cubrimiento. El hecho de que exista información sobre la presidencia Trump en *Jet-Set* a lo largo de todo el año 2017 no significa que esta sea completa, contrastada y contextualizada apropiadamente por parte de la revista. Una forma rudimentaria de examinar la calidad informativa es con base en la extensión de los artículos —figura 11—; a mayor cantidad de páginas se deduce quizás mayor riqueza del contenido.

⁵ Ver Capítulo I, Revista colombiana *Jet-Set* en 2017, pp. 27-34.

Figura 11

Extensión de los artículos de Jet-Set por el número de sus páginas



Se aprecia una preponderancia de artículos cuya información se encuentra en una sola página.

Bajo esta lógica queda claro que la calidad del cubrimiento no es la ideal, pues aunque hubo como mínimo un artículo por edición, dichos artículos no son extensos. Prueba de ello es que 31 artículos — el 70%— obtenidos para la muestra presentan la información en una página o incluso menos, debido a que hay información en secciones como Gente o Egoteca que comparten la página con otros artículos.

La prevalencia de este tipo de notas con poca extensión puede deberse a que *Jet-Set* se define a sí misma como una revista “espontánea” (Publicaciones Semana Revistas Digitales, 2019), en otras palabras escueta o directa; y bajo este perfil —y en aras de un consumo rápido y que el lector pase de un artículo a otro— no hay espacio para extenderse con la contextualización de la información, ya que esta validada o desacreditada en números posteriores.

Respecto a los artículos con una extensión mayor a una página, no están como tal dentro de una sección fija de *Jet-Set* y son los que en su mayoría presentan encuadres específicos de la información.

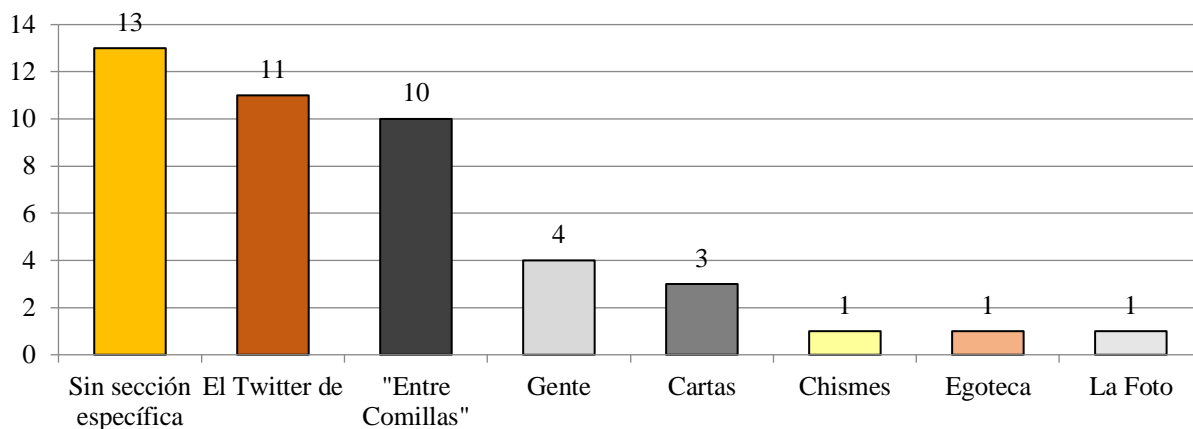
En cuanto a las fuentes, otro indicador de calidad informativa, son de segunda mano; es decir, *Jet-Set* replica información proveniente de otros medios. Tampoco pareciera haber espacio para la validación de la información puesto que ningún artículo de *Jet-Set* está firmado por algún redactor o periodista y las notas de opinión —como se mencionó anteriormente— se limitan a frases, máximo párrafos.

Otros indicadores de calidad del cubrimiento, como el número y la diversidad de fuentes, no fueron tenidos en cuenta para el presente análisis de contenido porque no se ajustan al objetivo del mismo. Este análisis de contenido estuvo orientado a la búsqueda de encuadres de la información y no a la calidad del contenido de *Jet-Set*; sin embargo establecer una correlación entre la cantidad de artículos por edición y los artículos agrupados por su número de páginas ayuda a equilibrar lo que en principio pareció un cubrimiento más completo.

Adicionalmente, los hallazgos relacionados con la cantidad de artículos por cada sección de *Jet-Set* donde se encontró información sobre el tema de análisis, refuerzan este equilibrio del cubrimiento: una extensión apropiada durante el año, pero con fallas en la calidad del contenido porque aquellos artículos que están por fuera de alguna sección específica son los que ocupan más de una página en la revista, como puede evidenciarse en la Figura 12.

Figura 12

Cantidad de artículos por sección de la revista



Aunque a primera vista los 13 artículos encontrados sin una sección específica parecieran un factor positivo en cuanto a dedicación e importancia del tema para *Jet-Set*, solo representa el 29.5% de la información encontrada en la muestra.

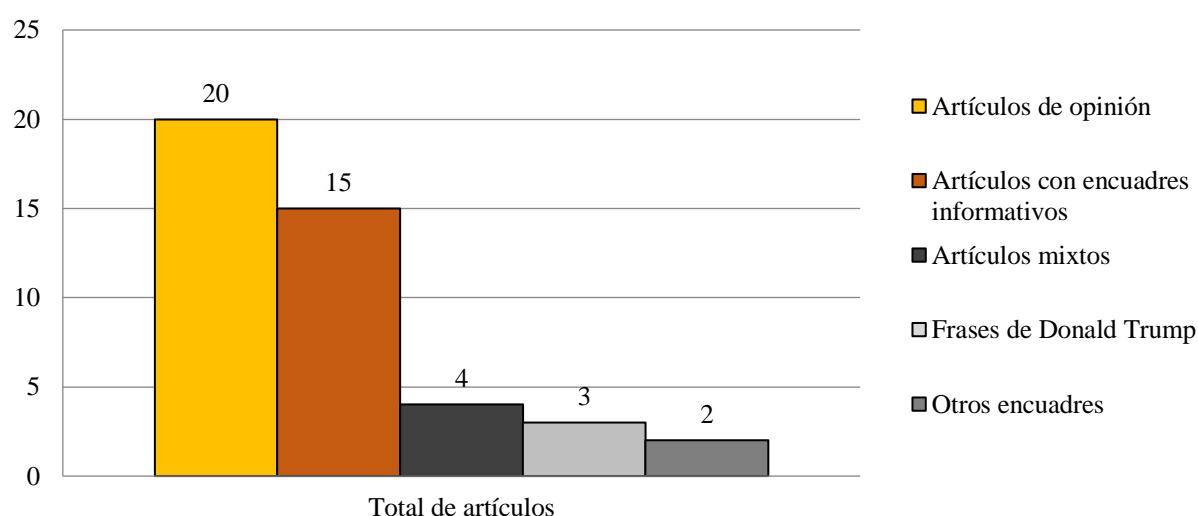
Las secciones *El Twitter de* y *"Entre Comillas"* —similares entre sí por la poca intervención de la redacción de la revista— suman 21 artículos (casi el 48%); mientras que los artículos sin sección específica, que son más completos debido a su extensión en páginas, son trece y representan el 29.5%. Por otro lado, con excepción de *La foto*, el resto de la información encontrada en las demás secciones ocupa menos de una página, ya que no son dedicadas exclusivamente a un solo tema.

Un último factor para tener en cuenta es que las secciones *El Twitter de* y *"Entre Comillas"* son exclusivamente de opinión. Así que es válido afirmar que respecto a la presidencia de Donald Trump, *Jet-Set* reservó los formatos más cortos y faltos de contexto para las opiniones y utilizó los más extensos para transmitir encuadres específicos de la información.

Para finalizar los hallazgos generales, a continuación —en la figura 13— se presenta la cantidad de artículos por cada una de las categorías específicas del análisis: artículos con encuadres informativos, opinión, mixtos, otros encuadres y Frases de Donald Trump

Figura 13

Cantidad de artículos por categoría de análisis



A grandes rasgos es clara la prevalencia de los artículos de opinión sobre aquellos que presentan encuadres específicos. En principio al descubrir los encuadres de la información, provenientes de la teoría del encuadre, se pretendió que aplicaran para toda la muestra de notas del análisis de contenido sin importar el género periodístico. Sin embargo, la opinión en Jet-Set —exceptuando los cuatro artículos mixtos— tomó un rumbo diferente a lo largo de la investigación; teniendo como resultado una diferencia de sujeto de la comunicación.

Es decir, los artículos con encuadres específicos son notas informativas y tienen como sujeto comunicativo la familia de Donald Trump: su esposa, sus hijos y hasta sus exesposas son protagonistas de la información. Mientras que para los artículos del género de opinión ocurre

todo lo contrario, el sujeto comunicativo, a quien se dirigen las opiniones, es Donald Trump; por lo tanto no pueden ser analizados bajo los mismos criterios.

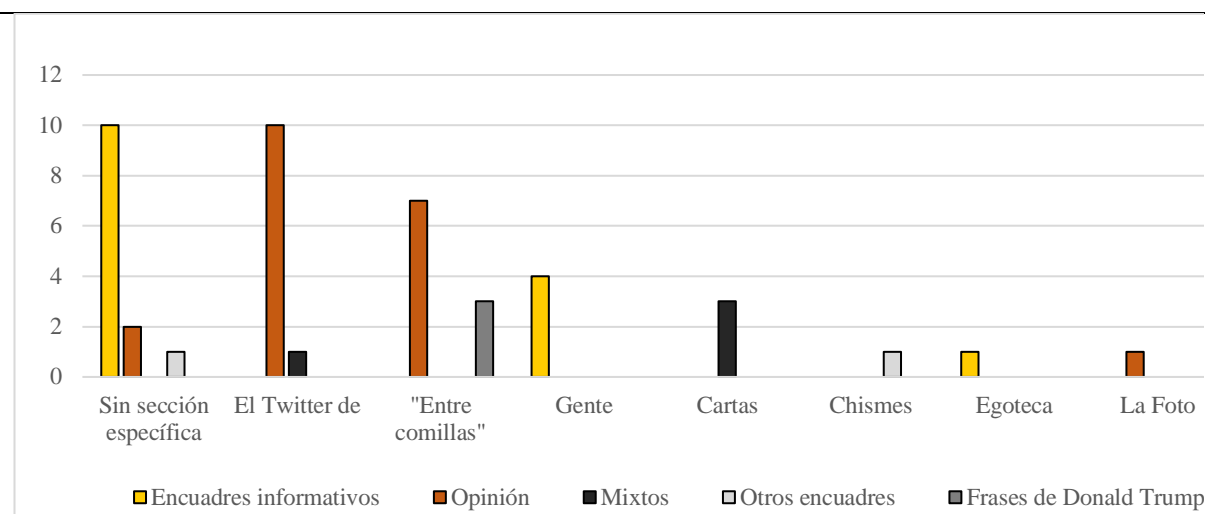
En cuanto a las categorías de análisis restantes: *mixtos* rompe con la tendencia que hubo de orientar la información a la familia presidencial y la opinión a Trump como tal, se trata de artículos de opinión que presentan algún encuadre específico de la información; *otros encuadres* es una categoría en la que se agruparon dos encuadres específicos que no alcanzan a ser relevantes para la muestra en general, pero que sirven como ejemplo de diferenciación entre la información de una revista de farándula y la proveniente de un medio generalista; por último, *Frases de Donald Trump* son notas de opinión en las que el entonces presidente de los Estados Unidos emite un juicio sobre temas controversiales de su administración⁶.

Finalmente, es pertinente mencionar la correlación que existe entre las secciones de la revista donde se encuentran las notas y las categorías del análisis en las que fueron clasificados (figura 14) porque permite aclarar posibles ambigüedades y encontrar detalles de acuerdo a las características de cada sección

⁶ Ver el capítulo II, Categorías específicas para artículos opinativos, p. 90. Categorías específicas del análisis de contenido. Ver anexo 1. Fichaje Jet-Set, 2017. Ver anexo 3. Artículos de opinión Jet-Set, 2017.

Figura 14

Cantidad de artículos por su categoría de análisis en cada sección de Jet-Set



Sin sección específica, El Twitter de y "Entre comillas" al ser las partes de la revista donde más cantidad de artículos se encontraron son también en las que hubo cabida a varias categorías de análisis.

Es claro que hubo secciones con mayor presencia de encuadres informativos, otras en las que dominó la opinión. Sin embargo, es notorio que hubo particularidades que evitan que las secciones y las categorías con mayor cantidad de artículos se puedan relacionar directamente, por ejemplo, dentro de una sección evidentemente de opinión como *"Entre Comillas"* también se categorizaron artículos en Frases de Donald Trump.

La explicación para entender por qué la sección no es el reflejo exacto de la categoría surge de las que tienen menos artículos: Mixtos, Otros Encuadres y Frases de Donald Trump. Ya se aclaró que los artículos mixtos son notas de opinión que tienen encuadres informativos, de este modo se puede afirmar que surge de la categoría de opinión pero con otras características adicionales que los hacen diferentes; lo mismo aplica para Otros encuadres, que emerge de Encuadres específicos y para Frases de Donald Trump que se manifiesta a partir de Opinión,

pero con la característica diferenciadora de que es Donald Trump quien opina sobre algún tema. Por ello, las secciones no son espejo de las categorías de análisis que a continuación se van a desarrollar con sus conjuntos de particularidades.

3.2. Hallazgos de encuadres específicos de la información

Este apartado del análisis de contenido agrupa los encuadres de los artículos con carácter informativo predominante. Son 15 artículos encontrados en la revista cuyo principal fin es destacar aspectos de la vida de la familia presidencial de los Estados Unidos bajo un encuadre determinado.

No está de más recordar que un encuadre —en el caso de los textos periodísticos— es la idea central organizadora de la información y por lo tanto es la que promueve una visión determinada de la realidad percibida; así el medio transmite a sus lectores “cómo” pensar sobre el tema del artículo (Sádaba, 2008). Los encuadres generalmente se encuentran implícitos en los textos y se manifiestan a través de la repetición u omisión de ciertas palabras y el énfasis o la exclusión de algunas características del hecho noticioso; de tal modo que en el proceso de encuadrar un texto periodístico es importante lo que se incluye en él, así como lo que se deja por fuera (Koziner, 2013)⁷.

Con respecto al abordaje metodológico del presente análisis de contenido, se utilizó la clasificación de encuadres específicos⁸ debido a que la información proveniente de *Jet-Set* difiere de la proveniente de los medios de comunicación generalistas. Es decir, los encuadres predefinidos por otros investigadores y usados para el análisis de información política, económica o social no aplican para el tratamiento que la revista da a los temas que aborda: estilo de vida, moda, celebridades, eventos sociales, etcétera.

⁷ Ver Capítulo I, La teoría del encuadre, p. 12.

⁸ En la teoría del encuadre existen diferentes métodos de clasificación de los encuadres: generales, específicos, dominantes y temáticos. Ver Capítulo 1, Generalidades de la teoría del encuadre p. 12.

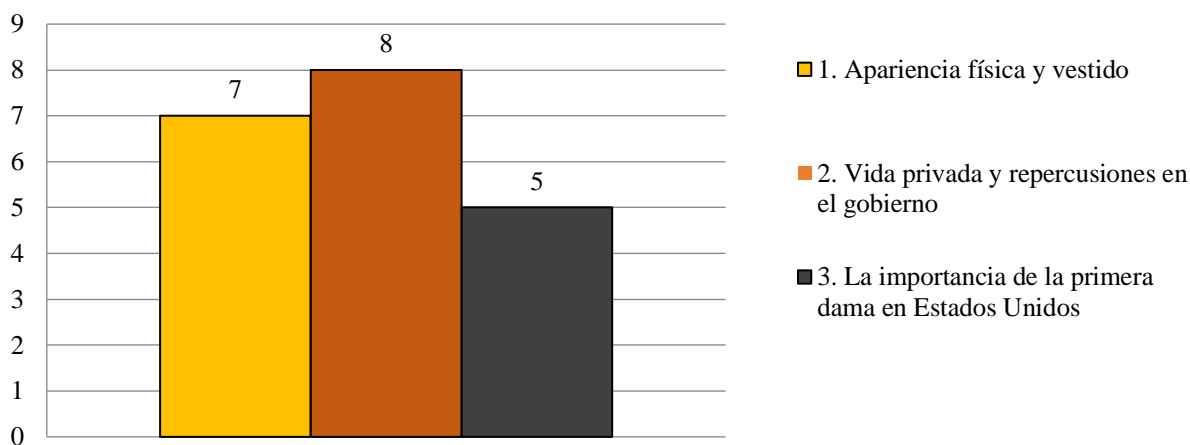
Jet-Set tiene un modo particular de contar la realidad y, por ende, de transmitir los encuadres a su público; no en vano se trata de información especializada. Quizás, al realizar un análisis comparado de varios medios de farándula o en posteriores análisis de contenido a *Jet-Set* o similares, los encuadres que se detectaron mediante el abordaje inductivo en este proyecto puedan considerarse encuadres generalistas para este nicho informativo.

Con las cuestiones referentes a la teoría y la metodología resueltas tanto en el capítulo I de contexto como en las anteriores páginas, a continuación se presentan los tres encuadres específicos hallados en los textos de la revista *Jet-Set* para informar sobre la vida familiar del entonces presidente Trump, así como sus características, los elementos que ayudan a su identificación y las posibles interpretaciones que surgen en torno a su presencia en los artículos.

Es importante mencionar que en total se encontraron 15 artículos informativos que destacan aspectos de la vida de la familia presidencial. Todos ellos tienen como encuadre específico alguno o varios de estos tres: *Apariencia física y vestido*, *Vida privada y repercusiones en el gobierno*, e *Importancia de la primera dama en Estados Unidos* como se evidencia en la figura 15.

Figura 15

Artículos con encuadres específicos de la información



Varios de los artículos tenían más de uno de los encuadres que aparecen en el gráfico.

3.2.1. Encuadre de apariencia física y vestido

El primer encuadre que surgió al analizar la muestra de artículos es el de la apariencia física de los protagonistas de la información. En total se encontró en siete piezas informativas cuya idea central gira en torno a qué visten y cómo se ven tanto la primera dama, Melania Trump, como Ivanka Trump, hija mayor del presidente.

La principal característica de estos artículos es que son escuetos; por ello, a pesar de que el encuadre es un elemento metacomunicativo, en este caso se manifiesta con suma facilidad por la falta de extensión en los párrafos. El siguiente ejemplo proviene de uno de los dos artículos de mayor extensión —cuatro páginas— que se desarrollan bajo este primer encuadre y donde se puede notar claramente la intención comunicativa de la revista.

Mientras que el presidente estadounidense Donald Trump es cada vez más odiado por sus decisiones, su esposa causa buena impresión con su vestuario, aun en la furibunda

prensa de la oposición. Estas son algunas claves y mensajes de su estilo. (Jet-Set, 345, p. 38)

El artículo, titulado: “Melania Trump. Moda para un mandato turbulento”, pese a que en el papel es extenso (por la cantidad y el tamaño de las fotos que incluye), cuenta con solo siete párrafos y desde el primero —citado anteriormente— pone énfasis en el aspecto de la realidad a destacar: cómo viste la primera dama. En ese orden de ideas, en aquellos textos constituidos por solo un párrafo es aún más notorio el encuadre:

La reina de Holanda y la hija del presidente de Estados Unidos midieron fuerzas en la arena del estilo en un duelo muy parejo. Ambas eligieron estampados de flores para asistir al foro de mujeres del G20, en Berlín. (Jet-Set, 351, p. 12).

Este párrafo acompaña la fotografía de Máxima de Holanda e Ivanka Trump en la sección Gente de la revista. De redacción breve y directo, el encuadre se hace presente al interpretar la fotografía como un “duelo de estilo” que, para *Jet-Set*, resulta parejo y al poner como foco informativo lo que vistieron.

El encuadre de *Apariencia física y vestido* también se manifiesta en los textos de *Jet-Set* a través de los adjetivos. Comúnmente reservados para los géneros narrativos del periodismo, en este caso encauzan la información hacia la aprobación o no de Melania e Ivanka Trump.

En su reciente paso por China, la primera dama de Estados Unidos le rindió homenaje al país anfitrión con esta espectacular prenda decorada con brocado de Oriente. (Jet-Set, 362, p. 14)

Ivanka fue una adolescente cachetona y con papada [...] De la Ivanka de cara rellenita de esos días queda poco. Las mejillas se han recogido, para dar paso a un rostro anguloso, que le da un aire mucho más sofisticado [...]. (Jet-Set, 350: pp. 47-48)

Tanto el “espectacular” del artículo sobre Melania como los cuatro adjetivos del extracto del texto sobre Ivanka cumplen la misma función, guiar a los lectores de *Jet-Set* a un punto de vista en el que se aprueba un estándar de belleza. Así que, como consecuencia de este encuadre, la revista promueve estereotipos y genera necesidades de consumo en su público bajo el tópico del glamur que encarnan *Las Trump*.

Aunque el encuadre de *Apariencia física y vestido* puede considerarse como superfluo, banal e incluso negativo para los lectores de la revista, la publicación trata de equilibrarlo dotándolo de un sentido político - económico. Primero, a través de una cita textual de la editora de moda de *The New York Times* en el primer artículo en el que aparece el encuadre; segundo, al tratar de acierto o desacierto la vestimenta en función del evento al que asisten; y tercero, por medio de comparaciones sobre el valor monetario de lo que visten las protagonistas de la información:

A quienes ven superflua la política del vestido, Vanessa Friedman les recuerda que esta puede ser sutil y hace parte del boato que rodea a la presidencia. “Nos da un fresco de la familia que ahora representa al país, de sus aspiraciones, sus logros y valores, en un momento en que el mundo está expectante. Ahora (con los Trump), las pinceladas no señalan accesibilidad (como con los Obama), sino ambición y nacionalismo ¿Otra recreación de *El traje nuevo del emperador*? (cuento de Andersen) ¿un presagio de las cosas por venir? Se impone esperar para saberlo”, concluye. (Jet-Set, 345: p. 41).

Dolce & Gabbana se inspiró en la tradición del Jacquard en Sicilia para sus recientes diseños. Por eso, nada mejor que llegar a la isla con una prenda de ese textil. (Jet-Set, 353: p. 23)

Su anillo de compromiso, con su descomunal diamante de 12 quilates, le costó 3 millones de dólares a su marido el presidente Donald Trump, es decir, el PIB de algunos

departamentos colombianos. En la foto, la primera dama en Bruselas. (Jet-Set, 353: p. 14)

La cita de la editora de modas de *The New York Times* arroja una pista respecto a la existencia del encuadre de *Apariencia física y vestido* en *Jet-Set*: la importancia del vestuario para la imagen pública de un político. Al respecto, en un artículo de opinión en la edición española de la revista de moda *Vanity Fair*, Anabel Vázquez menciona el rol que cumple la ropa en la política: “Lo que vestimos (nosotros y los ministros y ministras) añade, refuerza o hace un guiño a lo que decimos y hacemos. La ropa se usa para transmitir poder, clase social, género, autoridad. Cómo no va a interesarnos” (Vázquez, 2018).

Es decir, la vestimenta es parte fundamental de la imagen personal, que a su vez complementa el mensaje político, sin que esta se sobreponga por encima del mismo; cuando esto ocurre se cae en la frivolidad informativa (Morejón en Iparraguirre, 2010) (Vázquez, 2018). En ese orden de ideas, la inclusión de elementos que aluden a la política y a la economía buscan evitar la banalidad al informar sobre los atuendos de Melania e Ivanka Trump, hacerle ver al lector — al menos en lo que respecta a la familia presidencial— que hay algo más allá de describir prendas costosas: el poder político, económico y social se evidencia a través de la ropa.

Otro motivo por el cual puede estar presente el encuadre de *Apariencia física y vestido* en *Jet-Set* para informar sobre la familia Trump es el sentido social de la moda. La moda cumple dos funciones dentro de la sociedad que parecieran contradictorias: unir y diferenciar a sus individuos; une en la medida en que se imita un modelo en tendencia y diferencia cuando las personas buscan su estilo único que lo distinga de sus similares (Nannini, 2016).

[...] Al imitar, las personas se descomprimen de la responsabilidad de una posible censura o sanción social como resultado de vestirse incorrectamente o pasando el ridículo porque cuando imitan están llevando algo que otros llevan o precisamente lo que se

debe llevar. De esta forma, la moda se difunde en la sociedad y es aprehendida por diversos grupos. (Nannini, 2016, p. 13).

Estas funciones de la moda existen independientemente de los medios que puedan hacer eco de ellas, *Jet-Set* simplemente las reproduce y las refuerza a través del encuadre en un proceso editorial que quizás es inconsciente. Es probable que los periodistas de la revista no discutan el trasfondo de estos artículos en lo concerniente al sentido de la moda, al fin de cuentas, no es información de largo aliento; apelan a la emocionalidad de los lectores y a un modelo de escritura que funciona para vender.

En este caso, la función unificadora de la moda aparece latente en el encuadre, pues a través de él *Jet-Set* influencia a sus lectores a imitar a *Las Trump* aprobando lo que visten como positivo o acorde a los eventos a los que asisten. En cuanto a la función diferenciadora se manifiesta al incluir información sobre el valor de las prendas y el estatus que confieren las marcas; las Trump visten así porque pueden hacerlo, porque tienen dinero y poder y, por lo tanto, tienen más acceso a diseñadores, estilos, texturas y conceptos vanguardistas de la alta costura.

En síntesis, podría decirse que tanto la importancia de la vestimenta en la imagen pública como la difusión de la moda están en la base del encuadre de *Apariencia Física y vestido* en la muestra del análisis de contenido. Y está claro que se centra en las dos mujeres de la familia Trump más mediáticas, lo que permite inferir una apuesta hacia un público femenino más consciente de la moda y sus implicaciones pues *Jet-Set* se vende a sí misma como un producto de élite, para gente que “sabe” en un afán de evitar la frivolidad.

3.2.2. Encuadre de vida privada y sus implicaciones en el gobierno

El segundo encuadre específico de la información fue hallado en ocho artículos informativos de la muestra y su característica principal es que se adentra en los conflictos de la familia Trump

para mostrar las repercusiones que pueden tener en la reputación del gobierno. Siete de los ocho artículos se encuentran fuera de alguna sección específica, se desarrollan en más de una página y poseen un contexto bien sea histórico o actual —año 2017— del problema.

En estos artículos sigue siendo prioridad la familia presidencial en detrimento de Donald Trump, quien generalmente aparece como el causante del conflicto, promoviendo así una visión negativa como esposo y padre que trasciende a su gestión como político. En ese orden de ideas, la información gira en torno a hechos o declaraciones moralmente cuestionables que han sido revelados por los medios de Estados Unidos y que *Jet-Set* replica para sus lectores a través de citas directas y paráfrasis de los artículos originales.

La privacidad de los Trump (Melania, Ivanka, Tiffany, Donald Junior, Barron, Ivana) e incluso la propiedad Mar-a-Lago —a través de los escándalos ocurridos en ella en el pasado— funcionan como un vehículo para promover una visión negativa del entonces presidente de los Estados Unidos.

Un ejemplo es el artículo titulado “Donald Trump Jr. en las redes sociales. Más venenoso que su padre”, en el cual se hace una fuerte crítica al hijo mayor del presidente con base en un artículo publicado por *The Washington Post*. En la nota de *Jet-Set* se enfatiza en los mensajes escritos por Trump hijo en la red social *Twitter*, desde la cual ataca minorías étnicas y empatiza con los gupos supremacistas blancos de los Estados Unidos (Jet-Set, 2017).

En los últimos párrafos profundiza en su vida personal y familiar, y menciona su afición a la caza deportiva y su visión ultraconservadora de la vida familiar (Jet-Set, 2017). Es en este punto donde se tejen las repercusiones de la vida privada de Donald Trump Junior en el gobierno de su padre debido a que el artículo lo califica como una nueva figura del ala más conservadora del Partido Republicano y como un posible presidenciable por su conexión con el Estados Unidos rural, aquel que le dio la victoria a Donald Trump. Sin embargo, no es

necesario ir demasiado lejos para entender cómo se manifiesta el encuadre de *Vida privada y repercusiones en el gobierno* en este texto pues desde el título se afirma que Donald Trump padre es “venenoso”, un adjetivo que de entrada lo califica como negativo en redes sociales.

De otro lado, el encuadre también puede funcionar de forma inversa: el gobierno repercute en la vida privada de la familia presidencial. Es el caso del artículo “¿Una Trump de segunda?”, en el cual se afirma que la hija menor del presidente, Tiffany Trump, se vio afectada por el mandato de su padre.

Luego de la posesión presidencial, no se volvió a saber de ella, pero un escándalo en el que quedó como una paria, le valió un inesperado baño de popularidad. Sucedió en el desfile de Philipp Plein en la Semana de la Moda de Nueva York, cuando un grupo de editores de moda se negaron a sentarse junto a la heredera en primera fila, un claro gesto de rechazo al polémico gobierno. (Jet-Set, 347: pp. 35-36)

Aunque el orden de los factores cambió, la característica de sindicarse a Donald Trump como el causante del “infortunio” sigue presente en la información al asociar el acto de los editores de moda con el gobierno norteamericano. Adicionalmente, conforme avanzan los párrafos, el artículo se adentra —con citas de un artículo de la periodista Alessandra Stanley publicado en *The New York Times*— en la historia de vida de Tiffany Trump promoviendo una imagen de mal padre del actual presidente de la nación:

[...] Aunque el narciso Trump afirma que es un buen padre, excolaboradores cercanos suyos como Tony Schwatz, atestiguan el escaso interés que mostraba por sus hijos mayores cuando Ivana los llevaba a sus oficinas. Si así era con los que vivían en la misma Trump Tower que él, no se hace difícil intuir que fue un padre ausente para Tiffany, que creció a casi 4.000 kilómetros, razona Alessandra Stanley. (Jet-Set, 347: p. 36)

“El teléfono, comenta Alessandra Stanley, parece ser el cordón umbilical paternal en esta familia”. Sin embargo, se murmura que ni siquiera por este medio él les dedicaba tiempo a sus retoños. Para la cronista, reglas estrictas y pocas muestras de cariño, eran los pilares de su estilo de crianza. (Jet-Set, 347: p. 37)

En concordancia, es posible afirmar que el encuadre se sigue transmitiendo igual sin importar si es la vida privada la que repercute en el gobierno o viceversa; pues al final lo que trasciende no es el hecho en sí sino la interpretación que se pueda dar de este, para el contexto específico: se trata de encaminar al lector a una visión negativa de Trump que trasciende su quehacer político como se detalla en la figura 16.

Figura 16

Recuadro sobre Barron Trump



La información que relaciona la vida del hijo menor del presidente Donald Trump con el encuadre aparece en un pie de foto del artículo. El hecho de no contar con un artículo exclusivo puede deberse a que es menor de edad. “¿Una Trump de segunda?” (p. 37), 2017, *Jet-Set*, (347).

Entre los ocho artículos de la muestra que presentan el encuadre de *Vida privada y repercusiones en el gobierno* existen tres cuyas particularidades es pertinente recalcar: un solo artículo breve que transmite el encuadre a través de un pie de foto, un artículo dedicado a las relaciones entre las ex primeras damas de Estados Unidos y su función política y finalmente el artículo dedicado al inmueble *Mar-a-Lago* y la forma cuestionable como Trump lo compró. Aunque estos artículos parecieran no estar relacionados con el encuadre porque no se habla directamente de la familia presidencial, sí lo están gracias a recursos lingüísticos o al contexto de la información:

Los altibajos del gobierno de su padre no le han quitado a la hermosa Ivanka la risa ni las ganas de jugar con su chiquilla Arabella Kushner, con quien aparece aquí en la rosaleta de la Casa Blanca, en Washington (Jet-Set, 355: p. 12).

Un *best seller* de *The New York Times* revela el poder oculto y las rivalidades entre las esposas de los diez últimos presidentes de Estados Unidos. Una lectura obligada para la nueva titular de la distinción, Melania Trump (Jet-Set, 346: p 53).

La jugada del magnate fue comprar un lote frente a Mar-a-Lago y amenazó con construir allí una casa que bloqueara su vista al mar, lo cual bajó y bajó su precio, como él mismo se lo admitió a *The Washington Post*. Dina, Adelaine y Eleanor tuvieron así que aceptar menos de 8 millones de dólares por la casa, los 17 acres de terreno y los muebles, contó Senecal. Fue un verdadero regalo, pues la propiedad hoy costaría 100 millones de dólares o más (Jet-Set, 350: p. 37).

El adjetivo en plural “altibajos” funciona como condicionante para la información positiva que se emite sobre Ivanka Trump, pues es un sinónimo directo de inestabilidad, una característica de los primeros meses de la presidencia de Donald Trump; también se destaca el verbo “quitar”, un verbo activo con una carga simbólica por su asociación en el habla coloquial colombiana con el verbo “robar”. Es así como a través de recursos lingüísticos se evidencia que el encuadre promueve una visión determinada de la realidad, en este caso la de que la inestabilidad del gobierno no le ha robado la alegría a la hija mayor del presidente Trump. En otras palabras, se ve el poder ejecutivo como una carga que Ivanka Trump debe soportar.

Respecto al segundo texto, el artículo titulado “Secretos de primeras damas” describe las enemistades y alianzas entre las esposas de los últimos diez presidentes de Estados Unidos. En este caso el encuadre se evidencia por asociación entre dos artículos diferentes pues a este texto de seis páginas de extensión le antecede otro donde *Vida privada y repercusiones en el gobierno* se manifiesta desde el principio al titularse: “Melania Trump, primera dama ausente”. Adicionalmente el artículo sobre las primeras damas de la nación puede interpretarse como un contexto histórico, allí se plasman anécdotas con consecuencias políticas; el encuadre está latente en la información, aunque no se hable directamente del actual gobierno del país. “Secretos de primeras damas” funciona como contextualización de “Melania Trump, primera dama ausente”, pues se ahonda en las funciones sociales y políticas de la primera dama en Estados Unidos y la reputación que puede generar al gobierno. En los hallazgos correspondientes al tercer encuadre se profundizará en este cargo “social”.

La última particularidad dentro del encuadre —el artículo sobre el condominio de Mar-a-Lago— está directamente relacionada con el contexto histórico de la presidencia Trump, pues en los días cercanos a la publicación del artículo el magnate usó el lugar como centro de reunión con el presidente de China Xi Jinping (Diamond, 2017). A la reseña histórica del lugar se le añaden dos hechos noticiosos sobre el inmueble que promueven una visión negativa de la

gestión de Mar-a-Lago por Trump. El primero, citado anteriormente, se relaciona con la forma poco ética en la que adquirió el inmueble, pues amenazó con desvalorizarlo para bajar su precio. En cuanto al segundo, en el texto se mencionan los escándalos ocurridos en el lugar tras la apertura de un club privado en Mar-a-Lago por parte del actual presidente de los Estados Unidos.

Allí, por reglamento, las fiestas podían durar hasta las once de la noche, pero en el club, con sus conciertos de estrellas como Diana Ross, Billy Joel o Tony Bennett se alargaban hasta las dos de la madrugada. El millonario no tenía problema en pagar las multas e ignorar las quejas del vecindario porque invitados como Jennifer López y su entonces marido Sean Combs hacían el amor en las bancas del vecino Bath and Tennis Club a la vista de familias con niños. (Jet-Set, 350: p. 37)

Por lo tanto, a través del contexto histórico de la propiedad y los escándalos ocurridos en ella se transmite a los lectores el encuadre, promoviendo la desaprobación de Donald Trump como empresario y ligada con su faceta como político tras usar Mar-a-Lago como lugar de reuniones presidenciales.

Finalmente, abordadas las características del encuadre *Vida privada y repercusiones en el gobierno* y cómo se manifiesta en los textos, es oportuno preguntarse el porqué de su presencia en los artículos de *Jet-Set*; es decir, por qué se emplea este encuadre de los hechos noticiosos y no otro diferente.

Lo primero para identificar es si la información publicada por *Jet-Set* atañe a la vida privada o a la vida íntima de la familia presidencial⁹. La intimidad es una esfera de la vida humana derivada de la privacidad, cuya principal característica es la incomunicabilidad de su contenido;

⁹ Ver Capítulo I, Los conceptos de público, privado e íntimo en el entorno de la comunicación periodística, pp. 42-47.

es decir, lo íntimo es tan personal y restrictivo que no se comunica ni a los familiares (Arendt, 1958; Thompson, 2011). Por consiguiente, por más que la información transmitida por los medios de comunicación sea muy reveladora no se acerca a la intimidad del sujeto comunicativo, a menos que este la divulgue por propia voluntad (Soria, 1989).

Bajo este razonamiento es válido afirmar que la información sobre la familia Trump en *Jet-Set* es de carácter privado porque el medio no realizó ni reprodujo entrevistas en primera persona de los protagonistas de la información, formato periodístico en el que se puede filtrar parte de la intimidad del sujeto comunicativo debido a que es él quien cuenta su vida, su forma de pensar, lo que siente, etcétera.

De nuevo a la pregunta: ¿por qué la vida privada de la familia presidencial estadounidense forma parte de un encuadre noticioso? La respuesta se debe a la combinación de tres factores: La personalización de la vida política¹⁰; el *star system*¹¹, que determina qué personajes son objetivo de la atención mediática; y por último el fenómeno del sensacionalismo y cómo este facilita el consumo de revistas como *Jet-Set*.

La personalización de la vida política hace referencia a un proceso en el que las personas elegidas para un cargo público son valoradas por sus gustos personales, preferencias o creencias y no por sus acciones políticas como la promulgación de leyes o las propuestas para afrontar conflictos de la nación (Habermas en Atehortúa, 2010). En cuanto a por qué ocurre este fenómeno, la autora cita a Sennet, quien argumenta que se debe a una subjetividad desmedida: “ahora las personas evalúan al resto de la sociedad según sus propios sentimientos, según su propia psiquis [...]” (Sennet en Atehortúa, 2010, p. 19; Fox y Fuentes, 2017, p. 8).

¹⁰ Ver Capítulo I, Los conceptos de público, privado e íntimo en el entorno de la comunicación periodística, pp. 42-47.

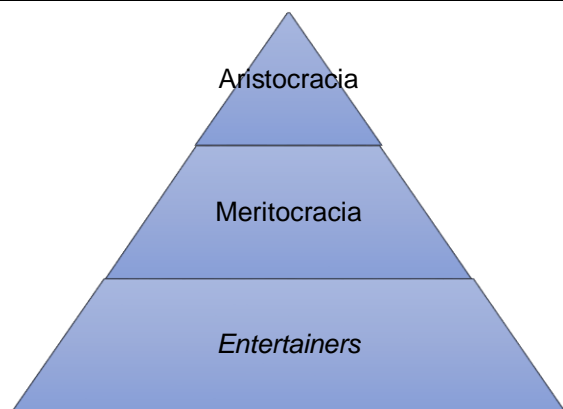
¹¹ Ver Capítulo I, Estado del arte sobre análisis a medios de comunicación dedicados a la farándula, pp. 18-24.

En el caso de Donald Trump es claro que se valora su accionar político desde un enfoque personal y no profesional y se ve replicado en este encuadre de la información; su quehacer como presidente queda en un segundo plano y se le evalúa de acuerdo a los ecos de su vida privada. Dicha esfera del mandatario y su familia pareciera no estar en concordancia con lo políticamente correcto para la sociedad occidental y resulta un factor clave para que los ciudadanos consuman este tipo de contenido, irreverente, fuera de las convenciones moralmente aceptadas.

Al respecto, Soria (1998) menciona que es natural que los políticos tengan una privacidad más “acotada”, pero no explica el porqué. Los aportes de Habermas y Sennet, asociados a un ejemplo como el de Donald Trump, pueden llevar a pensar que el motivo es un deber moral, dar ejemplo a los ciudadanos de su país; idea compartida por Román Gubern.

[...] Puede afirmarse que el poder vive perpetuamente bajo un estado de sospecha natural, de sospecha legitimada, que hace que se le vigilen atentamente sus posibles traspies, sus incongruencias y sus escándalos. El desvelamiento mediático de los escauceos eróticos privados del presidente Bill Clinton con una becaria lo demostraron palmariamente. (Gubern, 2000, pp. 53-54)

En cuanto al segundo factor, el *star system*, es un modelo teórico de consumo desarrollado en Europa que clasifica quién y con qué importancia aparece en las parrillas televisivas. Aunque el modelo parte del estudio de la televisión, tiene sus orígenes en la prensa, tanto “amarilla” como “rosa,” que asume como función entretener a los lectores a través del espectáculo (Gubern, 2000; Rincón, 2006).

Figura 17*Star system europeo*

El sistema está compuesto por tres grandes familias y entre más arriba de la pirámide se encuentre más atención recibe de los medios de comunicación. En un primer nivel de importancia se encuentra la aristocracia o élite de nacimiento, cuya notoriedad se otorga por pertenecer a las familias monárquicas. En un segundo escalón de relevancia se encuentra la meritocracia o élite por mérito, aquí se agrupa a los profesionales más distinguidos de una sociedad, como los grandes empresarios, políticos y miembros de la élite cultural del país. En la base de la pirámide del *star system* europeo se clasifica a todas aquellas figuras mediáticas que van surgiendo bajo una misma categoría: *entertainers* o en castellano “entretenedores”: cantantes, actores, actrices, deportistas, modelos, etc. (Gubern, 2000, p. 51).

Sin embargo, según Rincón (2006), en Estados Unidos no hubo un control del “gusto” por parte de la aristocracia o la religión durante la conquista del territorio; por lo que fue la mayoría quien determinó qué productos consumir y quiénes deberían ser “estrellas del espectáculo” sin imponer juicios estéticos. El autor afirma que “Estados Unidos es la república del entretenimiento porque sus colonizadores pertenecían a esa otra estética, más de melodrama y espectáculo que de razón y reflexión, más de espectáculo que de profundidad, más de gusto masivo que de celebración culta” (Rincón, 2006, p. 48).

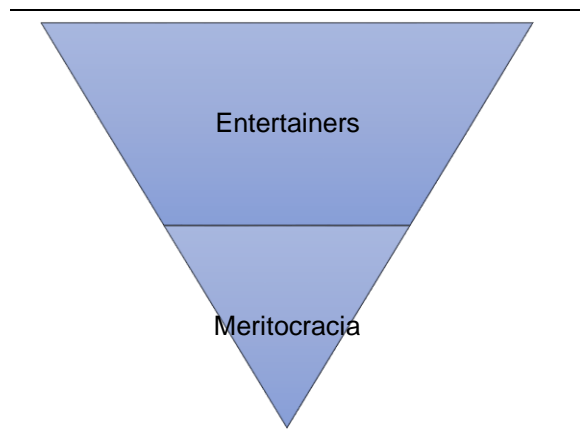
Bajo esta perspectiva Rincón propone un *star system* invertido promovido desde la industria cultural estadounidense en el que la mayor notoriedad y el cubrimiento mediático recae sobre los *entertainers* y en un segundo nivel de importancia se encuentra la meritocracia. El autor afirma que este cambio del modelo se ha difundido en la mayoría de países en los que Estados

Unidos tiene influencia gracias al poder de Hollywood, Nueva York y Miami como centros de difusión de sus productos cinematográficos, teatrales y musicales. (Rincón, 2006).

En concordancia con lo anterior, Donald Trump se ha posicionado a lo largo de su vida en ambos escalones del *star system* “americano”. Durante sus primeros años de carrera como empresario del sector inmobiliario de Nueva York, estuvo en el segmento de la meritocracia al ser reconocido como una figura mediática por la cantidad y calidad de los contratos que obtuvo y el renombre que fue ganando en Manhattan (Tarver, 2019).

Figura 18

Star system americano



Donald Trump “alimentó” esa imagen de empresario exitoso a través de declaraciones rimbombantes en los medios de la ciudad e incluso haciendo eco de su vida privada (Bogado et. al. 2017). De este modo, el futuro presidente de los Estados Unidos asentó su imagen dentro del sistema a tal punto que comenzó a escalar hasta el segundo nivel del *star system*; sus cameos en películas como *Home Alone 2: Lost in New York* (1992) y en seriados televisivos como *The fresh Prince of Bel-Air* (1994) y *Sex and the city* (1999) catapultaron su imagen hacia un público más generalista, propio de los *Entertainers*.

Sin embargo, la cúspide de su trayectoria como celebridad comenzó en 2004 al firmar un contrato con la cadena televisiva NBC para protagonizar un *reallity show*; *The Apprentice*, en español El Aprendiz, le trajo renombre internacional a Trump y gracias al programa televisivo quedó inmortalizado en 2007 como un producto cultural de consumo masivo al recibir una estrella en el paseo de la fama en Hollywood.

Por eso al tejer una relación entre el *star system* estadounidense y la carrera de Trump se puede establecer que desde hace muchos años el actual presidente forma parte del selecto grupo al que el periodismo rosa le dedica páginas. Desde luego, el modelo teórico no es estático, hay celebridades que pueden estar a medio camino entre los escalones de la pirámide, pero sí es posible establecer que Donald Trump entró al sistema mucho antes de que la política impulsara su imagen.

En cuanto a su familia, es esperable que se ahonde en sus vidas privadas, sus gustos e intereses debido a la figura mediática del patriarca familiar, después de todo, para este tipo de medios los criterios informativos están encaminados hacia “el descubrir” de las vidas más interesantes, eso incluye los círculos personales de las celebridades del *star system*.

El sensacionalismo con el que los medios de comunicación abordan la política es el tercer factor clave para responder por qué la vida privada de la familia presidencial estadounidense forma parte de un encuadre informativo.

Al respecto, Rincón (2006) cita a Neal Gabler y afirma que la forma actual de cubrir la información política deviene de la aparición de la televisión. Gracias a esta las noticias tuvieron que transformarse para evitar perder audiencia: “La televisión, como el cine y los periódicos, amaba la acción y el suspense, así que, más allá de hacer entretenida cualquier cosa que pasara, necesitó transformar en entretenimiento casi cualquier cosa que pudiera presentarse como entretenimiento [...]” (Gabler en Rincón, 2006, p. 53).

Ante este nuevo paradigma, tras las noticias, la política siguió los cánones establecidos por la lucha entre los medios escritos y los medios audiovisuales: evocar las emociones y la controversia: “la política, después del periodismo, adoptó las estrategias propias del *star system*. La industria del entretenimiento se consolidó como un discurso producido y elaborado

para satisfacer las necesidades de la audiencia, apelando al drama, a la controversia y al look” (Rincón, 2006, p. 53).

Bajo esta lógica se puede concluir que Donald Trump y su familia forman parte de un sistema en el cual sus vidas privadas son objeto de consumo, no solo por el cargo político que ocupa el patriarca familiar sino por la vida mediática que llevaba antes de ocupar la presidencia de los Estados Unidos. A este encuadre, personal, propio de la prensa del corazón, se le suman: primero, que en la actualidad a los gobernantes se les juzga por sus acciones privadas, la forma como ven la vida y sus creencias; y segundo, que el modo como los medios de comunicación informan sobre política favorece este tipo de encuadres, donde prima más la emocionalidad que los hechos.

3.2.3. La importancia de la primera dama en Estados Unidos

El tercer encuadre informativo obtenido de la muestra de artículos de *Jet-Set* en 2017 relaciona directamente a Melania Trump, actual esposa del presidente, y a Ivanka Trump, la hija mayor del magnate, con el poder que se ejerce desde el cargo simbólico de primera dama de Estados Unidos. Las dos mujeres más mediáticas de la familia presidencial son las protagonistas de la información a raíz del desinterés que —según los medios— manifiesta la primera por sus funciones y la relevancia política —tanto en campaña como en los primeros meses tras la posesión de Donald Trump— de la segunda.

El rumor de la suplantación de los deberes de la primera dama por parte de Ivanka Trump se cimienta en dos hechos noticiosos de principios del año 2017 que ya fueron mencionados como uno de los motivos de un pico informativo¹². El primero es la asesoría de Ivanka Trump dentro del gobierno de su padre sin un nombramiento oficial desde enero hasta marzo y el segundo la

¹² Ver Capítulo III, Hallazgos generales, pp. 93-106.

ausencia de Melania Trump de la Casa Blanca hasta el mes de junio motivada por los estudios de su hijo Barron Trump en Nueva York.

Fue así como los medios correlacionaron ambos hechos para difundir ruido, el cual *Jet-Set* replicó a principios de 2017 con dos artículos en la edición 346 de la revista (uno con el rumor y el otro contextualizando el papel de la primera dama en Estados Unidos); prosiguió con otro en mayo, en la edición 351, en el que se menciona el posible abandono de las funciones de primera dama de Melania —justo en el momento en que uno de los dos hechos ya se había resuelto con el nombramiento en un cargo público de Ivanka Trump— y finalmente en las ediciones de principios de agosto, como una breve mención, y en noviembre, en un artículo dedicado a Ivana Trump, primera esposa del magnate,¹³ volvió a aparecer en los artículos el encuadre, ya sin fundamento debido a que Melania Trump ya se había instalado en Washington.

La característica principal de este encuadre radica en su coexistencia con los otros dos encuadres específicos hallados. Es decir, en los cinco artículos donde se identificó *La importancia de la primera dama en Estados Unidos* también se encontraron elementos de *Vida privada y sus repercusiones en el gobierno*, en cuatro textos, y de *Apariencia física y vestido*, en un solo escrito.

Esta particularidad muestra que *La importancia de la primera dama en Estados Unidos* es un encuadre que no se sostiene por sí mismo y está supeditado a los dos encuadres previamente definidos en este análisis, pero su presencia complementa la información en los textos.

En los artículos que comparten encuadre con *Vida privada y repercusiones en el gobierno* —cuatro en total— el tema de la primera dama aparece como una consecuencia de los problemas de pareja entre Donald Trump y su esposa. Así que siguen una secuencia de causa y “posible”

¹³ Ver Capítulo I, Ivana Zelníčková, p. 68.

efecto argumentando la importancia que ha tenido Ivanka Trump en las aspiraciones políticas de su padre y la necesidad del cargo simbólico para los connacionales estadounidenses.

La fórmula es la siguiente: las revelaciones negativas de la vida privada del matrimonio Trump impulsan el desinterés de la actual primera dama por asumir las funciones tanto sociales como políticas del cargo (encuadre 2) y por eso se conjetura que quien asume o asumirá las ocupaciones es Ivanka Trump, debido a la relevancia que ha tenido durante la campaña presidencial y los primeros meses de gobierno, sin olvidar que dicho cargo es importante para la nación (encuadre 3).

Bajo esta premisa, el encuadre *La importancia de la primera dama en Estados Unidos* —para estos cuatro artículos— se detectó mediante la inclusión de palabras clave en los textos periodísticos y el breve contexto de hechos pasados que ponen en tela de juicio el comportamiento moral del presidente. Estas palabras están orientadas a la comparación entre Melania Trump e Ivanka Trump y a la reiteración en torno a la figura de la primera dama en Estados Unidos, mientras que el contexto está encaminado a recordar declaraciones hechas por Donald Trump.

Un ejemplo de estas palabras que delatan el encuadre se encontró al inicio del artículo titulado “Melania Trump, primera dama ausente”:

La Casa Blanca le reserva un lugar especial a cada primera dama, quien termina por despertar casi tanto interés como el presidente. Si el ala oeste del palacio concentra al mandatario y a su equipo, el costado este es para su esposa, quien desde allí ejerce un poder inusitado (ver el artículo ‘Secretos de primeras damas’). (Jet-Set, 346, p. 50)

El adjetivo “inusitado” es el elemento clave que liga la descripción del lugar físico que ocupa la primera dama en Estados Unidos —el ala este— con el lugar simbólico en la cultura de esta nación haciendo referencia a un poder inusual, poco explorado y que por lo tanto es

sorprendente. Sin embargo, no se termina de desarrollar esta idea en torno al poder político y social de la primera dama estadounidense, pues sugiere la lectura de un segundo artículo dedicado al tema.

En consecuencia, los siguientes párrafos del texto no ahondan sino que se contraponen a ese “lugar especial de la primera dama” con base en la razón que esgrimió Melania Trump para no habitar la Casa Blanca de forma inmediata: los estudios de su hijo Barron Trump en Nueva York (Fox News (c), 2016) (Jet-Set, 2017). Adicionalmente, a través de los pies de foto, elementos complementarios del texto, se incluyen el encuadre *Vida privada y sus repercusiones en el gobierno* y el devenir de las responsabilidades de la primera dama en Ivanka Trump.

En medio de las críticas por su desapego al rol de primera dama, Melania estuvo junto a su esposo en la visita del primer ministro israelí a la Casa Blanca. Los Trump no expresan su amor en público como los Obama y mucho se habla de lo frío y poco caballeroso que es el presidente con su esposa (Jet-Set, 346, p. 51).

Ivanka Trump, hija del mandatario, desmiente el rumor de que suplantarán a su madrastra como primera dama. Más bien, seguirá como asesora no oficial de su padre (Jet-Set 346, p. 51).

De este modo se refuerza, a través del pie de foto comparativo con los Obama, la idea base del segundo encuadre: problemas ocasionados por Trump perturban su vida familiar y esto desencadena consecuencias negativas para la imagen de su gobierno, en este caso puntual la supuesta displicencia de Melania Trump para cumplir con su rol de primera dama.

Por lo tanto, el segundo pie de foto complementa la “fórmula” del tercer encuadre, *La importancia de la primera dama en Estados Unidos*, ya que apunta a que esas funciones político-sociales las debe cumplir Ivanka Trump. Esto se logra a través de la inclusión de la

negación del rumor y que en ninguna otra parte del cuerpo del artículo se menciona; negar algo que no había sido comunicado refuerza y planta la duda en el lector.

Retornando al primer párrafo de “Melania Trump, primera dama ausente” en el que sugiere al lector leer otro artículo para profundizar en torno a la figura de la primera dama en Estados Unidos, el texto en cuestión es: “Secretos de primeras damas”. En páginas anteriores del presente análisis se ligó ambos textos al encuadre de *Vida privada y repercusiones en el gobierno*; en este caso vuelve a colación, pero desde el punto de análisis del tercer encuadre.

Bajo esta mirada, el artículo “Secretos de primeras damas” difiere de los demás textos con encuadres 2 y 3 porque desarrolla la idea respecto al poder de la primera dama en Estados Unidos, ya que a través de anécdotas de las últimas diez mujeres en ocupar el rol da cuenta de la influencia que tienen en la política y el protocolo presidencial. Dicho texto, que tiene como fuente principal un libro publicado por la periodista Kate Andersen Brower, plasma con mayor intencionalidad el apego a una tradición de “mujer ejemplar”.

Ningún país como Estados Unidos les exige tanto a las mujeres de sus mandatarios, pese a que no son empleadas públicas y su papel no está escrito en ninguna parte. Deben ser buenas esposas y madres, vestirse bien, representar al país, ser súper gerentes de un lugar tan movido como la Casa Blanca y ser el símbolo de la femineidad a la americana [...]. (Jet-Set 346, p. 52)

Es así como desde el inicio del texto aparece el eje principal del encuadre, la inusual importancia mediática, política y cultural de la esposa del presidente estadounidense. Es un artículo clave porque permite dimensionar el rol y la “preocupación” que genera en la opinión pública la supuesta apatía de Melania Trump, recalcando que si no es ella quien cumplirá esas funciones alguien más debe hacerlo. De este modo “Secretos de primeras damas” contextualiza lo que en los otros tres textos solo se menciona.

En cuanto a “Donald y Melania Trump: este matrimonio va mal”, publicado en el número 351, e “Ivana y Melania Trump: ¡La primera dama soy yo!, presente en la edición 361, artículos restantes que comparten los encuadres de *Vida privada y repercusiones en el gobierno* (encuadre 2) y *La importancia de la primera dama en Estados Unidos* (encuadre 3), siguen la tendencia previamente definida: Donald Trump es el causante del conflicto privado, este repercute en la falta de compromiso de Melania con las funciones de primera dama y por ende es Ivanka quien las asume.

Para finalizar con las formas como se plasmó el encuadre *La importancia de la primera dama en Estados Unidos*, es necesario mencionar el texto en el que coexiste con *Apariencia física y vestido*. En este artículo, perteneciente a la sección *Flash* y a la subsección de *Egoteca*, hay una predominancia del primer encuadre sobre el tercero, de hecho solo fue posible detectarlo gracias a una descripción sobre Ivanka Trump.

La hija del presidente Donald Trump y la cónsul de Colombia en Nueva York se vieron hace poco en la exclusiva zona de Los Hamptons, conocida por las imponentes mansiones donde se refugian los millonarios del mundo. La joven que cumple funciones de primera dama en Estados Unidos lucía un vestido estampado de la diseñadora caleña Johanna Ortiz, un detalle que permitió la conexión inmediata entre ella y María Isabel [La cónsul] [...]. (Jet-Set 357, p. 16).

El texto sigue la línea del primer encuadre en torno a la apariencia física de Ivanka Trump, pero al momento de reemplazar el sujeto para describir la vestimenta —y evitar una redundancia con la oración anterior— es donde hace alusión a las funciones de la primera dama que supuestamente cumple la hija mayor del presidente de los Estados Unidos.

Si bien el tercer encuadre en este artículo no se sostiene por sí mismo, sí es pertinente cuestionar la insistencia de *Jet-Set* en posicionar una falacia como un hecho real, pues para agosto de 2017

—fecha de publicación de la nota— Ivanka Trump había asumido su cargo como *Senior Advisor of the President for Women's affairs and policies*, en español Asesora Principal del presidente en asuntos y políticas de la mujer, desde marzo del mismo año (Vitali, 2017). Es decir, sus funciones no son las mismas que las de la primera dama, pues estas últimas son de carácter voluntario y no responden directamente al presidente.

De este modo, un factor para tener en cuenta, al momento de analizar por qué aparece este encuadre en *Jet-Set*, es la intencionalidad de la revista, pues las voces que decide usar para sus artículos están en concordancia con una visión negativa de Melania Trump como primera dama de los Estados Unidos, una postura en la que se le tilda de apática y poco comprometida con los programas sociales que por tradición se impulsan desde su actual oficina.

¿Por qué *Jet-Set* siguió haciendo eco del tema ya resuelto? La respuesta podría estar en la visibilidad mediática de ambas mujeres, pues quien estuvo acompañando la carrera política de Donald Trump desde el principio fue su hija Ivanka, mientras que su esposa ocupó un rol secundario, al margen de las aspiraciones presidenciales del empresario neoyorkino (Bogado et. al., 2017).

Debido a su historia personal y su profesión, Melania Trump es vista como una mujer preocupada por la alta costura, el modelaje, la vida lujosa y no por el prestigio de un cargo social como el de primera dama de la nación; mientras que Ivanka Trump sí es vista como una mujer con aspiraciones políticas o como mínimo directivas, es una mujer académicamente preparada, de negocios y primeras planas en los diarios. Esta contradicción entre “lo que es” Melania y “lo que debe hacer” pone en entredicho sus capacidades para el papel que desempeña y genera las comparaciones con Ivanka, una mujer mucho más acorde al imaginario de la mujer que ejerce poder social desde el ala este de la Casa Blanca.

Finalmente, ser el rostro femenino de *Make America great again* (slogan de la campaña de Trump) puso las cámaras en Ivanka Trump y tuvo como consecuencia un perfilamiento más público dentro de la administración de su padre. Adicionalmente los programas impulsados por Melania Trump, centrados en el acoso cibernético contra los niños, solo comenzaron a ejecutarse en 2018, dos años después de su llegada a la Casa Blanca (BBC, 2018) (Haberman y Rogers, 2018).

En conclusión, el origen y la difusión por parte de *Jet-Set* del encuadre *La importancia de la primera dama en Estados Unidos* partió de un rumor basado en evidencias circunstanciales, exposición mediática de las protagonistas de la información y la lentitud con la que Melania Trump asumió las funciones de su rol como primera dama ante la exigente opinión pública del país.

3.3. Otros encuadres

En este apartado se abordan dos encuadres específicos de la información detectados durante el análisis de la muestra de artículos, pero que en términos de número no son relevantes debido a que cada encuadre tiene un solo texto representativo, es decir, no fue posible encontrar similitudes con otros escritos.

Es importante tenerlos en cuenta debido a que aportan en la delimitación de *Jet-Set* como un medio con aspiraciones más elevadas que sus competidores en el mercado del entretenimiento, pero cuyo contenido no alcanza tampoco para considerarlo de corte tradicional.

Uno de los encuadres hallados evoca al rumor, a la información que no es confiable, propia del mundo del espectáculo; mientras el otro alude al periodismo tradicional, contrastado, contextualizado. Ambos son rarezas en la forma como *Jet-Set* cubrió el tema Trump.

El artículo considerado como rumor está precisamente en una subsección dedicada a ello, nombrada como *Chismes*; se trata de tres párrafos con información sin confirmar sobre tres

personajes famosos, acompañados por fotografías tamaño retrato. Quizás porque Trump no está ligado con las figuras del entretenimiento colombiano pasó inadvertido todo el año en este formato, pero la figura de Ruven Afanador y su desinterés por retratar al presidente estadounidense no.

Ruven Afanador, el fotógrafo bumangués que ha retratado a miles de personalidades en el mundo con su particular estilo, declaró hace poco que nunca le hará una imagen al actual presidente de Estados Unidos. El artista es hombre de pocas palabras pero ante la posición anti Trump es enfático, algo que nunca sucedió con Obama (Jet-Set, 2017, 351 p. 16).

Esta nota es tomada como rumor porque en ningún momento hay una cita directa o indirecta de Afanador, no hay contexto de cuándo y en dónde fue la declaración del fotógrafo colombiano, así como tampoco hay fuentes que avalen esa información. Es pertinente recordar que en el género informativo *Jet-Set* suele utilizar fuentes de segunda mano en sus artículos y que son citadas al interior de los mismos, pero en este caso no hay forma de comprobar esa opinión del protagonista de la información. Por eso al encuadre se le denominó: *Postura contra Trump sin confirmar*, ya que los elementos no son suficientes para asegurar la veracidad de lo que se dice.

El hecho de que solo una vez haya aparecido la información sobre Trump en la sección informativa con menor rigor indica que por lo menos se le da cierto despliegue al tema y se busca dar algo de explicación, algo que no es usual en las revistas de farándula. Sin embargo, debe recordarse que en cuanto al resto de los artículos acerca del mandatario solo uno tiene suficiente contexto como para pertenecer a otro tipo de revistas más estructuradas.

En el otro extremo de la balanza encontramos el segundo texto que ubicamos en “otros encuadres”. Se trata de un artículo que tiene como protagonista de la información a la periodista

colombiana Iliá Calderón, quien trabaja en Estados Unidos para la cadena televisiva Univisión y que fue agredida verbalmente durante la grabación de una entrevista por un líder supremacista del Ku Klux Klan en el marco de las protestas antirracistas en Charlottesville, Virginia.

En el artículo, de cuatro páginas de extensión, *Jet-Set* narra los momentos que la conductora del programa periodístico “Aquí y ahora” tuvo que soportar de cuenta del entrevistado por ser afrodescendiente y latina (Jet-Set, 2017: 358 p. 22). Adicional a la narración del episodio vivido por la periodista, la revista brinda contexto histórico del surgimiento de los grupos supremacistas en el sur de Estados Unidos.

En plena discusión del líder derechista y Calderón aparecieron varios hombres con las vestimentas blancas y gorros cónicos que identifican a la temida colectividad desde la Guerra de Secesión que dejó más de 600.000 muertos. Cabe recordar que los estados del Norte atacaron a los del Sur, donde vivían los antepasados de Barker, quienes se oponían a la abolición de la esclavitud (Jet-Set, 2017: 358 p. 22).

Adicionalmente *Jet-Set* ofrece al lector un párrafo en el que rastrea las bases ideológicas del Ku Klux Klan en la religión cristiana y la interpretación de la biblia como justificación de su accionar, seguido de un extracto de la entrevista: “Dios maldijo a los negros para que sean esclavos y servidores” (Barker en Jet-Set, 2017, 358 p. 23).

Estas referencias a la historia de Estados Unidos y a las motivaciones de los grupos supremacistas blancos funcionan como un puente entre la violencia racista que se vivió en Charlottesville y la xenofobia que refleja Donald Trump en su discurso político, asegurando que en el gobierno del magnate encontraron licencias para asediar a las minorías étnicas y religiosas del país.

De este modo *Jet-Set* brinda un porqué a la idea de que Trump es el principal culpable de lo acontecido en los estados del sur y lo complementa a través de los pie de fotos de la publicación

en los que se lee: “Los antisemitas y el Ku Klux Klan salieron a apoyar las políticas nacionalistas del gobierno de Donald Trump” / “Trump se tomó las portadas de *The Economist*, *Time* y *The New Yorker* por no cuestionar la violencia fascista en Virginia” (Jet-Set, 2017: 358 p. 23). La conjunción de todos los elementos justifica la premisa respecto a Trump y el discurso xenófobo, además le otorga profundidad, de modo que el artículo no recaiga solamente en la historia de vida de Calderón.

Por lo tanto, se trata de un encuadre en el que se usa una vivencia profesional como excusa para comunicar una situación más compleja y que ha sido avivada por Trump; sin embargo como *Jet-Set* no desarrolló otros artículos de este tipo es posible afirmar que la revista no se preocupa por enriquecer sus publicaciones y dotarlas de un sentido social que le permita al lector entender el contexto.

En otras palabras, como este encuadre al que se nombró “*Trump como causante de problemas sociales*” no se vio replicado en otros textos de la muestra se confirma que el entretenimiento sigue siendo el fin último de *Jet-Set* y que pese a tener una elaboración más cuidada en el ámbito informativo y no manejar el tema Trump en el terreno de la especulación, no es suficiente para ser considerado un medio convencional. Probablemente por este motivo se considera a sí misma como “revista de sociedad” y no “revista de entretenimiento” aunque a la larga sean lo mismo pues el lector no encuentra en *Jet-Set* contraste, análisis y contexto, claves en el periodismo tradicional.

3.4. Hallazgos de opinión

El presente apartado hace referencia a los artículos de *Jet-Set* enmarcados en el género de opinión. En estos textos el sujeto comunicativo recae en Donald Trump y no en su familia, como se presentó en los hallazgos de encuadres de la información; por ende el apartado de

opinión tiene sus propias lógicas, pues al cambiar sobre quién se enfoca la información, cambian también los posibles encuadres.

De hecho, en esta parte no es pertinente hablar de encuadres sino de tendencias de opinión debido a que las 24 opiniones recopiladas en la muestra no siguen un común denominador que pueda sugerir la existencia de una determinada forma, específica, de comunicar sobre Donald Trump que se sostenga a lo largo del tiempo. Adicionalmente, dichos textos de opinión tampoco concuerdan con los encuadres específicos de la información por el cambio de sujeto comunicativo explicado anteriormente.

Por lo tanto, en los siguientes párrafos concernientes a los hallazgos del género periodístico de opinión se tendrá como categoría de análisis la tendencia de las opiniones; es decir, la inclinación del autor a aprobar o desaprobado al presidente de los Estados Unidos, tanto su gestión en el cargo como su comportamiento personal. Debe advertirse que las tendencias “positiva” y “negativa” no son suficientes para el análisis por lo que también se incluyó una tendencia “ambigua” en la que no se puede determinar si el autor favorece o desfavorece a Trump. Así mismo, se consideró una tendencia adicional llamada “relacionada” ligada con el contexto colombiano.

Hay que aclarar que los formatos que la revista emplea para transmitir opiniones a sus lectores no son precisamente columnas de opinión o editoriales sino textos compilatorios en las secciones fijas “El Twitter de” y “Entre Comillas” que se componen de frases sueltas pronunciadas por un abanico de fuentes: periodistas, empresarios, funcionarios públicos, miembros de la farándula. En otras palabras, son simples recopilaciones de frases que no cuentan con un texto que explique o contextualice¹⁴.

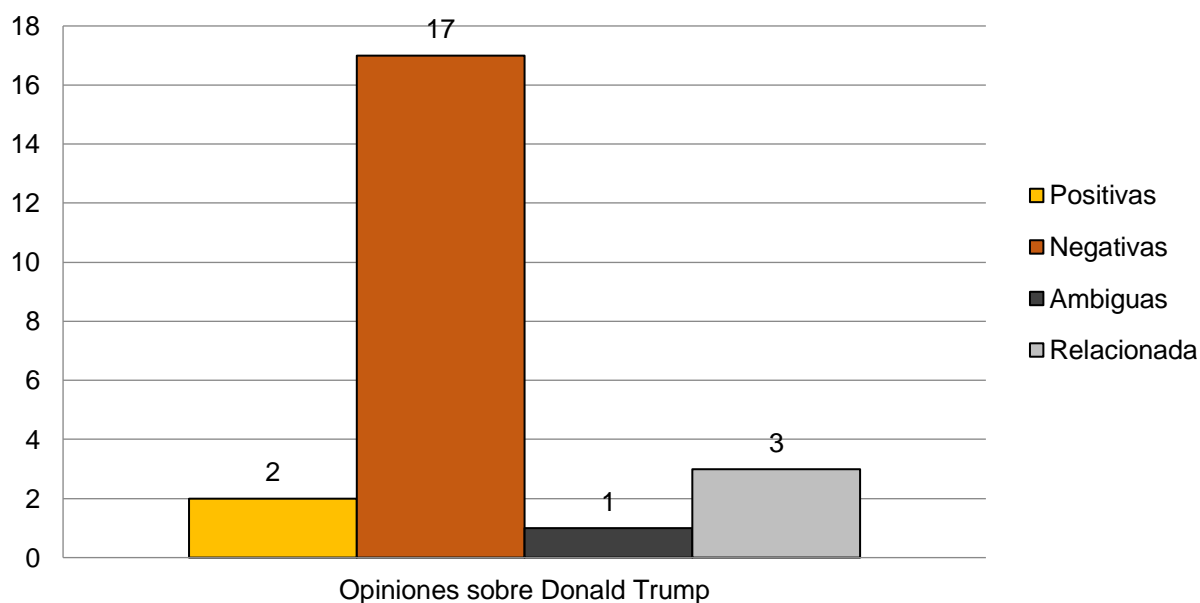
¹⁴ Ver Capítulo I, Revista colombiana Jet-Set en 2017, pp. 27-34.

Las excepciones a estos formatos escuetos presentados por *Jet-Set* para transmitir opiniones son tres, el primero en la sección *La Foto* y los otros dos sin sección específica. Estos artículos sí presentan un contexto, argumentación y escritura estructurada en párrafos.¹⁵

Adicionalmente es importante aclarar que el número de artículos de opinión —20 en total— no concuerda exactamente con el número de opiniones encontradas —23— porque en dos textos se halló doble opinión y en un artículo triple opinión. Esa particularidad se debe a que las notas publicadas en la sección “El Twitter de...” son una recopilación de varias opiniones del autor.

Figura 19

Tendencia de las opiniones sobre Donald Trump



Se puede observar una clara preponderancia de opiniones con tendencia negativa en las que se incluye la postura de *Jet-Set*.

¹⁵ Ver figura 16, p. 109.

Para comenzar, la tendencia positiva solo cuenta con dos opiniones. Ambas corresponden a *Entre Comillas* en la que la revista *Jet-Set* plasma cuatro frases sueltas de personajes públicos, tanto locales como internacionales, sin contexto sobre dónde fueron pronunciada. La primera de estas opiniones se le atribuye al empresario mexicano Carlos Slim y la segunda a la Representante a la Cámara por Bogotá María Fernanda Cabal. “Trump no es Terminator, es Negociator” (Slim en *Jet-Set* 346, p. 21); “Soy ‘Trumpista’ al cien por ciento” (Cabal en *Jet-Set* 357, p. 17).

La opinión de Carlos Slim, multimillonario y empresario mexicano, está enmarcada en las continuas protestas que hubo a principios de 2017 tras la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales. Es posible rastrear su origen en una rueda de prensa que ofreció el 27 de enero durante las tensiones diplomáticas entre México y Estados Unidos por la propuesta de Trump de reforzar la frontera con un muro (El Financiero, 2017).

La frase pronunciada por el magnate mexicano fue reproducida por la revista *Jet-Set* casi un mes después —edición 346 con vigencia entre el 22 de febrero y el 7 de marzo de 2017— y hace referencia a la saga de películas Terminator, en la que un androide conduce a la destrucción de la humanidad, tema utilizado para criticar a Trump como catastrófico; sin embargo Carlos Slim la transforma al sugerir que es un hábil negociante.

En cuanto a la opinión de la representante Cabal, el rastreo informativo del presente análisis indica que se produjo durante una entrevista concedida al portal en internet *Ola Política* el 12 de julio de 2017 y hace parte de la respuesta a la pregunta: “Qué opinión tiene usted como mujer y como parlamentaria del gobierno de Donald Trump?”.

Me encanta, yo hice campaña, soy Trumpista al 100%, porque Trump es víctima de toda la presión mediática que ha construido el establecimiento, como ha ocurrido en

Colombia contra Uribe. Entonces usted tiene unos medios que todo el tiempo están manipulando y tergiversando la información y usted solito viendo cómo hace para demostrar lo contrario. (Cabal en: *Ola Política*, 2017)

La parlamentaria María Fernanda Cabal ha sido el blanco de críticas durante los últimos años por sus declaraciones en oposición al acuerdo de paz con la guerrilla de las FARC y su postura política de derecha; sin embargo, las críticas que despierta la tendencia ideológica de la representante no justifican la descontextualización a la que *Jet-Set* somete su opinión. La revista desecha por completo la respuesta de Cabal a la pregunta y reproduce la parte que más escándalo puede generar; lo mismo ocurre con Carlos Slim, su declaración hace parte de un conjunto más amplio de opiniones que se le niegan al lector de *Jet-Set*.

De este modo la revista reproduce fragmentos de opiniones con la intención de atraer polémica, sin importar los dilemas éticos que implica desligar el contexto en que están enmarcadas; esta característica se encontrará a lo largo de la muestra de artículos sin considerar su tendencia.

Con respecto a las opiniones con tendencia negativa sobre el presidente de los Estados Unidos, se contabilizaron 17 en total, corresponden al 73.9% de la muestra de análisis y están distribuidas en 13 artículos. En esta tendencia mayoritaria se encuentran los dos artículos con doble opinión y el texto con triple opinión; así mismo se incluyen las excepciones a los formatos sin contexto, previamente descritos.

Los artículos con doble opinión sobre Donald Trump se encuentran en las ediciones 345 y 350 de la revista. El primero corresponde a los *tuits* de Brigitte Baptiste, en ese entonces directora del Instituto Humbolt; en uno menciona a Trump y su relación con el medio ambiente, en el otro critica el machismo de varios dirigentes políticos, entre ellos el presidente estadounidense.

Figura 20

Artículo con doble opinión sobre Donald Trump



Artículo #6 de la muestra, se puede apreciar que no hay una construcción párrafo a párrafo del artículo. Por eso se considera a cada *tuit* como una opinión diferente; opiniones que cuentan para el análisis: primera y octava de la columna derecha. “El Twitter de Brigitte Baptiste” (p. 10), 2017, *Jet-Set*, (346).

queda todo el peso de la implementación de los acuerdos contra el cambio climático en la voluntad de China, uno de los principales países contaminantes.

Lo mismo ocurre con la otra opinión de Baptiste replicada por *Jet-Set*: “Putin/Trump/Erdogan/Uribe/Maduro/Ortega juran que encarnan respuestas. Hunden al

La imagen correspondiente al artículo de la edición 345 muestra que *El Twitter de...* es una sección con la menor intervención posible por parte del periodista. Sin embargo, en la inclusión o exclusión de algunos *tuits* se encuentra la tendencia que puede asumir el medio. También es posible interpretar la ausencia del contexto como un requisito para el lector.

Tomando como ejemplo este artículo, si el lector no supiera que Donald Trump planteó ante la Organización de Naciones Unidas la retirada de los Estados Unidos del Acuerdo de París, quizás no podría interpretar la crítica de Brigitte Baptiste, pues

mundo con su enfermedad mental: sobredosis de testosterona” (Baptiste en *Jet-Set*, 345, p. 10). Si el lector no distingue con antelación el machismo y las políticas represivas de los presidentes de Rusia, Estados Unidos, Turquía, Venezuela, Nicaragua y el expresidente colombiano contra la comunidad LGBTIQ —a la que pertenece Baptiste— no tiene elementos suficientes para interpretar y asimilar la opinión de la autora; es decir, el lector de *Jet-Set* debe conocer con antelación el contexto ligado a las opiniones que la revista publica.

Esta disposición sugiere que *Jet-Set* conoce su público objetivo: personas bien informadas sobre la actualidad, no solo de las estrellas del espectáculo y la alta sociedad tanto de Colombia como del mundo, además están al tanto de las novedades culturales, sociales y políticas del momento. Este factor resulta clave para distinguirse a sí misma como una revista de “Sociedad” y no como una de “farándula” o “espectáculo”. Puesto que su público objetivo no es el consumidor promedio de productos televisivos nacionales¹⁶.

Esta delimitación del público objetivo a través de la omisión del contexto también es evidente en el otro artículo con doble opinión. En la sección *El Twitter de...* de la edición número 350 se encuentra una compilación de *tuits* de Nicolás Montero, en ese entonces director artístico del Teatro Nacional de Bogotá. En dos de ellos opina sobre Trump: “Como diría Jaime Garzón: a Trump hay que rodearlo, para que no se escape” (Montero en *Jet-Set*: 350 p. 10); “Cualquiera que ataque a la prensa libre no cree en la democracia y no la va a defender. Trump y Maduro en la misma orilla” (Montero en *Jet-Set*: 350 p. 10).

El primer tuit ya fue abordado en el presente análisis de contenido para ejemplificar el pico informativo sobre la presidencia de Donald Trump en 2017 y se explicó que el lector debe hacer uso del contexto político que tiene aprendido con anterioridad para interpretar la opinión de Montero como negativa¹⁷. En cuanto al segundo, está más anclado a la actualidad de 2017,

¹⁶ Ver Capítulo I, Revista colombiana *Jet-Set* en 2017, p. 28.

¹⁷ Ver Capítulo III, Hallazgos generales, pp. 98-99.

pero, de nuevo, si el lector ocasional desconoce la tensión entre los medios de comunicación, principalmente demócratas, y el presidente Trump no podrá formar su propia opinión con base en argumentos.

Este mismo patrón se repite en todos los artículos independientemente de si se desarrollan tres opiniones en una misma nota, como es el caso de “El Twitter de Pilar Calderón” (Jet-Set, 2017, 347 p. 10) o una escueta frase en “*Entre comillas*” como la del actor colombiano Andrés Parra: “De los Uribe, los Trump y los Chávez líbranos por siempre señor” (Parra en Jet-Set, 356 p.19).

De este modo se puede afirmar que *Jet-Set* es un medio de comunicación que no otorga herramientas adecuadas ni a su público objetivo ni a cualquier lector ocasional para forjar una opinión sólida; pues su finalidad es simplemente despertar interés y emocionalidad retransmitiendo frases controversiales sin explicaciones o detalles, excusándose en un criterio de selectividad.

[...] Jet Set está dirigida a personas a las que les gusta la buena vida, las fiestas, los viajes; que entienden el mundo y su evolución, que se interesan por la economía y la política, al tiempo que conocen quién es quién. Jet Set la pionera de las revistas de sociedad en Colombia. (Publicaciones digitales Semana, 2018).

En cuanto a las excepciones al uso de los formatos cortos y descontextualizados —tres en total— solo dos transmiten un entorno claro y preciso de la información publicada, ya que el primero, titulado “Las predicciones de Martí”, son especulaciones sobre cinco temas que la revista considera importantes y a los que Armando Martí responde mediante un software y una presunta conexión cuántica con el futuro.

El *software* Trascendenz/Q me permite acceder desde mi energía mental y cuerpo cuántico a universos multidimensionales y ver el futuro. En un estado que denomino ‘Superconsciente’ (ni completamente dormido ni completamente despierto), puedo

comunicarme con mi “yo” cuántico, interactuando en el tiempo presente/futuro con los otros ‘yo’ de los personajes, los cuales me transmitieron la información revelada en este artículo [...]. (Martí en *Jet-Set*, 344 p. 62).

No está de más aclarar que el lector no tiene cómo corroborar el funcionamiento del programa ni las “habilidades” de Martí bajo criterios objetivos. Lo que sí es pertinente mencionar para el análisis es la supuesta información transmitida desde el futuro y la congruencia que tiene con los análisis basados en los contextos político, económico y social de principios de 2017 frente a la pregunta que *Jet-Set* formula: “¿Cómo va a afectar al mundo la presidencia de Donald Trump?”.

[...] Su campo energético es de color naranja, lo cual indica que consigue sus objetivos a cualquier precio, mediante la estrategia política o la imposición de sus deseos. Debido a la dualidad en la personalidad de Donald Trump, él puede tomar decisiones que luego cambia inesperadamente. [...] Tendrá una tendencia proteccionista, para regresar a la manufactura industrial del país, bloqueando bruscamente el comercio con China. Además, interferirá en los asuntos de otras naciones, moldeándolas para sus propios intereses y ventajas económicas. También habrá deportaciones masivas [...]. (Martí en *Jet-Set*, 344 p. 62).

Las supuestas predicciones del autor del artículo no son tan “reveladoras” como podría esperarse, no se trata de algo novedoso o sin previa mención por los medios de comunicación tradicionales; de este modo el lector sigue en el mismo punto de partida si ha consumido información previa al respecto —como presume *Jet-Set* que lo hace— solo que bajo criterios de credibilidad como mínimo cuestionables; en caso de que fuera el primer acercamiento al tema, tampoco sería ético, pues Martí no apoya sus opiniones y análisis en fuentes confiables

o antecedentes. Se trata entonces de un artículo más extenso que un tuit, pero que no llega a ser convincente, es similar en esencia a la sección del horóscopo.

Respecto a los otros dos artículos, sí se nota un contexto válido para argumentar las opiniones con tendencia negativa hacia Donald Trump. Uno de ellos, titulado “La tataranieta colombiana de Eisenhower arremete contra Trump”, replica la carta escrita por Camila Mendoza Echavarría a Donald Trump y publicada por el medio *USA Today*.

Antes de transcribir textualmente el artículo de opinión, *Jet-Set* presenta a la autora a través de un párrafo introductorio. En él, la revista explica que se trata de la tataranieta del trigésimo cuarto presidente de Estados Unidos (Dwight D. Eisenhower), su doble nacionalidad (estadounidense y colombiana), quiénes son sus padres, así como sus estudios en el Colegio Nueva Granada de Bogotá; un dato que ante un lector ocasional sería irrelevante, pero que en perspectiva avala a la fuente como perteneciente a la alta sociedad colombiana, ya que la institución educativa es una de las más prestigiosas y costosas del país (González, 2017).

En lo referente a la carta, escrita en primera persona, Mendoza comienza por explicar su ascendencia colombiana y la importancia de la diversidad cultural al interior de los Estados Unidos, prosigue rememorando la etapa de su tatarabuelo como general durante la Segunda Guerra Mundial y la lucha para destruir el odio y los ataques a la libertad que ahora vuelven a hacerse presentes pero al interior del país con la victoria de Trump (Jet-Set, 2017: 347 p. 85). A mitad del relato, la autora emplea su experiencia personal para contextualizar la opinión más importante de la misiva en torno a la inmigración en el país norteamericano:

Es un hecho y también una certeza, decir que muchos estamos totalmente en desacuerdo con lo que usted ha hecho en sus primeras semanas de gobierno. Sus intentos por suspender la admisión de nuevos refugiados en Estados Unidos, detener temporalmente

a los ciudadanos de siete países de mayoría musulmana y prohibir indefinidamente a los refugiados sirios, son catastróficos.

Mi padre, Eduardo Mendoza De la Torre, recibió el asilo político de Estados Unidos en 1992. Si este país no lo hubiera ayudado a salir de Colombia, habría sido asesinado... y yo no estaría escribiendo estas palabras. (Mendoza en *Jet-Set*, 347 p. 85)

Se está ante uno de los dos artículos —de todo el periodo de análisis de la revista *Jet-Set*—que transmite opinión basada en un discurso que va más allá de una frase suelta, contextualizado y argumentado; quizás el único inconveniente es la autoría de la información, pues *Jet-Set* solo da voz a un grupo de fuentes selectas y si la opinión no proviniera de la élite cultural posiblemente no haría parte de las páginas de la revista.

Finalmente, la última excepción a los formatos cortos que emplea *Jet-Set* también es una excepción en cuanto al manejo de la información por parte de la revista porque dicho artículo es el único en el que el medio asume una postura sobre Donald Trump sin recurrir a sus fuentes. La nota titulada “El muro de Mc Trump” se encuentra en la última página de la edición 345 y se enmarca dentro de la sección *La foto*, la cual consta de una fotografía y un pie de foto explicativo de la misma.

En ese párrafo *Jet-Set* resume la hostilidad entre México y Estados Unidos provocada por la postura del presidente Trump en torno a la inmigración y la polémica propuesta de construir un muro fronterizo aún más alto que divida ambos países. De este modo, con la excusa del grafiti con el logo de McDonald’s, la revista interviene sobre la irrupción de Estados Unidos en el mundo globalizado y los conflictos latentes por la guerra del siglo XIX en la que México se vio obligado a ceder parte de su territorio a la nación vecina.

La cultura popular no ha demorado en manifestarse al respecto de la actitud poco amigable con los inmigrantes y vecinos del presidente gringo Donald Trump. Este

grafiti pintado en la valla que separa a Estados Unidos y México en Tijuana, es toda una abstracción de la tensión entre los dos países y el resurgir del resentimiento por viejas rencillas, a causa de la insistencia del mandatario en construir un muro en la frontera que contenga la entrada ilegal de mexicanos y otros latinos a su país. El autor le hizo una airada intervención al logo de la cadena de comidas rápidas McDonald's, símbolo del capitalismo feroz y de la penetración estadounidense en todo el planeta, y bajo su "M" característica reemplazó el nombre de la marca por el de México. Abajo, se lee en inglés: "Billions of acres stolen" ("Billones de acres robados"), que recuerda que el país azteca tuvo que ceder más de la mitad de su territorio a Estados Unidos, luego de la guerra que enfrentó a las dos naciones a mediados del siglo XIX. (Jet-Set, 345 p. 114).

No se trata de una opinión directa de la revista *Jet-Set*, pero a través de las palabras que el medio elige para armar el contexto de la fotografía se aprecia una tendencia desfavorable hacia Donald Trump. En primera instancia la revista sugiere establecer un vínculo entre el lector y México; es decir, al mencionar a "otros latinos" el medio trata de generar un proceso de identificación cultural: para *Jet-Set* no es una lucha particular de México contra las medidas discriminatorias de Trump, es un rechazo generalizado de la comunidad latina en la que se incluyen los colombianos, su público.

Este vínculo se refuerza en un segundo momento del texto con la palabra "airada" para referirse a la intervención del logo de McDonald's y la explicación de "*Billions of acres stolen*" para abordar el tratado de paz entre México y Estados Unidos en 1848. De este modo se fortalece la interpretación de la imagen como un reclamo con "ira" y "resentimiento" —esta última utilizada por el medio al principio del párrafo— justificado en la percepción del Tratado de Guadalupe Hidalgo como un "robo" y no como la negociación entre dos partes de un conflicto.

También es pertinente mencionar el uso del adjetivo “gringo” en reemplazo de “estadounidense”. Más que un recurso estilístico para evitar la redundancia al interior del párrafo es una demostración de intenciones; pues en Colombia “gringo” es un coloquialismo para referirse a los ciudadanos de Estados Unidos (Real Academia Española, s.f., definición 3). De este modo *Jet-Set* concibe a Donald Trump como una persona poco respetable, fuera del ámbito de la formalidad.

Figura 21

Intervención negativa de la revista Jet-Set sobre Donald Trump



Artículo #5 de la muestra de *Jet-Set*, publicado en la edición 345 de la revista con vigencia durante febrero de 2017, pocas semanas después de la posesión de Donald Trump como presidente. “La Foto” (p. 114), 2017, *Jet-Set*, (345).

Finalmente, esta publicación de la revista refuerza las intervenciones negativas que los personajes públicos expresan a lo largo del periodo de análisis sobre el presidente de Estados Unidos, pues, a través del párrafo que acompaña la imagen invita a asumir una postura crítica frente a Trump. No en vano es pertinente recordar que la edición a la que pertenece la nota cubrió febrero de 2017, las primeras semanas del gobierno Trump, y a falta de una sección editorial en la que el medio de comunicación presenta su opinión, esta es la forma como transmite su postura frente al tema y el parámetro clave para reproducir las opiniones afines a sí mismo.

Con las tendencias positiva y negativa resueltas, es momento de mencionar los dos artículos que presentan una tendencia de opinión ambigua en las que ni a través de la información manifiesta ni la latente se puede inferir favorabilidad o no hacia la presidencia de Donald Trump.

El primero se encuentra en la edición 348 y corresponde a un tuit de la periodista colombiana Silvia Corzo. “Sí, seguramente hay hechos que no podemos entender y que nos cuesta aceptar (como el caso Trump). Pero esos también suceden por una razón” (Corzo en Jet-Set, 348, p. 10). La opinión de la autora va encaminada hacia una reflexión sobre el porqué de la elección de Trump y no a si es acertada o no; tampoco se puede intuir algún tipo de reclamo o disgusto, pues aunque la primera parte de la frase mencione la victoria de Trump como un hecho de difícil aceptación, no expresa connotaciones negativas sobre este. En ese sentido, es posible que Corzo evoque con su opinión más hacia la sorpresa en las elecciones presidenciales de Estados Unidos, debido a que las encuestas y la opinión pública daban como favorita a la candidata demócrata Hillary Clinton (Huffpost Pollster, 2016).

El segundo artículo ambiguo se puede catalogar como huérfano porque se encuentra a mitad de camino entre las categorías de análisis. Se trata de una frase en la que el autor opina sobre

la hija mayor del presidente Trump. “La primera mujer presidente de Estados Unidos va a ser Ivanka Trump. Verán” (Zableh en *Jet-Set*, 358, p. 8). A diferencia de todos los artículos de opinión de la muestra, este no se centra en la figura de Trump, pero tampoco puede asociarse con algún encuadre específico de la información, como si se tratara de un texto informativo. Se decidió incluirlo en la muestra porque cumple el criterio de centrarse en Trump o algún miembro de la actual familia presidencial estadounidense.

En cuanto al contenido del mismo, el tuit de Adolfo Zableh no deja entrever una connotación negativa sobre Ivanka Trump, ni tampoco un apoyo claro a una futura candidatura presidencial. El punto hacia el cual el autor guía su afirmación es a la relevancia política y el papel que juega la mayor de los cinco hijos del magnate en la administración actual; no en vano *Jet-Set* en el artículo sobre Donald Trump Junior la menciona como una heredera política de su padre, pero sin las influencias de su hermano en la Asociación Nacional del Rifle (*Jet-Set*, 2017, 349, p. 32).

La cuarta y última tendencia de opinión se le nombró de manera breve como “Relacionada”, pero su nombre completo es “Relacionada con el contexto colombiano”. Esta tendencia agrupa tres opiniones publicadas por *Jet-Set* durante el periodo de análisis que —como el nombre lo indica— vinculan a Donald Trump con dos hechos noticiosos de la actualidad colombiana en 2017.

El primero fue la visita del entonces presidente de Colombia Juan Manuel Santos Calderón a Washington para conversar con su homólogo estadounidense sobre el apoyo al proceso de paz con la guerrilla de las Farc y la lucha contra el narcotráfico (*Semana* (a), 2017); el segundo hecho fue en torno a la polémica generada por una supuesta reunión en Mar-a-Lago entre el presidente Trump y los expresidentes colombianos Álvaro Uribe Vélez y Andrés Pastrana

Arango —detractores del proceso de paz—, que a la larga se confirmó fue solo un intercambio de saludos (Semana (b), 2017).

Ambos hechos ya fueron reseñados, al comienzo del presente capítulo de hallazgos e interpretaciones, como parte de un pico informativo en el que la presidencia de Trump fue tema en las páginas de *Jet-Set* durante varias ediciones consecutivas. Sin embargo, en este apartado se analizarán en función de la tendencia de las opiniones expresadas por los autores: “Que no fue una reunión sino un *quickie*” (Duque, 2017 en *Jet-Set*, 350, p. 19); “La reunión Santos y Trump fue una reunión seria no una de esas de *hello hello*” (Benedetti, 2017 en *Jet-Set*, 352, p. 19); “El presidente Trump va a apretar a Colombia por el narcotráfico. Que los señores ilegales —y los recién desmovilizados— se pongan serios” (Eder, 2017 en *Jet-Set*, 353, p. 10).

Como se explicó en párrafos anteriores, *Jet-Set* no otorga contexto sobre las opiniones que reproduce en sus páginas y estos tres no son la excepción. Por ello, para dotar de sentido la frase del publicista Carlos Duque el lector debe recordar que en ese mismo periodo de tiempo ocurrió el encuentro en Mar-a-Lago y además tener presente el significado de la palabra “*quickie*”: cosa hecha rápidamente (Cambridge Dictionary, s.f., definición 1); dando a entender que se pudo constatar que la reunión entre los expresidentes colombianos y Trump en realidad nunca existió.

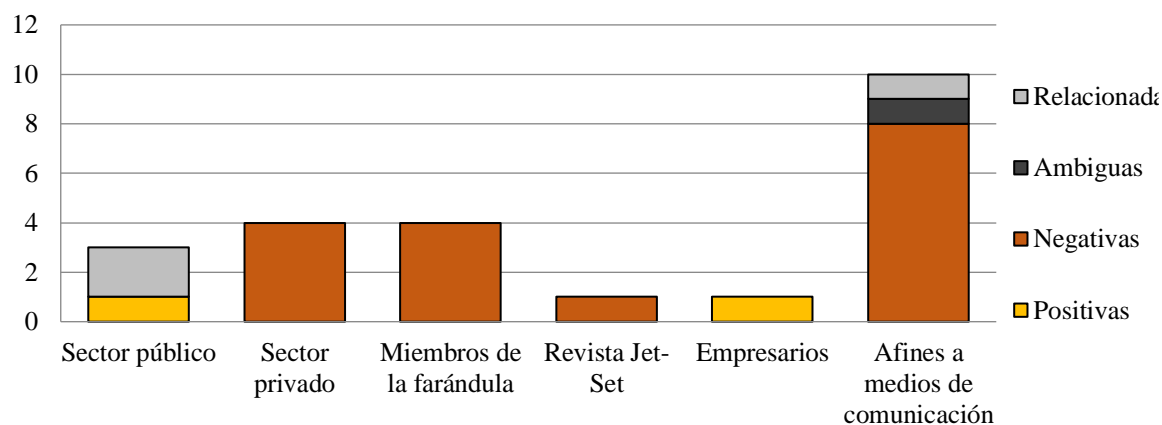
La opinión no está encaminada a aprobar o desaprobar a Donald Trump, se trata de una perspectiva diferente en la que el actual presidente de Estados Unidos hace parte de la información, pero la tendencia de opinión no va dirigida a él; en este caso es una crítica a los expresidentes Uribe y Pastrana que afirmaron haberse reunido formalmente con el magnate.

La opinión del senador Armando Benedetti sigue la misma tónica que la de Carlos Duque, aunque en ella sí hay elementos que permiten relacionar ambos hechos, pues para ese momento —vigencia de la edición 352 entre el 24 de mayo y el 13 de junio— ya era de conocimiento

público tanto la reunión entre Santos y Trump, en la que se ratificó el apoyo de Estados Unidos al proceso de paz, como el intercambio de saludos en Mar-a-Lago; de nuevo, la opinión va encaminada a desacreditar la formalidad del encuentro que ambos expresidentes manifestaron ante la opinión pública.

Respecto a la opinión de Alejandro Eder, en ese entonces director ejecutivo de la Fundación para el Desarrollo Integral del Pacífico, es posible afirmar que el autor critica a los grupos al margen de la ley y a la recién desmovilizada guerrilla de las Farc que tienen o tuvieron nexos con el narcotráfico, uno de los puntos tratados en la reunión entre los presidentes de Estados Unidos y Colombia. En consecuencia, la tendencia de opinión “relacionada” no va dirigida a la aprobación o no de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos; solamente hace parte del contexto informativo en el que los autores enmarcan sus opiniones.

Para finalizar el apartado de hallazgos de opinión es pertinente retomar las fuentes a las cuales *Jet-Set* les otorga un espacio en sus páginas porque a partir de los grupos de opinión tenidos en cuenta por la revista se puede inferir quiénes validan su información y qué sectores de la población representa el medio como se manifiesta en la figura 22.

Figura 22*Opiniones sobre Trump por grupo*

Las personas afines a los medios de comunicación son a los que más voz les otorga la revista, seguidos de los miembros de la farándula y a quienes representan instituciones privadas. Se tomó como base el total de opiniones y no el número de artículos.

Como puede observarse en el gráfico, la revista reproduce más opiniones de periodistas, o personas afines a los medios de comunicación como conferencistas (Armando Martí) y publicistas (Carlos Duque), que de otros grupos sociales. Esto puede deberse a que son el primer conjunto validador de su tendencia negativa hacia Donald Trump, no en vano ocho de las once opiniones de este conjunto de fuentes también reflejan desaprobación hacia el mandato del presidente estadounidense.

Por último, *Jet-Set* también apela a las figuras del entretenimiento y miembros de instituciones tanto públicas como privadas. De ese modo la revista no solo tiene a los miembros del *star system* como sus sujetos informativos: “lo que hace la gente importante”, adicionalmente

también reproduce sus opiniones: “lo que dice la gente importante”; así logra influenciar sus lectores y mantener una especie de tendencia editorial homogénea número tras otro, configurándose así una mirada elitista a los temas de actualidad o a lo que *Jet-Set* considera importante.¹⁸

3.5. Hallazgos mixtos

Los hallazgos mixtos son el punto de encuentro entre los hallazgos de encuadres específicos de la información, concernientes al género informativo, y los hallazgos de opinión. Se trata de cuatro textos de opinión en los cuales pudo detectarse alguno de los tres encuadres en los que se clasificó la muestra: *Apariencia física y vestido*, *Vida privada y sus implicaciones en el gobierno*, *La importancia de la primera dama en Estados Unidos*. Por consiguiente, los sujetos informativos se complementan pues se habla del presidente Trump, pero también se menciona a su familia dentro de las opiniones de los autores.

Tres de los cuatro artículos pertenecen a la sección de cartas de los lectores y el restante hace parte de la sección *El Twitter de...* que en este caso pertenece a la entonces directora del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Cristina Plazas, y es alusivo a las críticas y al matoneo cibernético del que fue víctima Barron Trump, tras ser captado por la transmisión televisiva bostezando durante el acto de posesión de su padre como presidente de Estados Unidos (Rodrigo, 2017).

La opinión de la funcionaria pública posteada en Twitter y transcrita por *Jet-Set* fue: “Críticas al hijo de Trump son realmente vergonzosas y dolorosas. ¡Es un niño, por Dios! Qué crueldad. Las palabras matan” (Plazas, 2017 en *Jet-Set*, 345 p. 10). Más allá de la tendencia de la opinión, abogando por la protección del menor, se encuentra latente el segundo encuadre específico

¹⁸ Ver anexo 3, Artículos de opinión *Jet-Set* 2017.

detectado en la muestra; ya que las circunstancias que detonan el matoneo contra Barron Trump son precisamente el descontento con la elección de su padre como presidente. Por lo tanto, el encuadre se manifiesta de forma inversa: es el gobierno de Donald Trump quien repercute en la vida del menor de sus hijos.

En cuanto a las cartas de los lectores, están estructuradas como respuestas a los artículos de la edición pasada de la revista y constan de un párrafo de extensión. Así, la misiva titulada “Trump y Melania” —publicada en la edición 352— es la réplica al artículo “Donald y Melania Trump: Este matrimonio va mal” del número 351 de *Jet-Set*.

Es imposible ocultar lo evidente, Donald Trump es un patán en todo el sentido de la palabra. No me sorprende que su esposa se niegue a dormir a su lado, lo que sí me causa curiosidad es que cada día o semana se revele algún detalle de su vida personal. Creo que en el mundo se sabe más sobre los escándalos sexuales, las mansiones y las taras de este personaje, que sobre las nefastas decisiones que toma desde el poder como presidente de Estados Unidos (Betancur, 2017 en *Jet-Set*, 352 p. 2).

La opinión del lector Federico Betancur desaprueba al presidente de Estados Unidos. Hasta ese punto se trata de un artículo de opinión, pero al involucrar a Melania Trump y reflexionar sobre los detalles de la vida privada del magnate, expuestos por los medios, es posible detectar el segundo encuadre de la muestra. Quizás Betancur tiene razón en el sentido de que abunda en las páginas de *Jet-Set* información que no refleja la dimensión política del gobierno Trump, pero a la larga esta revista no se caracteriza por el análisis duro, se trata de una publicación para pasar el rato.

Las otras dos cartas de los lectores que fueron incluidas en esta categoría de análisis mixta están emparentadas con el primer encuadre específico de la información: *Apariencia física y vestido*. En ellas Donald Trump tiene un papel secundario porque son Ivanka y Melania Trump

las destinatarias de las opiniones. En el caso de la hija mayor del presidente, la opinión de Paola Hernández, lectora de *Jet-Set*, hace referencia al artículo titulado “La metamorfosis de Ivanka Trump” en el cual se advierte que pudo haberse sometido a varias cirugías estéticas en el transcurso de los años.

¿Cómo fue que la hija de Trump pasó de fea a bonita? La respuesta es muy sencilla: es millonaria. No por nada existe el dicho popular que ‘no hay mujer fea sino sin plata’. Si uno tiene a su disposición los mejores cirujanos, maquilladores, peluqueros, diseñadores de moda y asesores de imagen, es muy difícil que se vea mal. A ella se le suma que a pesar de ser hija de semejante adefesio, es inteligente y tiene muy buen gusto (Hernández, 2017 en *Jet-Set*, 351 p. 2).

Solo hay una breve mención a Donald Trump al referirse a él como “adefesio”. El resto de la opinión de la lectora está ligada al artículo de la edición pasada y cómo Ivanka Trump fue moldeando su imagen física hasta convertirse en una figura política con la administración de su padre.

Respecto a la opinión sobre Melania Trump, la respuesta procede de un artículo de la edición 359 en el que el medio hizo eco a declaraciones de la prensa rosa de Francia que aseguraba que Brigitte Macron, primera dama del país galo, era más “hermosa” que la esposa de Donald Trump. Dicho artículo no hace parte de la muestra para el análisis de contenido debido a que el asunto del artículo no gira por completo en torno a la comparación de ambas mujeres, es solo un dato más reproducido por *Jet-Set*. Sin embargo, la réplica sí fue considerada porque se centra de lleno en la comparación.

Soy de los que piensa que la belleza es relativa y que no hay mujeres feas. Pero en el caso de la primera dama de Francia me parece que se les va la mano a los medios de comunicación de ese país cuando dicen que Brigitte Macrón luce: ‘Más linda, delicada,

enérgica y alegre” que Melania Trump. ¡Por Dios! No hay ni la más mínima posibilidad de que esa señora se vea mejor que la escultural esposa de Donald Trump, así se empeñe en ponerse faldas cortas (Pérez, 2017 en *Jet-Set*, 360 p. 2).

Aquí claramente se critica a los medios franceses y la forma como viste Brigitte Macron, mientras se aprueba la figura de Melania Trump. Es una opinión formada por completo a través de la comparación física de las dos mujeres y, en consecuencia, el primer encuadre específico del análisis se manifiesta.

El hecho de que exista una correspondencia en los encuadres de estas “respuestas” y los artículos publicados previamente por *Jet-Set* puede deberse a la relación que teje el medio con sus lectores y es una forma de detectar si los encuadres de la revista son identificados y asimilados por la audiencia. Es decir, se trata de *Audience frames* o encuadres de la audiencia, esquemas de procesamiento de la información que tienen los individuos y que pueden coincidir o no con los expuestos en los textos de los medios de comunicación (Sádaba, 2001: 166 en Ardèvol-Abreu, 2015, 427).

En este caso sí se puede hablar de coincidencia y también de aceptación de los encuadres que el medio transmite. De este modo la revista puede verificar que sus lectores están de acuerdo con la forma como cuentan las historias de los personajes poderosos e influyentes.

Sin embargo, esta concordancia no puede esconder el hecho de que solo cuatro artículos de opinión presenten elementos de los encuadres informativos, esto quiere decir que las opiniones publicadas por *Jet-Set* no están alineadas con la información que el medio publica, es por ello que la opinión atañe a Donald Trump como blanco de las críticas y las notas sin firmar, producidas por la revista, son protagonizadas por la familia del presidente.

Dicho de otra manera, se puede afirmar que a *Jet-Set* como medio le interesa la apariencia física y la privacidad de la familia presidencial; al igual que la figura de Melania Trump —una

modelo— en un cargo social y con ciertos matices políticos; a su audiencia también le interesan estos tópicos, pero a quienes da voz para opinar no. Estos últimos están interesados en mostrar facetas negativas del presidente Donald Trump y que *Jet-Set* reproduce en sus páginas para reforzar su postura como medio en contra del magnate inmobiliario y ahora político republicano. En cuanto a la opinión de Cristina Plazas, única fuente de opinión aparte de los lectores que menciona algún encuadre del medio, esta se debe a la naturaleza de su cargo en ICBF, es una muestra de compromiso con la labor que ejerce desde la institución por el cuidado de los menores.

Finalmente, la crítica del lector Federico Betancur podría hacer pensar que hay disonancias entre el medio y su público, pero en sí el autor no afirma que dejará de consumir el espectáculo y el glamur que encarna *Jet-Set*, es más una cuestión del “deber ser” de las cosas y una invitación a profundizar en esos aspectos a través de otros medios, pues *Jet-Set* no cambiará el enfoque de sus artículos sobre la presidencia estadounidense; es su nicho de mercado y el conglomerado de medios al que pertenece ya tiene una revista que satisface las necesidades que Betancur identifica¹⁹.

3.6. Frases de Donald Trump

La última categoría en la que se clasificó la muestra del análisis de contenido se le nombró “Frases de Donald Trump” porque los textos que agrupa se caracterizan por ser afirmaciones del actual presidente de Estados Unidos; es él quien directamente es reproducido por *Jet-Set* en la sección “Entre comillas”. Se trata, como se ha dicho a lo largo del capítulo de hallazgos, de publicaciones descontextualizadas.

¹⁹ Ver Capítulo I, Grupo empresarial Publicaciones Semana S.A, pp. 35-37. Y ver Capítulo I, Mercado actual de revistas de entretenimiento en Colombia, pp. 38-41.

La primera intervención difundida por *Jet-Set* fue pronunciada por Trump tras dar a conocer el balance de sus primeros 100 días al frente del país el 27 de abril: “Pensé que ser presidente sería más fácil” (Trump en *Jet-Set*, 2017, 351 p. 17). Sin embargo, la entrevista concedida a la agencia de noticias Reuters (de donde es extraída dicha frase y que no fue citada por la revista) va un poco más allá: el empresario manifestó que es demasiado trabajo y que le cuesta adaptarse al esquema de seguridad a pesar de ser una persona famosa hace mucho tiempo; también habló acerca de la poca libertad que tiene y cómo ahora no puede conducir su propio auto (CNN, 2017; *El Tiempo*, 2017).

Al recortar la reflexión de Trump, *Jet-Set* da a entender al lector que se trata de incompetencia en el cargo, que le ha quedado grande el puesto. Pero la realidad es que las declaraciones del mandatario van en torno a la libertad y la falta de privacidad en su nuevo cargo. Bajo esta lógica el medio busca apelar a la emocionalidad de la audiencia y generar opinión sin fundamentos completos.

La segunda declaración del presidente estadounidense fue tomada de una conferencia de prensa, posterior a la reunión con jefes de policía del país el 8 de febrero de 2017 en la que informó sobre avances en la construcción del muro fronterizo entre Estados Unidos y México, justo el día en que se anunció la visita del canciller del país vecino a Washington (*Espectador.com*, 2017). La frase en cuestión difundida por *Jet-Set* fue: “¿Funcionan los muros? No tienen más que preguntar a Israel. Sí que funcionan...” (Trump en *Jet-Set*, 2017, 352 p. 19). Este trecho de las declaraciones de Trump aumentan la controversia sobre sus posturas ideológicas pues es un claro apoyo a las operaciones militares de exclusión y violencia que usa Israel contra Palestina y que han sido blanco de críticas por vulnerar los derechos humanos; de este modo, *Jet-Set* reproduce la parte que más polémica puede generar de todo el discurso del personaje.

La tercera mención directa de Donald Trump fue publicada en la edición 354 de *Jet-Set* y hace referencia a un tuit del magnate inmobiliario posteo el 22 de junio de 2017; la revista lo sintetizó así: “México es el país más letal del mundo, después de Siria. El narcotráfico es la causa principal. Construiremos el muro” (Jet-Set, 2017). La opinión del mandatario hace referencia a los resultados de la encuesta anual de conflictos armados del Instituto Internacional de Estudios Estratégicos y que sitúa a México como la segunda zona de conflicto con mayor número de muertos, superando a naciones como Afganistán e Irak (Infobae, 2017).

La revista omitió la parte del tuit original de Trump en la que se hace mención al estudio. Esto permite que el lector encamine rápidamente sus juicios de valor contra el presidente estadounidense y perciba con mayor hostilidad la propuesta del muro fronterizo.

En síntesis, las tres ocasiones en las que el medio dio voz a Donald Trump son ante situaciones polémicas que generan reacciones inmediatas por la descontextualización. Por lo tanto, *Jet-Set* busca a través de estos apartados entre comillas movilizar la emocionalidad de sus lectores, donde no hay cabida para el razonamiento porque se pretende cambiar rápido de tema. Finalmente, debido a la controversia que generan las declaraciones de Trump la revista refuerza la idea que es un gobernante moral y éticamente cuestionable, extremista y que encarna antivalores que no son propios del presidente de un país tan importante como Estados Unidos.

Conclusiones

Las conclusiones del presente análisis de contenido se verán plasmadas en las siguientes páginas desde lo general hacia lo específico y giran en torno a tres preguntas claves. La primera y la cual guio la investigación fue: ¿Cómo cubrió la revista colombiana *Jet-Set* el primer año presidencial de Donald Trump en los Estados Unidos? A partir de esta pregunta se desprenden dos más, de acuerdo con el nicho de la revista: ¿Por qué una revista de farándula cubre temas políticos? Y ¿Realmente es mala la unión entre política y entretenimiento?

La primera pregunta, el cómo, tiene dos factores determinantes: la forma (preponderancia del tema, secciones donde apareció, fuentes y extensión de los artículos) y el fondo (géneros periodísticos, encuadres, tendencias de las opiniones y postura del medio). A partir de los hallazgos generales se puede concluir la forma como *Jet-Set* cubrió el tema: estuvo presente a lo largo de todo el 2017 en 44 artículos—solamente en la última edición del periodo de análisis Donald Trump o su familia no hicieron parte de la información del medio—; durante el año hubo preferencia por formatos cortos, de una página o media en extensión, mientras que los formatos extensos fueron minoría, 8 en total; también es concluyente que *Jet-Set* utiliza fuentes de segunda mano y los periodistas no firman los artículos porque *Jet-Set* en cuanto al tema es un replicador de la información proveniente de las revistas de farándula y sociedad estadounidenses.

A partir de los hallazgos específicos es posible responder por el fondo, lo latente en las ediciones de la revista sobre Donald Trump, su mandato y su familia. Los géneros periodísticos que *Jet-Set* utilizó fueron informativo y de opinión; a su vez, cada género se enfocó en miembros diferentes de la familia Trump, los informativos se centraron en la familia

presidencial y los lujos que le rodean (esposa, exesposas, hijos, propiedades, vestimenta²⁰) y los artículos de opinión tuvieron como protagonista principal a Donald Trump.

Ante esta división, *Jet-Set* cubrió informativamente el primer año presidencial de Trump basándose en tres encuadres. Primero, *Apariencia física y vestido*, este transmite cómo se ven y qué visten las mujeres más mediáticas de la familia presidencial. El segundo encuadre, *Vida privada y repercusiones en el gobierno*, informa sobre escándalos familiares causados por Donald Trump que generan consecuencias morales para su imagen pública, como gobernante, y privada, como cabeza visible de la familia Trump. El tercero, *Primera dama y su importancia para la nación*, comunica sobre este cargo de relevancia en Estados Unidos, ocupado por Melania Trump, una mujer proveniente del espectáculo que, al parecer, no estaba interesada ni cualificada para asumirlo y la posibilidad de que fuera reemplazada por Ivanka Trump, la hija mayor del presidente y quien estuvo a su lado durante la campaña política.

En cuanto a la opinión, la mayoría de los artículos se caracterizaron por la falta de argumentación, la descontextualización de los hechos, el apelo a la emocionalidad del lector y la poca cabida a la reflexión. Salvo una excepción que menciona a Ivanka Trump, los artículos se volcaron hacia Donald Trump y se pudo identificar varias tendencias: positiva, que refleja apoyo hacia las políticas o hacia Trump como persona; ambigua, en la que no puede distinguirse la tendencia que el autor imprime a su opinión; negativa, se evidencia una crítica o una discordancia hacia las acciones o los valores que encarna el presidente estadounidense; y relacionada con el contexto colombiano, una tendencia en la que quienes opinan ponen su foco en la relación entre Colombia y Trump, la crítica no se dirige a él, pero su inclusión es necesaria dentro del argumento de los autores.

²⁰ Ver Capítulo III, Encuadre de vida privada y sus implicaciones en el gobierno, pp. 117-120.

La tendencia mayoritaria fue la negativa y, junto con la única intervención de opinión de *Jet-Set* como medio en contra de la propuesta de construir un muro que divida a Estados Unidos de México, motivan al lector a ver a Trump como un personaje negativo para los valores progresistas de la cultura occidental.

Adicional a estos dos grupos de artículos informativos y de opinión, hubo otro grupo que ayuda a responder el primer interrogante y la postura editorial de *Jet-Set* frente a Trump. Denominado como “Frasas de Donald Trump”, tres textos de opinión dan voz al entonces presidente de Estados Unidos: la revista reproduce afirmaciones sacadas de su contexto natural y que suscitan juicios de valor rápidos, de modo que refuerzan la imagen negativa del político republicano.

Por lo tanto, al relacionar los artículos de opinión con *Vida privada y repercusiones en el gobierno* (el segundo encuadre informativo) y las declaraciones que la revista reprodujo parcialmente se concluye que *Jet-Set* criticó y estuvo en oposición a Trump como individuo amparándose en su vida privada, sus actitudes moralmente cuestionables y haciendo eco de antivalores que no son políticamente correctos y que no deberían representar al presidente de un país tan importante como Estados Unidos.

Con la pregunta principal del análisis de contenido ya resuelta, es momento de tratar la pregunta guía referente al medio de comunicación, su nicho y el cubrimiento de temas que en la práctica estarían fuera de su campo de acción. Para poder dar una respuesta es necesario reconocer qué tipo de medio es *Jet-Set*. Fue una revista quincenal, del nicho de entretenimiento (un conglomerado que agrupa publicaciones de moda, de estilo de vida, de deportes, de cocina, etc.); en específico, podría afirmarse que se trata de una revista de farándula, prensa rosa o del corazón como se le denomina en otros países.

Sin embargo, *Jet-Set* se definió a sí misma como una revista de sociedad hasta el cese de su publicación en diciembre de 2020²¹; un subnicho con un aire más sofisticado, es decir, un producto con aspiraciones más allá de los chismes y el cubrimiento de las celebridades y que buscaba destacarse a través del concepto de exclusividad en un mercado saturado de competidores.

Este puede ser el principal factor por el cual *Jet-Set* le dio cabida en sus páginas a temas más cercanos a la política y la actualidad social tanto nacional como internacional, pero esta característica del medio genera un nuevo debate: ¿Es suficiente con abordar temas “duros” para no ser considerada una revista de farándula más? La respuesta se esconde en los hallazgos de la categoría de “otros encuadres”, allí se clasificaron dos textos informativos que no presentaban características para ser agrupados en los demás encuadres.

Uno podría considerarse un “chisme”, es decir, un rumor poco fundamentado y sin fuentes claras, de poca extensión. El otro se encuentra a mitad de camino entre una noticia y un reportaje²², es un artículo fundamentado, contrastado, contextualizado, que aborda un tema complejo como el racismo y la violencia en Estados Unidos. No obstante, se trata de un solo artículo de una muestra de 44, de modo que el cubrimiento de *Jet-Set* no puede compararse con el de un medio especializado, “serio” y riguroso con la información que publica.

Así que, aunque *Jet-Set* se consideraba a sí misma una revista más “prestigiosa” que sus competidoras en el mismo segmento no difiere mucho de estas en cuanto a la calidad de su contenido. Sin embargo, al incluir el concepto de *star system* y pensar en su posible público objetivo sí es posible encontrar diferencias sobre a quién dedica sus páginas y de qué temas se ocupa.

²¹ Ver Capítulo I, Revista colombiana *Jet-Set* en 2017, pp. 98-99.

²² Ver Capítulo III, Otros encuadres, pp. 133-135.

Fue un medio dirigido al colombiano de clase media-alta, con un acervo cultural, político y social más alto que el promedio, pero que también quiere distraerse con las ocurrencias de las élites mundiales, una revista que buscó distinguirse de su competencia cubriendo las esferas más altas del *star system*: monarquías, políticos, artistas de prestigio y empresarios.

Por lo tanto, se concluye que *Jet-Set* fue una revista de sociedad, no por su calidad sino por el espacio destinado a celebridades de mayor renombre. Es decir, fue una revista de sociedad porque aparte de dar cabida a información sobre deportistas, actrices, cantantes, influenciadores —el escalón al que la prensa rosa dedica sus páginas—, también hizo eco de las élites económicas, políticas y culturales. Esto no significa que sea mejor que sus competidoras, el título de “sociedad” no evitó que *Jet-Set* fuese frívola con los temas “duros” que intentó cubrir, siguió siendo un producto destinado al consumo, para pasar el rato y distraer al lector, la misma golosina que puede entregar la revista de farándula, pero mejor empaquetada y con un eslogan de “exclusivo”.

Después de tener respuesta sobre por qué una revista como *Jet-Set* cubrió un tema político, es pertinente reflexionar sobre la última pregunta clave de este análisis de contenido: ¿Es realmente mala la unión entre política y entretenimiento? La mayoría de autores que han realizado investigaciones en torno al entretenimiento y la farándula ²³aseguran que se trata de un fenómeno que corrompe el deber ser de la información periodística, pues al estar destinados a entretener no ayudan en la construcción de una ciudadanía consciente de los acontecimientos públicos, sus deberes y derechos en las sociedades contemporáneas.

De este modo se ha construido todo un andamiaje de connotaciones negativas desde el periodismo tradicional y la academia para referirse a este tipo de productos dedicados al entretenimiento y el mensaje que puedan transmitir. En el camino olvidan que tanto el noticiero

²³ Ver Capítulo I, apartado “Estado del arte sobre análisis a medios de comunicación dedicados a la farándula”, pp. 18-25

de medio día en un canal de programación variada como la revista de chismes semanal son productos culturales, más allá de si el fin es informar, formar o entretener todos llevan consigo un mensaje por más banal que sea el discurso.

Por lo tanto, analizar solamente los mensajes que provienen de los medios de comunicación, la crítica especializada, los líderes de opinión o cualquier persona natural o jurídica avalada por las elites académicas evita un conocimiento más completo de la realidad social, porque al igual que la información “dura”, el entretenimiento también distribuye y refuerza imaginarios colectivos a través de ideas, sin importar qué tan ético sea o no.

Dichas ideas, sean manifiestas o latentes, son consumidas por la mayoría de los individuos de las sociedades actuales y dan cuenta de los valores y antivalores que en ellas se encuentran; incluso en estos mensajes puede descubrirse aquello que no se quiere mostrar ante los demás: el consumismo, las ansias de poder, el hastío por la formalidad, la sexualidad, lo moralmente incorrecto.

Un ejemplo puede encontrarse en los cuatro artículos de *Jet-Set* catalogados como mixtos, es decir, textos de opinión que manifiestan algún encuadre informativo; tres de ellos son cartas de los lectores y en ellas se aprecia una concordancia entre lo que difunde el medio y lo que piensa el lector. En síntesis, para los lectores de la revista fue más importante la actitud degradante de Donald Trump con su esposa que, por ejemplo, la falta de políticas sobre el racismo y la discriminación. El artículo restante responde a un fenómeno en redes sociales en el que Barron Trump fue acosado por su actitud en la ceremonia de posesión presidencial, de tal modo que responde al ataque verbal hacia un menor de edad, una conducta social inapropiada pero interiorizada por el anonimato en los entornos virtuales.

En resumen, abordar este tipo de publicaciones permite adentrarse en los juicios de valor, las opiniones, la ética, la moral y los prejuicios manifiestos y latentes en la cultura popular, lo común a la mayoría de individuos de una sociedad.

De vuelta a la pregunta, está claro que el entretenimiento está presente cada vez más en los productos periodísticos, a su vez también se ha vinculado a la política y en la actualidad la designación de un individuo para un cargo público puede considerarse un espectáculo más. Estas dinámicas corresponden a estrategias de competencia y captación de audiencias a través de formatos más directos fusionando información y entretenimiento.

La presidencia de un país como Estados Unidos no escapa de estas concepciones de la actualidad y se transforma en un show mediático porque al fin de cuentas todo asunto concerniente a la designación de un individuo para ejercer el poder decisivo de una nación es un asunto público y político, saber qué clase de hombre es (su vida privada) también interesa por cuestiones éticas y morales, se vuelve información pública; por último, si se añade que el hombre en cuestión procede de un escalón social destinado a entretener a la sociedad con sus aventuras y desventuras es lógico que se ahondara en sus escándalos y la contradicción con la rectitud moral que debería encarnar un gobernante, incluyendo a su familia.

En conclusión, elegir un presidente es y se vende como un espectáculo entretenido sin importar si es el deber ser del periodismo o no; no hay cabida para las cuestiones éticas de la información cuando se quiere vender y hay a quien venderle. Finalmente no se trata de si es malo o bueno, correcto o incorrecto mezclar política y entretenimiento, la academia debería enfocarse en identificar y reflexionar sobre los discursos ocultos en la sociedad sin importar su procedencia, en la forma como el ciudadano de a pie se relaciona con la sociedad y sin dudas en los fenómenos de consumo masivo provenientes de las dinámicas del mercado, alejando los elitismos que evitan comprender las sociedades en conjunto y reconocerse en el otro, incluso

en lo negativo y lo políticamente incorrecto, pilar clave que llevó a Donald Trump a ser presidente de los Estados Unidos.

Referencias provenientes de la revista *Jet-Set*

Benedetti, A. (2017). S/t. *Jet-Set*, (352), 19.

Baptiste, B. (2017). El Twitter de Brigitte Baptiste. *Jet-Set*, (346), 10.

Betancur, F. (2017). Trump y Melania. *Jet-Set*, (352), 2.

Cabal, M. (2017). S/t. *Jet-Set*, (357), 17.

De Bedout, F. (2017). S/t. *Jet-Set*, (353), 19.

Corzo, S. (2017). El Twitter de Silvia Corzo. *Jet-Set*, (348), 10.

Duque, C. (2017). S/t. *Jet-Set*, (350), 19.

Éder, A. (2017). *El Twitter de Alejandro Éder*. *Jet-Set*, (353), 10.

Calderón, P. (2017). El Twitter de Pilar Calderón. *Jet-Set*, (347), 10.

Hernández, P. (2017). Plata es plata. *Jet-Set*, (351), 2.

Jet-Set. (2017). Melania Trump: Moda para un mandato turbulento. (345), 38-41

Jet-Set. (2017). El Muro de Mc... Trump. (345), 114.

Jet-Set. (2017). Melania Trump Primera dama ausente. (346), 50-51.

Jet-Set. (2017). Secretos de primeras damas. (346), 52-57.

Jet-Set. (2017) ¿Una Trump de segunda? (347), 34-37.

Jet-Set. (2017). Donald Trump Jr: en las redes sociales más venenoso que su padre. (349), 30-33.

Jet-Set. (2017). Mar-a-Lago La casa Blanca de la playa. (350), 34-37.

Jet-Set. (2017). La metamorfosis de Ivanka Trump. (350), 46-49.

Jet-Set. (2017). Máxima de Holanda e Ivanka Trump. (351), 12.

Jet-Set. (2017). Donald y Melania Trump: Este matrimonio va mal. (351), 18-21.

Jet-Set. (2017). Anti-Trump. (351), 21.

Jet-Set. (2017). Melania Trump. (353), 14.

Jet-Set. (2017). Melania Trump: ¡87.000 dólares en ropa de Dolce & Gabbana! (353), 20-23

Jet-Set. (2017). Ivanka Trump. (355), 12.

Jet-Set. (2017). Iliá Calderón: Amenazada por el Ku Klux Klan. (358), 20-23.

Jet-Set. (2017). Melania Trump. (362), 14.

Martí, A. (2017). Las predicciones de Armando Martí. *Jet-Set* (344), 62-66.

Mendoza, C. (2017). La tataranieta colombiana de Eisenhower arremete contra Trump. *Jet-Set*, (347), 84-85.

Montero, N. (2017). El Twitter de Nicolás Montero. *Jet-Set*, (350), 10.

Plazas, C. (2017). El Twitter de Cristina Plazas. *Jet-Set*, (345), 10.

Parra, A. (2017). S/t. *Jet-Set*, (356), 19.

Pérez, J. (2017). Brigitte de Francia. *Jet-Set*, (360), 2.

Slim, C. (2017). S/t. *Jet-Set*, (346), 21.

Trump, D. (2017). S/t. *Jet-Set*, (351), 17.

Trump, D. (2017). S/t. *Jet-Set*, (352), 19.

Trump, D. (2017). S/t. *Jet-Set*, (354), 19.

Zableh, A. (2017). El Twitter de Adolfo Zableh. *Jet-Set*, (358), 8.

Referencias adicionales

270toWin. (2016). *2016 Presidential Election*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.270towin.com/2016_Election/

270toWin. (2016). *2016 Presidential Election Interactive Map*. Recuperado el 14 de abril de

2021. https://www.270towin.com/2016_Election/interactive_map

Abrams, R. (2018). Ivanka Trump Is Shutting Down Her Fashion Brand. *The New York Times*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/2018/07/24/business/ivanka-trump-brand-clothing.html>

Agudelo, M. (2013). Algunas ideas del pensamiento sistémico que ayudan a comprender la familia. En Corporación para Investigaciones Biológicas (Ed.), *Familia: Aspectos clave* (pp. 41-54). Corporación para Investigaciones Biológicas.

Almendáriz, R. (2010). *La narrativa de los programas de farándula: el caso de Vamos con*

Todo. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://hdl.handle.net/10644/2293>

Alonso, N. (2017). Barron Trump estudiará en un colegio que cuesta 40.000 dólares al año.

El País. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://elpais.com/elpais/2017/05/15/gente/1494863764_748501.html

Álvarez, C. y Ruiz, J. (2008). *Periodismo de farándula en Colombia. Estudio de caso a la revista Tv y Novelas* [Tesis de pregrado no publicada]. Universidad de Antioquia.

Alvear, L. y Mellado, C. (2018). La presencia de rol cívico, de servicio y de infoentretenimiento en las noticias de cultura y espectáculos del periodismo chileno. *Palabra Clave*, 21(2), 338-363. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2018.21.2.4>.

Andréu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>

Andrews, W. Bennett, K. y Parlapiano, A. 2016 Delegate Count and Primary Results. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.nytimes.com/interactive/2016/us/elections/primary-calendar-and-results.html>

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423-450. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23es.html>

Arendt, H. (1993). *La condición Humana*. Ediciones Paidós. (Trabajo original publicado en 1958).

Arkin, J. y Severns, M. (2018). Don Jr. Storms the midterms. *Político*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.politico.com/story/2018/06/24/donald-trump-jr-midterms-republicans-667186>

Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, (15), 67-80. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.redalyc.org/pdf/3239/323927065004.pdf>

Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL. *América Latina Hoy*, (54), 113-137. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://revistas.usal.es/index.php/1130-2887/article/viewFile/6958/6930>

Asociación Colombiana de Investigación de Medios. (2016). *Estudio General de Medios, Ranking revistas independientes 2016-2*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://www.acimcolombia.com/wp-content/uploads/2016/09/B53-Revistas-Independientes.pdf> / <http://www.acimcolombia.com/quienes-somos/>

Atehortúa, E. (2011). *La intimidad: Nuevas narrativas del “yo” en los medios virtuales* [Tesis de pregrado no publicada]. Universidad de Antioquia.

Ávila, A. (2009). *Cuando el periodismo de espectáculos se pintó de rosa: Análisis de contenido a la sección de espectáculos de El Universal*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo]. Recuperado el 14 de abril de 2021. https://www.academia.edu/15916258/Cuando_el_periodismo_de_espect%C3%A1culos_se_pint%C3%B3_de_rosa_An%C3%A1lisis_de_contenido_de_la_secci%C3%B3n_de_espect%C3%A1culos_de_El_Universal

BBC. (2020). Melania Trump: The unusual, traditional First Lady. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.bbc.com/news/election-us-2016-37256893>

BBC. (2018). Caso Stormy Daniels: Donald Trump admite que reembolsó a su abogado el pago a la actriz porno. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-43988756>

BBC. (2018). "Be Best": en qué consiste la nueva campaña de la primera dama de EE.UU., Melania Trump, y por qué algunos la cuestionan. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-44035785>

BBC (a). (2017). Donald Trump: A list of potential conflicts of interest. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-38069298>

BBC (b). (2017). *Melania Trump and son Barron move into the White House*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-40243939>

Barrientos, E. (2010). *Periodismo de farándula en Chile: “Consolidación de un fenómeno”*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/135379>

Barron, J. (1990). Trumps Get Divorce; Next, Who Gets What? *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/1990/12/12/nyregion/trumps-get-divorce-next-who-gets-what.html>

Barsamian, E. (2017). How Melania Trump is defining first lady style. *Vogue*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.vogue.com/article/first-lady-melania-trump-best-looks-celebrity-style>

Benítez, M. (2015). La familia: Desde lo tradicional a lo discutible. *Novedades en población*, 13(26), 58-68. Recuperado el 14 de abril de 2021. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782017000200005

Bell, B. (1990). They met, they saw and they conquered: Donald and Ivana Trump seemed to have it all. *New York Daily News*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nydailynews.com/new-york/trumps-article-1.2715780>

Biography. (2017). *Eric Trump*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.biography.com/personality/eric-trump>

Bogado, D.; Peel, B.; y Zinni, N. (Directores). (2017). *Trump: An American Dream* [Serie de televisión]. 72Films

Brawn, P. y Pérez, E. FBI discovered Clinton-related emails weeks ago. *CNN*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://edition.cnn.com/2016/10/30/politics/clinton-emails-fbi-abedin/index.html>

Builes, M. (2013). La familia contemporánea: nuevas perspectivas y comprensiones. En Corporación para Investigaciones Biológicas (Ed.), *Familia: Aspectos clave* (pp. 3-14). Corporación para Investigaciones Biológicas.

Burleigh, N. (2017). Trump's First Ex-Wife: How Ivana Went from Soviet-Era Schoolgirl to Spending Holidays at Mar-a-Lago. *Newsweek*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.newsweek.com/donald-trump-ivana-donald-ivanka-trump-russia-communism-czech-republic-721669>

Cabal, M. (2017). *Soy trumpista al 100%*. Ola Política. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://olapolitica.co/analisis/soy-trumpista-al-100-maria-fernanda-cabal/>

Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, 2(1), 53-81. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171018074008>

Cambridge University Press. (s.f.). Quickie. En *Diccionario inglés*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/quickie>

Cassidy, J. (2016). A sexual predator in the Republican Party's midst. *The New Yorker*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.newyorker.com/news/john-cassidy/a-sexual-predator-in-the-republican-partys-midst>

Chicago Tribune. (2017). Ivanka Trump no tiene cargo, pero juega un papel clave. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8799923-ivanka-trump-no-tiene-un-cargo-pero-juega-un-papel-clave-story.html>

Cifuentes, V (a). (2019). Cinco razones que llevaron al cierre de la Editorial Televisa en Colombia tras 26 años. *La República*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.larepublica.co/empresas/cinco-razones-que-llevaron-al-cierre-de-la-editorial-televisa-en-colombia-tras-26-anos-2821344>

Cifuentes, V (b). (2019). María López Castaño es la nueva presidenta de Publicaciones Semana. *La República*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.larepublica.co/empresas/maria-lopez-castano-sera-la-nueva-presidenta-de-publicaciones-semana-2847649>

Clift, E. (2016). The Last Time Trump Wrecked a Party. *The Daily Beast*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.thedailybeast.com/the-last-time-trump-wrecked-a-party>

Collinson, S. (2016). Donald Trump: Presumptive GOP nominee; Sanders takes Indiana.

CNN. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://edition.cnn.com/2016/05/03/politics/indiana-primary-highlights/index.html>

CNN. (2017). Trump sobre la presidencia: «Pensé que sería más fácil». Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://cnnespanol.cnn.com/2017/04/28/trump-sobre-la-presidencia-pense-que-seria-mas-facil/>

Conconi, C. (1990). Personalities. *The Washington Post*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1990/02/22/personalities/6416c328-06cb-4efc-817e-03292e68d5a3/>

Cohan, W. (2016). Can Donald Jr. And Eric Trump really run the family business? *Vanity*

Fair. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.vanityfair.com/news/2016/12/can-donald-jr-and-eric-trump-run-the-family-business>

Coppins, M. (2019). The Heir. *The Atlantic*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2019/10/trump-dynasty/596674/>

Craig, S. y Lipton, E. (2017). Trump Sons Forge Ahead Without Father, Expanding and Navigating Conflicts. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.nytimes.com/2017/02/12/us/politics/eric-trump-donald-trump-jr.html>

Davisson, J. DiCaprio, L. y Watson, P. (Productores). (2020). *Whose Vote Counts, Explained*. [Serie de televisión]. Vox Media.

Diamond, J. (2017). Trump planning to host Chinese president at Mar-a-Lago. *CNN*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://edition.cnn.com/2017/03/13/politics/donald-trump-xi-jinping-summit-mar-a-lago/index.html>

Disis, J. (2017). Lo que sabemos y lo que no del conglomerado de Donald Trump. *CNN*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://cnnespanol.cnn.com/2017/02/09/lo-que-sabemos-y-lo-que-no-del-conglomerado-de-donald-trump/>

Dullea, G. (1993). Vows; It's a Wedding Blitz for Trump and Maples. *The New York Times*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/1993/12/21/nyregion/vows-it-s-a-wedding-blitz-for-trump-and-maples.html>

El Financiero. (2017). Trump no es 'Terminator', es 'Negotiator': Slim. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/trump-no-es-terminator-es-negotiator-slim>

El País. (2020). Barron, el hijo de Donald Trump famoso a su pesar. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://elpais.com/gente/2020-10-15/barron-el-hijo-de-donald-trump-famoso-a-su-pesar.html>

El Tiempo (a). (2019). Los Gilinski llegan a ‘Semana’ a impulsar cambios digitales.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/llegada-de-grupo-gilinski-a-publicaciones-semana-321162>

El Tiempo (b). (2019). Incertidumbre por el cierre de Televisa Colombia. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.eltiempo.com/cultura/cierran-la-editora-de-revistas-y-medios-televisa-colombia-319962>

El Tiempo. (2017). ‘Pensé que ser presidente sería más fácil’: Donald Trump. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.eltiempo.com/mundo/eeuu-y-canada/donald-trump-dice-que-penso-que-ser-presidente-seria-mas-facil-82604>

El Tiempo. (1998). La revista del Jet-Set. Artículo de prensa. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-736412>

El Universal. (2020). La revista Jet-Set dijo adiós a sus lectores. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.eluniversal.com.co/farandula/revista-jet-set-le-dijo-adios-a-sus-lectores-AL3951266>

Espectador.com. (2017). Donald Trump: "¿Si funcionan los muros? Pregúntenle a Israel".

Recuperado el 14 de abril de 2021.

<http://historico.espectador.com/internacionales/347383/donald-trump-si-funcionan-los-muros-preguntenle-a-israel>

Forbes. (2021). Donald Trump. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.forbes.com/profile/donald-trump/?sh=29fc07147bdb>

Fox, A. y Fuentes, J. El rol de la familia en política. *Acop Papers*, 8, 1-13. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://compolitica.com/publicaciones-acop/acop-papers/page/2/>

Fox News (a). (2016). Carson suspends presidential campaign. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.foxnews.com/politics/carson-suspends-presidential-campaign>

Fox News (b). (2016). Donald Trump responds to Melania's newly-surfaced racy photo shoot. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.foxnews.com/entertainment/donald-trump-responds-to-melantias-newly-surfaced-racy-photo-shoot>

Fox News (c). (2016). Melania, Barron Trump to remain in NYC until end of school year. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.foxnews.com/politics/melania-barron-trump-to-remain-in-nyc-until-end-of-school-year>

Friedman, M. (2017). 10 Things You Should Know About Ivanka Trump. *Cosmopolitan*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.cosmopolitan.com/politics/news/a61670/who-is-ivanka-trump/>

Geewax, M. (2018). Trump Has Revealed Assumptions About Handling Presidential Wealth, Businesses. *National Public Radio (NPR)*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.npr.org/2018/01/20/576871315/trump-has-revealed-assumptions-about-handling-presidential-wealth-businesses>

Gobierno Federal de los Estados Unidos. (s.f.). *Elecciones presidenciales en Estados Unidos*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.usa.gov/espanol/proceso-electoral>

González, X. (2017). Mensualidad en colegios más caros de Bogotá cuesta aproximadamente \$3 millones. *La República*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.larepublica.co/economia/mensualidad-en-colegios-mas-caros-de-bogota-puede-costar-hasta-mas-de-3-millones-2576080> noviembre 2020.

Graham, R. (2016). Tiffany Trump's Sad, Vague Tribute to Her Distant Father. *Slate*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://slate.com/human-interest/2016/07/tiffany-trump-s-sad-vague-rnc-speech.html>

Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Grupo Santillana de ediciones. Madrid, España.

Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://escienciadecultura.files.wordpress.com/2013/10/gubern-el-eros-electronico.pdf>

Haberman, M. Rogers, K. El delicado equilibrio de poder entre Melania e Ivanka Trump. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.nytimes.com/es/2018/11/14/espanol/melania-ivanka-trump.html> julio 2020.

Halleman, C. (2017). What You Should Know About Donald Trump's Second Wife, Marla Maples. *Town&Country*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.townandcountrymag.com/society/politics/news/a8753/about-marla-maples/#>

Harris, A. (1990). The hometown of the killer blondes. *The Washington Post*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1990/02/19/the-hometown-of-the-killer-blondes/296a0137-9d11-43a4-8cbf-696bd6d3ffa2/>

Hays, D. y Roura, P. (1990). Blond from Georgia rumored to be Trump home-wrecker. *Sun Sentinel*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.sun-sentinel.com/news/fl-xpm-1990-02-18-9001250143-story.html>

Hernández, N. (2020). Así vive Tiffany, la más desconocida de los hijos de Trump: Criada con su madre, tres carreras y enamorada de un millonario libanés. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.revistavanitayfair.es/poder/articulos/tiffany-hija-donald-trump-quien-es-madre-marla-maples-novio/47363>

Huffpost Pollster. (2016). 2016 General Election: Trump vs. Clinton. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://elections.huffingtonpost.com/pollster/2016-general-election-trump-vs-clinton> noviembre 2020.

Hylton, R. (1991). Trumps Settle; She Gets \$14 Million Plus. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/1991/03/21/nyregion/trumps-settle-she-gets-14-million-plus.html>

Infobae. (2017). Donald Trump afirmó que construirá el muro porque "México es el segundo país con más muertes del mundo, después de Siria". *Infobae*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.infobae.com/america/eeuu/2017/06/22/donald-trump-afirmo-que-construira-el-muro-porque-mexico-es-el-segundo-pais-mas-mortifero-del-mundo-despues-de-siria/>

Ioff, J. (2018). The real story of Donald Trump Jr. *GQ*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.gq.com/story/real-story-of-donald-trump-jr>

Iparraguirre, A. (2010). *El arte de vestir bien en política*. El Diario Vasco. Recuperado el 14 de abril de 2021. http://www.yurimorejon.com/articulos/vestimenta_politica.pdf

Jackson, D. (2017). Ivanka Trump gets new White House title. *Usa Today*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2017/03/29/donald-trump-ivanka-trump/99795232/>

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2 (1), 01-25. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Paidós Comunicación.

Laborde, A. (2021). Melania Trump, la primera dama que no fue. *El País*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://elpais.com/gente/2021-01-16/melania-la-primera-dama-que-no-fue.html>

Laborde, A. (2020). Melania Trump, más influyente y menos víctima de lo que se cree. *El País*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://elpais.com/gente/2020-06-15/melania-trump-mas-influyente-y-menos-victima-de-lo-que-se-cree.html>

La Liga Contra El Silencio. (2019). *Despidos de periodistas causan miedo y silencio en los medios colombianos*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://ligacontraelsilencio.com/2019/04/10/despidos-de-periodistas-causan-miedo-y-silencio-en-los-medios-colombianos/>

La Prensa. (2003). Donald Trump, el hombre detrás de las 'misses'. Recuperado el 14 de abril de 2021. https://www.prensa.com/imprensa/mas_de_la_prensa/Donald-Trump-hombre-detras-misses_0_935906532.html

La Silla Vacía. (2019). Con la movida de Gilinski arrancó nuevo modelo de semana. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://lasillavacia.com/con-la-movida-de-gilinski-arranco-el-nuevo-modelo-de-semana-69784>

La Silla Vacía. (2017). Los 410 dueños de los principales medios (incluyendo paraísos fiscales). Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://lasillavacia.com/hagame-el-cruce/los-410-duenos-de-los-principales-medios-incluyendo-los-de-paraisos-fiscales-63175>

Lanktree, G. (2017). Who is Donald Trump Jr.? President's Son in Russian Attorney Controversy Had Avoided Politics, Tended to Business. *Newsweek*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.newsweek.com/donald-trump-jr-trouble-meeting-russian-lawyer-emails-634998>

Lavin, C. (1990). With 'Dinasty' dead, just tune to the Trumps. *Chicago Tribune*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1990-02-18-9001140529-story.html>

León, J. (2020). Lánguido final para la Semana de Felipe López. *La Silla Vacía*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://lasillavacia.com/languido-final-semana-felipe-lopez-79123>

Mariño, L. (2020). Gilinski ejerce opción de compra a minoritarios de Semana y se queda con 100% del grupo. *La República*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.larepublica.co/empresas/gilinski-ejerce-opcion-de-compra-a-minoritarios-de-semana-y-se-queda-con-100-del-grupo-3087653>

Mariño, L. (2019). El Grupo Gilinski compró el 50% de la participación accionaria de Semana. *La República*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.larepublica.co/empresas/el-grupo-gilinski-compro-50-de-la-revista-semana-2822114>

McCauley, D. (2016). *This is the woman who made Donald Trump a household name*.

News.com. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.news.com.au/finance/work/leaders/this-is-the-woman-who-made-donald-trump-a-household-name/news-story/429266fca850e552ef18f66cfd4718f6>

Monge, J. (2003). Sociedad patriarcal y censura: El caso de la revista Chavespectáculos en Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(102), 125-135. Recuperado el 14 de abril de

2021. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310211>

Morales, S. (2015). La familia y su evolución. *Perfiles de las Ciencias Sociales*, 3(5), 127-155. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://revistas.ujat.mx/index.php/perfiles/article/view/1038>

Murphy, M. (2019). Eric and Wife Lara Trump Welcome Second Child, President Donald Trump's 10th Grandchild. *People*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://people.com/politics/eric-lara-trump-welcome-second-child/>

Nannini, T. (2016). *Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Rosario]. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/6618/TesinaNanniniModa.pdf?sequence=3>

Olson, L. (2017). Donald Trump Jr. Is His Own Kind of Trump. *The New York Times*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/2017/03/18/style/donald-trump-jr-business-politics-hunting-twitter-vanessa-haydon.html>

Orozco, C. (2019). “Fue una negociación rápida y muy corta”: María López, sobre venta de revista ‘Semana’”. *El Espectador*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.elespectador.com/fue-una-negociacion-rapida-y-muy-corta-articulo-837521>

Orth, M. (1990). The heart of the deal. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://archive.vanityfair.com/article/share/e595e9f3-3e20-4a56-b14e-6d38641d6e7b>

Ortiz, R. (2017). *Donald Trump*. Barcelona Centre for International Affairs. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_norte/estados_unidos/donald_trump

Palomo, E. (2016). Primarias en EE.UU.: la humillante derrota de Marco Rubio en Florida que le hizo abandonar la carrera por la Casa Blanca. *BBC*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/03/160315_eeuu_marco_rubio_humillado_en_florida_ap

Parker, A. y Rappeport, A. (2016). Donald Trump Has Delegate Majority for Republican Nomination, The A.P. Says. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.nytimes.com/2016/05/27/us/politics/donald-trump-republican-nomination.html>

Peretz, E. (2017). Inside the Trump marriage: Melania's burden. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.vanityfair.com/news/2017/04/donald-melania-trump-marriage>

Pérez, C. (2002). La actualidad informativa del 'corazón' desde la especialización periodística: El periodismo rosa de Contraportada (Canal Sur Televisión). *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, 8(0), 0. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800816>

Pérez, C. (2007). El periodismo rosa como telenovela de no-ficción en el marco de la libertad de expresión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 10(62), 0. Recuperado el 14 de abril de 2021. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81906212>

Piñero, R. (2020). Invitados demócratas, la mansión de siempre y un vestido de 26 kilos (de peso): La boda de Donald y Melania Trump. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/boda-donald-trump-melania/47390>

Piñon, M. (2019). Barron, el hijo adolescente y futbolero de Donald Trump, ya sabe lo que es un Atlético – Real Madrid. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.revistavanityfair.es/realeza/articulos/barron-el-hijo-adolescente-de-donald-trump-ya-sabe-lo-que-es-un-atletico-real-madrid/39628>

Publicaciones Semana Revistas Digitales. (2019). *Revista Jet-Set*. Recuperado el 14 de abril de 2021 [http://revistasdigitalessemana.com/catalog_issues_list/editoriales-](http://revistasdigitalessemana.com/catalog_issues_list/editoriales-Publicaciones%20Semana%20S.A._12/17/1.html)

[Publicaciones%20Semana%20S.A._12/17/1.html](http://revistasdigitalessemana.com/catalog_issues_list/editoriales-Publicaciones%20Semana%20S.A._12/17/1.html).

Radar Online. (2017). *Ivana Trump's former husband Riccardo Mazzucchelli dies*.

Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://radaronline.com/videos/ivana-trump-former-husband-riccardo-mazzucchelli-dies/>

Real Academia Española. (s.f.). Jet set. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://dle.rae.es/jet%20set>

Real Academia Española. (s.f.). Gringo. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://dle.rae.es/gringo>

Redondo, Marta (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema de medios español*. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.35376/10324/891>

Rex, S y Ross, B. (2016). Exclusive: Court docs from Ivana Trump's prenuptial challenge reveal Donald's 'cruel and inhuman' treatment, but little else as lots of pages were suspiciously concealed. *New York Daily News*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nydailynews.com/news/politics/court-docs-reveal-donald-trump-cruel-treatment-ivana-article-1.2796179>

Rincón O. (2006). *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa. Barcelona, España.

Rivera, K. (2017). *La banalización del periodismo cultural: Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Piura]. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://hdl.handle.net/11042/3251>

Rivera, Z. (2014). Eric Trump marries Lara Yunaska in luxurious Palm Beach wedding 2 weeks after she broke both her wrists. *New York Daily News*. Recuperado el 14 de abril de

2021. <https://www.nydailynews.com/entertainment/gossip/eric-trump-marries-lara-yunaska-palm-beach-wedding-article-1.2004472>

Rodrigo, C. (2017). Barron, el hijo de Donald Trump, en el centro de la mofa. *El Español*.

Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.elespanol.com/corazon/celebrities/20170125/188731776_0.html

Royo, I. y Ureña, D. (2016). *Análisis de la campaña presidencial de Donald Trump: claves y consecuencias*. The Hispanic Council. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.hispaniccouncil.org/wp-content/uploads/THC_Trump.pdf

Ruiz, J. (2006). Familia. En Marín, A. *Estructura social: La realidad de las sociedades avanzadas* (pp. 127-144). Pearson Educación.

Runyeon, F. (2017). The president's son: How Eric became a Trump. *City & State New York*.

Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.cityandstateny.com/articles/personality/interviews-and-profiles/eric-trump-interview-hill-school.html>

Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo - medios*. La Crujía.

Sandoval, C. (2017). Ivanka Trump: ¡Imparable! *El Tiempo*. Recuperado el 14 de abril de

2021. <https://www.eltiempo.com/carrusel/perfil-de-ivanka-trump-hija-del-presidente-estadounidense-donald-trump-74420>

Seligson, H. (2016). Is Ivanka for Real? *Huffpost*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://highline.huffingtonpost.com/articles/en/is-ivanka-for-real/>

Semana (a). (2017). *Trump se portó bien*. Semana. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.semana.com/nacion/articulo/reunion-donald-trump-y-juan-manuel-santos-con-buenos-resultados/525788>

Semana (b). (2017). *Así fue la 'cumbre' Trump, Uribe y Pastrana*. Semana. Recuperado el 14 de abril de 2021. [https://www.semana.com/nacion/articulo/reunion-entre-donald-trump-](https://www.semana.com/nacion/articulo/reunion-entre-donald-trump-alvaro-uribe-y-andres-pastrana/522860)

[alvaro-uribe-y-andres-pastrana/522860](https://www.semana.com/nacion/articulo/reunion-entre-donald-trump-alvaro-uribe-y-andres-pastrana/522860)

Semana. (2006). *Revolcón editorial*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.semana.com/economia/articulo/revolcon-editorial/76165-3>

Shelton, J. (2020). El Colegio Electoral de Estados Unidos: ¿promesa de representación popular o sistema arcaico? *DW*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.dw.com/es/el-colegio-electoral-de-estados-unidos-promesa-de-representaci%C3%B3n-popular-o-sistema-arcaico/a-55501387>

Sherman, G. (2019). “Marla was under duress” revealed in his Marla Maples prenup, Donald Trump’s draconian art of the marriage deal. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

<https://www.vanityfair.com/news/2019/06/marla-maple-prenup-donald-trump-marriage>

Sieczkowski, C. (2017). Melania Trump will be the first catholic to live at the White House since JFK. *Huffpost*. Recuperado el 14 de abril de 2021.

https://www.huffpost.com/entry/melania-trump-catholic-white-house_n_59270d0ce4b0265790f5f76f

Soria, C. (1989). La información de lo público, lo privado y lo íntimo. *Cuenta y Razón*, (44), 25-30.

- Soto, L. (a). (2005). Televisión rosa: amarillismo y telebasura. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (90), 52-57. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i90.241>
- Soto, L. (b). (2005). La prensa rosa. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (92), 52-57. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i92.1574>
- Soto, L. (c) (2005). Prensa rosa: El juego sucio de periodistas y famosos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 193-207. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110193A>
- Stanley, A. (2016). The Other Trump. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/2016/10/02/fashion/tiffany-the-other-trump.html>
- Stanley, A. (1992). Maples in Spotlight on Opening Night. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/1992/08/04/nyregion/maples-in-spotlight-on-opening-night.html>
- Stoyhoff, N. (2008). Ivana Trump's Fantasy Wedding. *People*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://people.com/archive/ivana-trumps-fantasy-wedding-vol-69-no-16/>
- Town&Country. (2020). Here's What You Need to Know About Ivana Trump, Donald's First Wife. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.townandcountrymag.com/society/politics/news/g2605/donald-trump-first-wife-ivana-trump/>
- Tarver, B. (Director). (2019). *The Trump Dynasty* [Serie de televisión]. Left/Right productions
- The National Archives and Records Administration. (s.f.). *Distribution of Electoral Votes*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.archives.gov/electoral-college/allocation>

The New York Times. (2005). Vanessa Haydon, Donald Trump Jr. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/2005/11/13/fashion/weddings/vanessa-haydon-donald-trump-jr.html>

The Orlando Sentinel. (1987). Donald Trump's 'Deal': why they did it his way. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.orlandosentinel.com/news/os-xpm-1987-12-30-0170150271-story.html>

Thompson, J. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y privada. *Comunicación y Sociedad*, 8(15), 11-42. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1138>

Urban Dictionary. (2009). Jet set. En *Urban Dictionary*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=jet%20set>

Ureña, D. (2016). *Guía práctica de las elecciones de Estados Unidos 2016*. The Hispanic Council. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://drive.google.com/file/d/0B5NZvunC9oV2V0pPYjF5a2tzT2c/view>

Vázquez, A. (2018). Por qué nos importa cómo visten los políticos. Todos. *Vanity Fair*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.revistavanityfair.es/lujo/articulos/importa-como-viste-politicos-pedro-sanchez-macron-trump-merkel/31594>

Vicente, M. y López, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 14 (26), 13-34. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/2750/2364>

Vincent, I. (2016). Melania and Barron Trump won't be moving to the White House. *The New York Post*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://nypost.com/2016/11/20/melania-and-barron-trump-wont-be-moving-to-the-white-house/>

Vitali, A. (2017). Ivanka Trump Named 'Assistant to the President' in New Role. *NBC*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/ivanka-trump-named-assistant-president-new-role-n740241> julio 2020.

Walters, J. (2019). Stormy Daniels talks about Trump and 'the worst 90 seconds of my life' on standup tour. *The Guardian*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.theguardian.com/us-news/2019/may/08/stormy-daniels-talks-about-trump-and-the-worst-90-seconds-of-my-life-on-stand-up-tour>

Weber, B. (1997). Donald and Marla are headed for divestiture. *The New York Times*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.nytimes.com/1997/05/03/nyregion/donald-and-marla-are-headed-for-divestiture.html>

Williams, G. (2017). Trump now has a "real news" program on his Facebook, hosted by his daughter-in-law. *Vox*. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/8/2/16082750/trump-daughter-in-law-lara-facebook-program-real-news>

Winger, R. (2011). *Donald Trump Ran For President in 2000 in Several Reform Party Presidential Primaries*. Ballot Access News. Recuperado el 14 de abril de 2021. <https://ballot-access.org/2011/12/25/donald-trump-ran-for-president-in-2000-in-several-reform-party-presidential-primaries/>

Zifan, A. (2016). *Delegation Vote, 2016 (Republican Party)*. Recuperado el 14 de abril de 2021. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/11/Delegation_Vote_%2C2016_%28Republican_Party%29.svg