



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2022

ISSN 1887-4606

Vol. 16(3) 745-768

[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

**La construcción del personaje mediático:  
Donald Trump en el discurso periodístico<sup>1</sup>**

*The construction of the media character: Donald  
Trump and journalistic discourse*

*Fco. Javier Vellón Lahoz*

Universitat Jaume I

Departament de Filologia i Cultures Europees

## Resumen

*El artículo estudia las estrategias discursivas para la creación del personaje mediático en el relato informativo periodístico. Para ello se centra en los mecanismos lingüísticos y textuales a partir de un corpus formado por 45 crónicas de El País y de ABC, comprendidas entre agosto y octubre de 2020, en plena campaña electoral por la presidencia de Estados Unidos, y protagonizadas por Donald Trump. El análisis demuestra que existen recursos de índole narrativa que contribuyen a la caracterización del personaje: enunciados que determinan el modelo de agentividad del sujeto; la selección léxica; las voces del discurso a través del estilo directo; construcciones de contraste, contraargumentativas e incisos valorativos. Por otra parte, la comparación entre los artículos de los medios citados revela que, más allá de las coincidencias, el factor ideológico y el relacionado con el estilo comunicativo son relevantes en relación al tipo de personaje configurado.*

**Palabras clave:** *personaje mediático, análisis crítico del discurso, lenguaje periodístico, crónica, narración periodística.*

## Abstract

*This article studies the discursive strategies for the creation of the media character in journalistic news stories. To do so, it focuses on the linguistic and textual mechanisms based on a corpus of 45 articles from El País and ABC, from August to October 2020, in the midst of the US presidential election campaign, and featuring Donald Trump. The analysis shows that there are narrative resources that contribute to the description of the character: statements that determine the subject's model of agentivity; lexical selection; the voices of the discourse through direct style; contrasting and counterargumentative constructions and evaluative incises. On the other hand, the comparison between the articles in the aforementioned media reveals that, beyond the coincidences, the ideological factor and the factor related to the communicative style are relevant in relation to the type of character configured.*

**Keywords:** *media character, critical discourse analysis, journalistic language, report, journalistic storytelling*

## Introducción

El discurso periodístico se sitúa en “una posición central en la mediación simbólica de las experiencias sociales y en la construcción social de la realidad” (Casero, 2009). En este sentido, la *agenda-setting* (“la capacidad de los *mass media* de saber estructurar los conocimientos de la audiencia” (McComb, 1996: 16)) constituye la acción discursiva más relevante en cuanto que determina la selección de la información y de los medios para orientar los ejes del interés informativo.

Tanto la selección como las producciones simbólicas resultantes de lo que Bourdieu denomina el “campo periodístico” —en el contexto de su teoría sobre los campos simbólicos sobre los que se cimenta la experiencia social— proceden de un conjunto de presupuestos y de creencias compartidas “inscritos en un sistema determinado de categorías de pensamiento, en una determinada relación con el lenguaje” (Bourdieu, 1997: 68). La función del lenguaje, en su articulación discursiva a través del uso periodístico, posee una “vocación performativa” (Sáez, 1999: 121), esto es, una capacidad para reorganizar la imagen del modelo social a través de esquemas simbólicos de representación capaces de ubicar la nueva realidad en un marco cognitivo-discursivo.

A partir de esta consideración, los estudios basados en el análisis del discurso periodístico proponen una aproximación a la producción comunicativa basada en dos principios que constituyen la referencia nuclear de este trabajo.

En primer lugar el “giro lingüístico”, expuesto por Chillón (2001) como proyección del paradigma filosófico contemporáneo al discurso de la prensa, y su correspondencia en la primacía del texto, pues como señala González Requena (2010: 17), con la “desaparición de la verdad, con la crisis del racionalismo en beneficio del pensamiento débil, y su sustitución por lo verosímil, por lo funcional, la realidad se construye con los textos, que permiten pensarla”.

En segundo término, como construcción de la realidad, según indica Puerta (2011: 51) “es una producción discursiva, con todas las características que puede tener una representación de una obra literaria”. La narratividad cobra relevancia, así, como marco discursivo de la textualidad periodística, pues, en palabras de Casals (2001: 204), “un reportaje y una crónica son básicamente relatos. Relatos periodísticos, sí, pero relatos”.

La narratología mediática, encuadrada en lo que Genette (1969) denominó “*récit factuel*”, se sustenta en el principio de que el estilo del relato “refuerza el efecto de realidad” (Serrano, 2005: 130). De este modo, los medios de comunicación crean y comunican historias caracterizadas por su valor

simbólico, para lo cual incorporan estrategias de índole lingüística y discursiva. Así lo indica Sola-Morales (2016: 261): “las narrativas mediáticas [...] permiten configurar tipificaciones acerca de la identidad mediante las cuales individuos y grupos definen el entorno circundante y la realidad de forma dialéctica”.

La dimensión textual y la narrativa configuran los dos ejes sobre los que se plantean los objetivos de este trabajo: la elaboración del personaje mediático a través de los recursos de la comunicación periodística, en este caso aplicados a la figura del expresidente estadounidense Donald Trump (presidente y candidato a la reelección en el período analizado en el corpus, vid. infra § Corpus y Metodología).

La finalidad de la propuesta es mostrar los mecanismos arbitrados por el discurso informativo para representar a una figura que, a través de estas estrategias, entra a formar parte de la sistematización comunicativa de los medios, hasta convertirse en una categoría narrativa, marcada por esquemas ideológicos que condicionan su lógica de actuación y, con ello, su interpretación en el proceso de recepción.

Conviene adelantar, no obstante, un aspecto que se desarrollará en el apartado dedicado a la metodología (vid. infra §Corpus y Metodología): el estudio se centrará en la vertiente lingüística y textual, en el ámbito del modelo aportado por el análisis del discurso; no se tendrá en cuenta la dimensión multimodal del discurso periodístico (el componente icónico: imágenes, gráficos, etc.), aunque se harán alusiones puntuales a los aspectos en los que converge el sistema visual con el verbal (titulares, por ejemplo).

En el apartado siguiente se abordará lo relacionado con la naturaleza del personaje mediático como exponente semántico del análisis que se ofrecerá a lo largo del artículo. A continuación, se describirá el corpus periodístico sobre el que se ha realizado el análisis y la metodología aplicada. Los capítulos siguientes estarán dedicados a los resultados obtenidos en cada uno de los ámbitos estudiados. Finalmente, se ofrecerá una conclusión dirigida a establecer cuáles son algunas de las principales estrategias en el proceso de construcción del personaje periodístico.

## **El personaje mediático**

La construcción del personaje mediático –algunos autores prefieren la denominación de “personaje periodístico” para referirse a la categoría narrativa circunscrita a la prensa (vid. Benavente, 2002: 48)- y los mecanismos que

contribuyen a su consolidación como eje de los géneros informativos ha merecido poca atención por parte de la tradición investigadora.

Esta carencia es más llamativa en el ámbito de análisis que va más allá de los modelos interpretativos próximos al terreno de la teoría de la novela, para adentrarse en el enfoque discursivo de la comunicación periodística y en su componente textual.

Para afrontar un estudio que integre esta vertiente, resulta necesario establecer los parámetros que definen la singularidad de este componente del discurso periodístico sobre el que se articula, en muchos casos, el resto de categorías que definen el sentido del relato informativo.

Uno de los trabajos más interesantes, en la línea apuntada, es el de Mesquita (1999), puesto que, aunque no profundiza en aspectos de la microestructura textual, aporta una caracterización general en torno al personaje mediático que ofrece una orientación en torno a los mecanismos que se analizarán en este trabajo.

La primera cualidad que lo singulariza es el procedimiento por el que “la complexité cède la place à une efficacité narrative” (Mesquita, 1999: 174).

La esquematización de los personajes responde a un modelo de comunicación de índole emocional, pues, como señalan Gutiérrez y Vargas (2017: 119): “Un medio como la prensa escrita participa activamente en la gestión de las emociones del público al que se dirige”. En este sentido, los protagonistas son presentados a partir de los rasgos que contribuyen a configurar un marco de significaciones que justifican el sesgo de las acciones sobre las que se informa. El resultado es que, en casos concretos como el que nos ocupa, la personalidad del protagonista, construida a través de los mecanismos discursivos de la prensa escrita, se convierte en el centro de la información a partir de principios basados en un componente irracional que persigue la adhesión o el rechazo por parte del lector.

La segunda característica es la conversión del personaje en una entidad funcional, ajustado al modelo de actuación narratológico, que se muestra como un signo sometido a la lectura ideológica. Como indica Campbell (2019), “the personality of political candidates has grown increasingly into a Brand image and that social media has been a necessary avenue to tap into in order to resonate with the changing ways in which people consume news and information”. Así, la persona pública, merced a su transformación a través de los medios y las redes sociales, pasa a ser una marca informativa con un contenido fruto de la actividad discursiva de las diferentes instancias

---

comunicativas (desde los planteamientos empresariales, a las rutinas de redacción, pasando por la línea editorial) en su construcción.

En consecuencia, la siguiente dimensión del personaje mediático es que constituye una elaboración textual y, en consonancia, una “reconstruction du lecteur” (Mesquita 1999: 182). Por ello, existe un efecto de retroalimentación entre la práctica periodística y la fijación de la imagen de los políticos, pues, como indica Street (2019: 9), “journalists’ metaphors and analogies are a significant part of the celebrity politician phenomenon”. En definitiva, la imagen de la figura periodística es el resultado de la interacción entre la propuesta del marco semántico desarrollado en torno a ella, y la recepción del modelo de lector afín a los planteamientos defendidos en el medio.

Los aspectos identificativos señalados sitúan la investigación en el ámbito del discurso narrativo, como expresión de las nuevas vertientes de la comunicación periodística, en las que la terminología tradicional –estilo periodístico, géneros-, como señala Chillón (2001: 42), debería ser sustituida “por una panoplia de denominaciones, aptas para aludir con precisión a las diversas maneras expresivas de la comunicación periodística realmente existente”.

Como se observará en los textos que integran el corpus analizado (vid. infra), el modelo de discurso en el que se enmarca esta acción comunicativa sobre el personaje corresponde a una práctica textual basada en la extensión de los géneros informativos tradicionales, con formatos híbridos en los que la valoración, el comentario, las alusiones e implicaturas, se amalgaman en el texto con la narración de acontecimientos, y dan lugar a esquemas renovados en los que la variedad estilística resulta determinante.

Este tipo de texto, que va más allá de los formatos clásicos de la crónica, de la noticia y del reportaje, en el que la interpretación, la información y el comentario persiguen un equilibrio entre la creatividad, el interés periodístico y la credibilidad, proyecta sus mecanismos discursivos hacia la consecución de una realidad mediática cuyo fundamento es la verosimilitud, como categoría narrativa frente al criterio de verdad de la prensa. Como indica Jaramillo Agudelo (2012: 12):

Frente al criterio de verdad, los de motivación y de verosimilitud establecen una interacción entre autor y lector que se ajusta a los principios de un género periodístico, como la crónica y formas híbridas afines, en el que, como recuerda Carlos Monsiváis, “el empeño formal domina sobre las urgencias informativas”.

Así, en palabras de Genette (1969: 96), en los textos vinculados con la realidad, como es el caso del discurso periodístico, la verosimilitud de la narración estará en función de cómo las categorías de lo real se convierten en mecanismos narrativos y pasan a formar parte del discurso.

Por ello, la verosimilitud, como objetivo discursivo que sustenta la construcción del personaje mediático, y sobre el que se fundamentan los recursos textuales analizados en este trabajo, se arraiga en dos aspectos clave de la comunicación periodística que tienen como base la relación entre emisor y el destinatario.

En primer lugar, como señala Cavillac (1995: 24), la coherencia temática del texto, y su expresión formal a través de los mecanismos de cohesión, constituida en torno a un conjunto de creencias sobre un personaje y su actuación en el que participan el narrador y el lector. Esta categoría, en la que se ven implicados aspectos como el conocimiento compartido y su expresión en la organización estructural del texto, garantiza la continuidad entre el modelo representado y su recepción.

En segundo término, la dimensión vinculada con la “la crédibilité du narrateur et de la situation énonciative” (Fortier y Mercier, 2014: §5), que se relaciona con el grado de legitimidad y de prestigio no solo del discurso periodístico, sino del medio en concreto, y cómo estos dos principios actúan sobre el proceso interpretativo por parte del lector.

### **Corpus y metodología**

El corpus sobre el que se realiza la presente investigación está integrado por 45 textos periodísticos (crónicas/reportajes, vid. supra §El personaje mediático) de la edición impresa *El País* y otros tantos de la de *ABC*, comprendidos entre el 16 de agosto y el 9 de octubre de 2020. Se trata de géneros con un notable componente estilístico, que los aleja de otras formas de información periodística, como la noticia, en las que la formulación proporcionada por la agencia de prensa puede condicionar el proceso de escritura.

De este modo, el contenido informativo recoge no solo momentos clave de la campaña electoral a la presidencia de los EE. UU. (incluidos los debates entre los dos candidatos), sino también el relato de noticias muy relevantes para el escenario político de ese periodo y para la caracterización como personaje mediático de Donald Trump, pues afectan a cuestiones estratégicas de su labor presidencial: las convenciones de los dos grandes partidos norteamericanos, la renovación del Tribunal Supremo, la gestión de la pandemia y el contagio del

propio Trump, los disturbios raciales en Wisconsin, los incendios devastadores en California y la controversia sobre el tema medioambiental.

El estudio se centra, como referencia directa, en las publicaciones de *El País*. La razón es que, en este diario, los textos pertenecen a 9 redactores diferentes, con la distribución que muestra la siguiente tabla:

REDACTOR/A	Número de textos
Amanda Mars	13
Antonia Laborde	4
Yolanda Monge	7
Pablo Guimón	10
Sonia Corona	6
Jorge Galindo	2
Álvaro Sánchez	1
Jaime Santirso	1
Pablo Ximénez de Sandoval	1

**Tabla 1.** Autores de las crónicas publicadas en *El País*

La presencia de numerosos corresponsales (algunos de los cuales escriben desde lugares alejados de EE. UU., como Pekín o Bruselas) permite el análisis adecuado a los objetivos de este trabajo y a los planteamientos teóricos expuestos: los resultados no responden a criterios estilísticos e informativos de un autor, sino a un modelo comunicativo impulsado desde la institución periodística a partir de orientaciones ideológicas, empresariales y de orden informativo.

Por otra parte, las crónicas de *ABC*, realizadas por solo dos corresponsales (David Alandete -30- y Javier Ansorena -15-), cumplen una doble función interpretativa:

a. comprobar si existe coincidencia entre los dos medios en las estrategias discursivas analizadas, lo que indicaría la existencia de una categoría general en el uso de mecanismos textuales cuyo objetivo es la configuración del personaje;



b. determinar hasta qué punto las líneas editoriales de ambos medios (una más progresista, la de *El País*, y otra más conservadora, la de *ABC*) repercuten en la selección de los mencionados recursos.

En cuanto a la metodología aplicada en el trabajo, se seguirá tanto el modelo cuantitativo, con el fin de evaluar la incidencia de los mecanismos estudiados en su recurrencia y en la vertiente comparativa entre los dos medios implicados en la investigación, como el cualitativo, en la interpretación de los recursos discursivos y cómo influyen en la configuración del personaje periodístico.

El análisis cualitativo sigue la orientación del análisis crítico del discurso ya que aporta la perspectiva idónea para superar las limitaciones interpretativas de la hermenéutica tradicional, porque “se basa en una perspectiva de la semiosis entendida como parte irreductible de los procesos sociales materiales” (Fairclough, 2003: 180), lo que permite abordar el análisis de los textos y de sus mecanismos constructivos como un componentes de una actividad social de índole informativa e ideológica.

Junto a ello, también cobra relevancia la teoría del *frame* (encuadre), como modelo de acción social, pues aporta los mecanismos para interpretar los procesos cognitivos sobre los que se construyen los marcos que contribuyen a transmitir una imagen de la realidad y, como indica Charaudeau (2003), en el análisis del discurso periodístico cobran más relevancia las estrategias de comunicación que el contenido del mensaje. Los marcos, en la teoría de O'Donnell (2007), se organizan a partir de una estructura interpretativa sobre la cual gravita el proceso de recepción, que se constituye a través de una narración desarrollada “a largo plazo”, de la que forman parte la sucesión de textos que articulan los ejes semánticos y pragmáticos en la acción del *framing*. En el caso que nos ocupa, el conjunto de textos, con los procedimientos expresivos y semánticos en torno a la figura del presidente de EE.UU., vertebrará un marco del que se nutre el componente configurador del personaje.

A partir de estas premisas, se han elaborado los bloques de análisis relacionados con los centros de interés del estudio en torno a las estrategias discursivas caracterizadoras de Donald Trump como figura del relato periodístico.

1. El primer bloque corresponde a la agentividad del sujeto y a la actividad verbal desplegada, tanto en actos de habla que inciden en un argumento interno del enunciado, como en los que no precisan de complemento semántico oracional.

2. Selección léxica con una finalidad caracterizadora de la imagen del personaje y también como exponente de un mecanismo de cohesión textual.
3. Presencia e influencia del estilo directo vinculado con Donald Trump y con las opiniones vertidas sobre él.
4. Mecanismos constructivos, en el ámbito del sintagma y en el de segmentos más amplios en cuanto a la estructura gramatical y textual.

## Análisis y resultados

### 1. El Componente léxico

#### 1.1. Agentividad del sujeto y acción verbal

La primera categoría de análisis se refiere a la actividad del sujeto agente (Donald Trump) a partir del argumento expuesto por el verbo, cuya naturaleza semántica está determinada por un acto de habla, directivo, acción (también en su vertiente más performativa), proceso o expresión intelectual.

En esta línea, se estudian los enunciados en los que el contenido del verbo se expande hacia argumentos internos (con el papel temático de experimentador o el de meta, es decir las categorías que representan al destinatario de la acción del sujeto-agente a través del verbo), como en los ejemplos (1). Se trata de construcciones argumentativas en las que la acción del agente resulta amenazante o lesiva respecto a la imagen (*face*) de alguien en el marco de los postulados de la descortesía (Brown y Levinson, 1987: 55).

Con el fin de completar el capítulo dedicado a la formulación de las acciones del sujeto, también se toman en consideración los enunciados que, bien a través del verbo, bien de papeles temáticos en el entorno de su proceso argumental, presentan una actividad marcada por valores como la confrontación, agresividad, reiteración –insistencia- de dinámicas negativas-, negación, etc., como en (2).

(1)

(a) el presidente de EE.UU. centró su discurso en *atacar al Gobierno de Xi Jinping* (*El País*, 23/9/20)

(b) El presidente de Estados Unidos [...] *está estudiando más medidas de presión a empresas chinas* (*El País*, 17/8/2020)

(c) el presidente Trump *atacó a los medios en Twiter* desde el *Air Force One* (*El País*, 25/8/2020)

(2)

(a) El presidente *insistió* en hablar del “virus de China”. (*El País*, 26/8/20)(b) Donald Trump *ha amenazado* con vetar el uso de la plataforma dentro del país (*El País*, 28/8/20)(c) Donald Trump *ha optado por echar gasolina al fuego* (*El País*, 25/9/20)

Este tipo de construcciones presentan una escena informativa, en terminología cognitivista, en la que la aportación remática a través del verbo y sus argumentos internos determina la caracterización de la figura primaria por medio de una imagen en la que concurren valores asociados a la epicidad, el enfrentamiento, el sentido bélico de su actuación, etc.

En el caso de los textos de *El País*, este esquema sintáctico-semántico aparece en 24 crónicas (53% de los artículos analizados), en las que se han identificado 94 enunciados de este tipo.

La importancia de este mecanismo para la tipificación del personaje lo corroboran los siguientes datos:

1. En el corpus de *ABC*, está presente en 21 artículos (46'6%), lo que ratifica su categorización como recurso estilístico en el discurso informativo, si bien, su incidencia es menor, lo que se aprecia, sobre todo, en la cantidad de enunciados (45), dato que resulta relevante para los planteamientos iniciales de esta investigación en torno a la significación del criterio ideológico.
2. Ausencia total de este modelo constructivo en torno a la figura del candidato demócrata, Joe Biden.
3. Fórmula utilizada en los titulares, “máximo nivel de la macroestructura informativa“(Sánchez García, 2010: 82) y centro de percepción del proceso receptivo en su dimensión multimodal. En el corpus de *El País* aparece en 11 ocasiones (como en 3 a y b), es decir, en el 50% de las crónicas en que se utiliza este escenario semántico-formal, mientras en *ABC* en solo una (como en 3c) de las siete en las que se utiliza esta estructura:

(3)

(a) Trump *agita el conflicto racial* con un polémico viaje a Wisconsin (*El País*, 2/9/2020)(b) Trump *cuestiona la legitimidad de las elecciones* en un clima de alta tensión (*El País*, 25/9/2020)(c) Trump *denuncia un complot* para demorar la vacuna del Covid-19 (*ABC*, 23/8/2020)

## 1.2. La selección léxica y el entorno semántico

La selección léxica y de las expansiones asociadas a ella son uno de los principales recursos para expresar, transmitir y actuar sobre los modelos interpretativos y sobre las opiniones, como mecanismo que sostiene los marcos referenciales que orientan la modalización discursiva. Se trata del componente más subjetivo y emocional de las fórmulas evaluativas en torno a las acciones y los protagonistas, y reflejan la capacidad de intervención de los procesos argumentativos mediáticos como agentes participantes en la construcción periodística del personaje.

En este caso, se contempla la dimensión descriptiva del discurso en torno a Donald Trump a partir del uso de fórmulas basadas en el componente léxico, que comprenden tanto las categorías morfológicas con mayor potencial modalizador (adjetivos, adverbios, nombres y verbos valorativos), como construcciones que vertebran un marco semántico en torno al personaje y su configuración, cuya función, en palabras de Ceballos (2008: 272) es “señalar cómo deben interpretarse los temas informativos a través de un orden metafórico que genera la construcción de los campos semánticos para la interpretación”, tal como muestran los ejemplos (4).

(4)

(a) el presidente *más polarizador y extravagante* de la historia reciente (*El País*, 16/8/2020)

(b) [...] eran metas por las que salía a cuenta tolerar los *exabruptos tuiteros y el ridículo internacional* (*El País*, 24/8/2020)

(c) Durante meses se ha referido a la covid-19 como el “virus chino” [...] una expresión criticada por *estigmatizante y racista* (*El País*, 5/10/2020)

Los datos ofrecidos sobre este mecanismo por el corpus de crónicas de *El País*, aunque sensiblemente inferior al de la categoría anterior (20 artículos, 46'6%), apuntan en la misma dirección interpretativa en cuanto a su incidencia como estrategia caracterizadora del personaje, del mismo modo que las ocurrencias centradas en este recurso de índole léxica (53).

Sin embargo, la comparativa con los textos de *ABC* revela que en el diario de Vocento esta fórmula, con una notable carga valorativa y con rasgos de subjetividad más evidentes, presenta unos índices mucho más limitados (12 textos: 26'6%; 14 ocurrencias), lo que responde tanto a motivaciones

ideológicas como de modelo comunicativo, como corroboran el resto de categorías analizadas.

Otro dominio discursivo de gran importancia para consolidar la imagen del sujeto mediático es el de la cohesión léxica, es decir los procedimientos anafóricos asociados a la repetición y a la sustitución sinonímica por medio de los cuales se vertebra la cadena léxica de núcleos conceptuales temáticamente relevantes para la designación del agente principal de la crónica.

Para entender la incidencia de este factor en la estrategia modalizadora en torno al personaje, hay que recurrir a nociones como la de memoria discursiva (Reichler-Béguelin, 1988: 18), según la cual en el desarrollo de los procesos fóricos interactúan las informaciones proporcionadas por el texto y el conocimiento contextual del receptor, y la de continuidad de los tópicos (Givón, 1983: 15), que establece, como uno de los parámetros para la presencia de procedimientos relacionados con la recuperación de la información en el texto, la importancia discursiva del tópico y la intencionalidad en torno a esta función semántico-textual por parte del emisor.

Junto a referencias anafóricas estrictamente funcionales, como elementos de cohesión, sin apenas connotaciones interpretativas en torno al tópico sustituido (*el presidente, el presidente de EE.UU., el presidente estadounidense*), aparecen otras vinculadas con el objetivo de mantener el criterio interpretativo en torno al personaje en el desarrollo de la trama textual.

En primer lugar, la alusión a una dimensión parcial de la actividad desplegada en su mandato (*el republicano, el presidente republicano*), lo que identifica a Donald Trump en relación a un partido político y no a un cargo institucional. En los textos de *El País* aparecen 5 ocurrencias en esta línea, mientras que en los de *ABC* no se utiliza.

Una fórmula exclusiva de los corresponsales de *El País* es el término *mandatario* (en 8 ocasiones) o su variante más localizada ideológicamente, *mandatario republicano* (4 ocurrencias). Frente a la referencia al cargo político –*presidente*–, la expresión posee connotaciones dirigidas hacia el campo semántico de los actos directivos aplicados a un ámbito más genérico desprovisto de la legitimidad institucional.

Mayor contenido modalizador aportan expresiones como *el magnate neoyorquino, polémico empresario republicano, el empresario neoyorquino* (*El País*: 4 textos), *el multimillonario neoyorquino* (*ABC*: un texto), pues pese a que su presencia es limitada, son fórmulas nítidamente valorativas ajenas a la dignidad del cargo presidencial.

En esta línea cabe reseñar también las formas derivadas –*trumpismo*, *trumpista*–, con dos de los sufijos más rentables en la nominalización del ámbito periodístico, no carentes de una dimensión valorativa (Guerrero 2007: 84-85), ya que designan actitudes asignadas al personaje que tienen continuidad gracias a la vigencia de un movimiento auspiciado por él o través de sus seguidores. Aparecen en los dos medios, aunque en *El País* con más frecuencia, en seis ocasiones frente a solo dos en el *ABC*.

## 2. Polifonía textual: el estilo directo

La presencia del discurso reportado a través de la cita directa es otra de las variables para determinar el grado de intencionalidad del discurso, pues como señala Vicente (2007: 225) “ni siquiera muy frecuentemente refleja la intención del discurso citado”, lo que significa que “no puede afirmarse que es el menos marcado y más objetivo, sino que podemos encontrar huellas del locutor” (Repede, 2015: 90). Se trata, por tanto, de un recurso que, tras la imagen de que aporta un componente de objetividad a lo expuesto, en realidad presenta aspectos modalizadores, desde la propia selección del fragmento citado a su inclusión en el segmento concreto del desarrollo informativo.

En esta línea de análisis, el estudio se detiene en los siguientes parámetros:

a) Intervenciones del personaje reproducidas en estilo directo. Por una parte, resulta relevante que se le conceda voz al personaje, en cuanto que se presenta su actuación verbal sin mediaciones; por otra, es necesario valorar la intencionalidad de la cita, puesto que, tanto por el contenido de la intervención, como por la selección realizada por el emisor, incluso por el contexto en el que aparece, puede desarrollar un sentido caracterizador negativo (5), positivo (6) o ser meramente informativo-expositivo, sin ningún tipo de connotación (7).

(5) Trump se mofó incluso de las precauciones que su rival en las urnas estaba tomando por la covid-19: “Me pongo la mascarilla cuando es necesario. No me la pongo todo el rato como él, que incluso se la pone aunque esté hablando a 60 metros de distancia de mí”. (*El País*, 3/10/2020)

(6) El presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, confirmó este sábado que está considerando la posibilidad de indultar a Edward Snowden, el joven analista que provocó el mayor escándalo diplomático de la era digital [...] “Es algo que tengo que mirar [...] Hay mucha gente, por lo que se ve es una decisión no exenta de polémica, que

creo que debería ser tratado de forma diferente y otros creen que hizo cosas realmente malas. Desde luego es un tema a tener en cuenta”. (*ABC*, 17/8/2020)

(7) En su mensaje Trump se mostró confiado en volver pronto a la campaña [...]: “Me siento bien; el verdadero reto será el siguiente par de días”. (*El País*, 5/10/2020)

b) Citas en estilo directo en torno a Donald Trump, en las que se analiza tanto su frecuencia, en relación a las anteriores, como su contenido para la fijación del personaje en relación a las tres categorías comentadas: valoración negativa (8), positiva (9) o informativa (10).

(8) Obama acusó a la Administración de Trump de estar “más preocupada por suprimir el voto que por suprimir el virus”. (*El País*, 16/8/2020)

(9) Guilfooy cerró su intervención enalteciendo a Trump [...]. “El presidente Trump es el líder que va a reconstruir la promesa de América y se asegurará que cada estadounidense pueda lograr el sueño americano”. (*El País*, 26/8/2020)

(10) un portavoz de la presidencia, Judd Deere, envió el siguiente comunicado [...]: “Puedo afirmar que el presidente Trump no ha experimentado ni ha sido evaluado por un accidente cerebrovascular (ictus) [...]” (*ABC* 2/9/2020)

En lo que se refiere a la primera categoría de análisis, la Tabla 2 muestra los resultados obtenidos:

<b>Estilo directo Trump</b>	<b><i>El País</i></b>	<b><i>ABC</i></b>
Número Intervenciones y número de textos	40 (20 de 45)	42 (20 de 45)
Número de líneas	202	152
Intervenciones contenido (+): líneas y %	0	14 (9%)
Intervenciones contenido (+/-): líneas y %	114 (56%)	135 (89%)
Intervenciones contenido (-): líneas y %	88 (44%)	3 (2%)

Tabla 2. Número de intervenciones y de líneas en estilo directo de Donald Trump en las crónicas de *El País* y de *ABC*; número de intervenciones de contenido (+), (+/-): (-) y porcentaje

Los datos revelan que, si bien la dirección general en torno a la presencia de la voz directa del protagonista es común a ambos medios –incluso en *El País* las líneas dedicadas al estilo directo es sensiblemente superior-, la diferencia radica

en la finalidad interpretativa procedente del contenido de las intervenciones: en ambos medios el contenido expositivo-informativo es el más destacado (56% y 89%, respectivamente), pero no así el que apunta a la proyección negativa del interlocutor, en el que el porcentaje de líneas dedicadas por *El País* (44%) es muy superior al de *ABC* (un escaso 2%).

La selección de fragmentos en estilo directo formulados en torno a Donald Trump ofrece resultados más explícitos en lo que afecta al discurso comunicativo de los dos medios analizados, como se observa en la Tabla 3.

Estilo directo sobre Trump	<i>El País</i>	<i>ABC</i>
Número Intervenciones y número de textos	46 (17 de 45)	23 (13 de 45)
Número de líneas	251	121
Intervenciones contenido (+): líneas y %	31 (12'5%)	77 (63'5%)
Intervenciones contenido (+/-): líneas y %	3 (1%)	6 (5%)
Intervenciones contenido (-): líneas y %	217 (86'5%)	38 (31'5%)

Tabla 3. Número de intervenciones y de líneas en estilo directo sobre Donald Trump en las crónicas de *El País* y de *ABC*; número de intervenciones de contenido (+), (+/-): (-) y porcentaje

Las diferencias se muestran en el ámbito cuantitativo, tanto en el número de intervenciones como en el de líneas destinadas a las voces que se refieren al personaje, lo cual contrasta con la proximidad de estos datos entre los dos medios en lo que afectaba a sus manifestaciones directas.

Resulta evidente, por tanto, que en el caso de *El País* hay una tendencia a conceder importancia a los juicios vertidos acerca de Donald Trump, especialmente a los de índole negativa (86'5% frente al 31'5% en *ABC*; 12'5% de opiniones positivas frente al 63'5% en *ABC*), lo que demuestra que es una de las estrategias más singulares del medio y también de las más notables a la hora de transmitir la imagen del sujeto mediático.

### 3. Construcciones textuales y estilo informativo

El último bloque de análisis corresponde a los mecanismos cohesivos sobre los que se cimentan los encadenamientos argumentativos que determinan la



articulación discursiva de los tópicos a partir de los cuales se vertebran los marcos cognitivos.

Se incluyen, en este capítulo, tres tipos de construcciones que reflejan el grado de relevancia concedido a diversas funciones expositivo-argumentativas: la inserción de información que incide en la figura temática del enunciado; la antiorientación de las afirmaciones desde la óptica contraargumentativa; y la contraposición-contraste entre las actividades comentadas.

#### a) La inserción informativa

La presencia de incisos oracionales –en sus diversas variantes: aposiciones, paréntesis, cláusulas de relativo, complementos del nombre de tipo preposicional- es un mecanismo muy productivo a la hora de orientar la interpretación no solo del sujeto temático al que se adscriben, sino, incluso, del mensaje contenido en el enunciado, como se observa en (11)

(11)

(a) Trump, *que ha tildado de “tonto” al alcalde*, ha insistido en que si este lo solicita, el Gobierno enviará nuevamente agentes de la Guardia Nacional a Portland. (*El País*, 2/9/2020)

(b) El entorno de Biden confía en que la negativa de Trump a condenar la violencia de sus seguidores (*sugirió que el joven de 17 años acusado de matar a dos personas con un fusil de asalto actuó en legítima defensa*) y su incapacidad de actuar [...] (*El País*, 4/9/2020)

(c) Donald Trump nombró en mayo como director del Servicio Postal de EEUU a Louis Dejoy, *un gran donante de los republicanos*. (*El País*, 10/9/2020)

Los incisos, referidos a la actividad de Donald Trump, representan una información con una notable aportación argumentativa, pues establecen un marco de inferencias capaz de activar operaciones que contextualizan la acción del sujeto, la someten a un principio de causalidad, e incluso de matización interpretativa por parte del emisor. Salvo en algunos ejemplos procedentes de *ABC* (12), la función caracterizadora tiene el objetivo de focalizar la lectura negativa en torno al personaje y de mostrar en todo momento vertientes problemáticas de sus motivaciones.

(12)

(a) *En Minnesota, el escenario de algunas de las protestas más violentas tras la muerte [...] de George Floyd, el último episodio de los abusos policiales contra la minoría negra, aseguró que devolverá “la ley y el orden a vuestra comunidad” (ABC, 19/8/2020)*

(b) *Trump no falló a sus seguidores –el entusiasmo de sus votantes y su aprobación entre republicanos son muy altos- y dobló la apuesta (ABC, 1/10/2020)*

La finalidad semánticamente marcada de este recurso se manifiesta en las crónicas de *El País*, pues aparece en 26 textos (en *ABC* solo en 15), y su uso está muy extendido como construcción con incidencia directa en la configuración del personaje: en el corpus se utiliza en 66 ocasiones (frente a 20 en *ABC*, con aportaciones significativas más diversas, como se ha indicado)

#### b) Contraargumentación e incoherencia

La siguiente construcción analizada se constituye en torno a la intervención del emisor con el fin de plasmar un comentario que sitúa la acción del personaje en el ámbito de la incoherencia, con lo que se revela su actitud inconsistente ante los acontecimientos, la laxitud ideológica e, incluso, su falta de transparencia y su falta de ética y de credibilidad (13).

(13)

(a) *Para el próximo jueves ya ha anunciado su negativa a asistir [al debate virtual con Joe Biden] por considerarlo “una pérdida de tiempo” [...] Según diversas encuestas, su actitud agresiva y sus constantes interrupciones en el primer debate [...] le restaron apoyos. (El País, 10/10/20)*

(b) *El Post revela que mientras el mandatario decía en público que la covid no era peor que una gripe, sabía que la tasa de mortalidad era varias veces superior. (El País, 10/9/2020)*

(c) *Su presidencia, declaró recientemente, ha obtenido “resultados increíbles” [...] él “ha hecho una labor increíble” en la gestión de la pandemia del coronavirus, a pesar de que han fallecido 180.000 estadounidense. (El País, 6/9/2020)*

La estrategia caracteriológica está presente en 22 crónicas de *El País*, con un total de 45 ocurrencias, lo que muestra una tendencia similar a la observada en la aparición de los incisos, con los que coinciden en su función de insertar un comentario acerca del ámbito referido al personaje. El contraste con el *ABC* es,

en este caso, más evidente, pues esta estructura solo aparece en 10 textos, con un resultado final de 13 ocurrencias.

### c) Contraposición

La intervención del emisor se orienta, en este mecanismo, hacia la constatación de una actitud del personaje contrapuesta a la de sus oponentes políticos o al sentido de la lógica impuesto por la tradición, el modelo democrático, etc. El objetivo es, pues, establecer un parámetro valorativo que convierte la exposición informativa en el marco para que la figura se enfrente de manera especular con la imagen de lo que aparece como exponente de la conducta aceptable (14)

(14)

(a) Tradicionalmente, los presidentes que visitan ciudades golpeadas por la violencia y el conflicto asumen un papel de consuelo y unidad. *Pero las acciones de Trump [...] indican más bien su intención de convertir los sucesos de Kenosha en un arma de división política.* (*El País*, 2/9/2020)

(b) Donald Trump tenía previsto informarse sobre el terreno acerca de los incendios en California, *al tiempo que su rival demócrata [...] daba un discurso sobre el cambio climático.* (*El País*, 15/9/2020)

(c) [...] el líder del mundo libre, Donald Trump, *aconsejando a los países que prioricen sus intereses individuales* y el jefe de un régimen autoritario como el de Pekín *alertando contra el proteccionismo.* (*El País*, 23/9/2020)

En el corpus analizado de *El País* se observa una presencia de esta estructura similar a la de las otras dos revisadas en este capítulo: aparece en 21 crónicas, con 34 ocurrencias localizadas. Como en las dos construcciones anteriores, contrasta con el uso realizado en *ABC*, pues solo se muestra en 12 textos con 20 ocurrencias, de las cuales, además, 13 reflejan una contraposición que o bien es meramente informativas o bien aporta una imagen positiva de la actividad del personaje (15).

(15)

(a) Dos semanas después, era una crisis nacional [la pandemia]. Biden se confinó en su casa y Donald Trump, al que no ayudó su gestión, se quedó al timón de una tragedia sanitaria y económica [...] (*ABC*, 20/8/2020)

(b) Mientras los demócratas encadenan vídeos pregrabados y conectan por vídeo con votantes que aplauden de forma incómoda desde sus casas, Trump ha optado por el contacto directo con los votantes [...] a pesar de las limitaciones de la pandemia. (*ABC*, 19/8/2020)

## Conclusión

El análisis de los datos obtenidos del corpus formado por textos informativos en torno a Donald Trump de los diarios *El País* y *ABC* revela que en la escritura periodística existen estrategias dirigidas a la construcción del personaje mediático. En este caso, la referencia de estudio ha sido la figura del presidente estadounidense, dada su proyección pública, favorecida por su propia concepción de la acción política como un espectáculo marcado por la confrontación y la controversia.

Más allá de los recursos multimodales, que afectan, sobre todo, al componente perceptivo-visual (fotografías, tipos y tamaño de letra, ubicación en el espacio de la publicación impresa, etc.), algunas categorías lingüísticas y textuales han mostrado su efectividad a la hora de configurar la imagen de los protagonistas de la información a través de su tratamiento discursivo.

Aunque existen diferencias cuantitativas en los resultados procedentes de ambos medios, hay coincidencias en la utilización de mecanismos que actúan sobre la presentación de la actividad del personaje (la agentividad, la cita del estilo directo), es decir, los que inciden en la selección informativa de lo que se considera que constituye el eje interpretativo en torno a la acción individual del personaje.

Mayor disparidad existe en las categorías más marcadas por el criterio valorativo e interpretativo del emisor: el componente léxico y las construcciones textuales que presentan a Donald Trump con incisos que condicionan la orientación de lo expuesto, delimitado por la coherencia de su práctica política y en contraste con referencias que inciden en su caracterización negativa.

Se puede concluir, por tanto, que, en torno a la fijación mediática del personaje periodístico, el relato informativo, en géneros de actualidad con una notable tendencia modalizadora, como la crónica o el reportaje, incorpora recursos habituales del discurso narrativo que contribuyen a la transición de una entidad de lo real a sujeto de una historia en la que se muestra una relación de causalidad entre el protagonista y los hechos contados, lo que contribuyen a la eficacia comunicativa, también en el orden emocional.

Con todo, algunos factores resultan determinantes en la singularidad de la narración periodística, como ha demostrado el análisis anterior: el estilo comunicativo y la dimensión ideológica. Ambos criterios poseen una notable trascendencia en el tratamiento de las categorías discursivas nombradas. En este sentido, las importantes diferencias observadas entre los dos medios, como se ha indicado en los resultados del análisis, responden a planteamientos periodísticos distintos en función de las expectativas de recepción por parte de sus lectores y de los intereses- informativos, políticos y económicos- de ambas cabeceras.

### Notas

1. El presente artículo se inscribe en el proyecto de investigación *La construcción discursiva del conflicto: territorialidad, imagen de la enfermedad e identidades de género en la literatura y en la comunicación social* financiado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación digital (código: FFI2017-85227-R)

### Referencias

- Benavente, Claudia (2002).** “El Personaje Mediático de la prensa: Análisis de la Construcción del Subcomandante Marcos (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) en los diarios *La Razón* y *Presencia*”. En *Temas Sociales* [online], 23, pp. 47-60. Disponible en: <[http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0040-29152002000100003&lng=es&nrm=iso](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152002000100003&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0040-2915. [Consulta realizada el 26/03/2021],
- Bourdieu, Pierre (1997).** *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Brown, Penelope y Levinson, Stephen C. (1987).** *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Campbell, Yolanda Denise (2019).** “On the Same Page? A Content Analysis of President Trump’s 2018 Tweets Regarding Issues Most Relevant to the American People Online”. En *Journal of Communication and Media Technologies*, 2019, 9(4), DOI: [10.29333/ojcm/5901](https://doi.org/10.29333/ojcm/5901)
- Casals, M<sup>a</sup> Jesús (2001).** “La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 195-219
- Casero, Andreu (2009).** “El control político de la información periodística”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 64. DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366.

- 
- Cavillac, Cécile (1995).** “Vraisemblance pragmatique et autorité fictionnelle”. En *Poétique (Collectif)*, Paris: éditions du Seuil, 101, pp.23-46.
- Ceballos, Maritza (2008).** “Las emotividades sociales y los medios de comunicación”. En *Pensamiento y Cultura*, 11 (2), pp. 263-275.
- Charaudeau, Patrick (2003).** *El discurso de la información: la construcción del espejo social*, Barcelona: Gedisa.
- Chillón, Alberto (2001).** “El ‘giro lingüístico’ en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística”. En *Cuadernos de Información*, 14, pp. 24-47.
- Fairclough, Norman (2003).** “El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales”. En Ruth Wodak y Michael Meyer (comp.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 179-203
- Fortier, Frances y Mercier, Andrée (2014).** “La captatio illusionis du roman contemporain. Volodine, Echenoz, Makine et Dickner “. En *Temps Zéro*, 8 [on line]. URL: <http://tempszero.contemporain.info/document1170> [Consulta realizada el 23/03/2021].
- Genette, Gérard (1969).** *Figures II*. Paris: Le Seuil.
- Givón, Talmy (1983).** “Topic continuity in discourse: an introduction”. En Talmy Givón (ed.), *Topic Continuity and Discourse. A quantitative cross-language study*, Amsterdam: John Benjamins, pp. 1-41.
- González Requena, Jesús (2010).** “La destrucción de la realidad en el espectáculo televisivo”. En *Sphera pública*, 10, pp. 17-41.
- Guerrero, Susana. (2007).** *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Madrid: Visor
- Gutiérrez, Silvia y Vargas, Erick (2017).** “Emociones y medios de comunicación. Una propuesta de análisis”. En *Conexão Letras*, 12 (18), pp. 115-138.
- Jaramillo Agudelo, Darío (ed.). (2012).** *Antología de la crónica latinoamericana actual*. Madrid: Alfaguara.
- McComb, Maxwell (1996).** “Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo”. En Bryant, Jennings y Dolf Zillmann (comps.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías*, Barcelona: Paidós, pp.13-34.
- Mesquita, Mario (1999).** "Le personnage journalistique. De la narratologie a la déontologie". En *Recherches en communication*, 11, pp. 169-193.
- O'Donnell, Hugh (2007).** *Noticias y ciudadanía: el telespectador, el poder y el debate público*, Madrid: Ediciones de la Torre.

- 
- Puerta, Andrés (2011).** “El periodismo narrativo o una manera de dejar huella de una sociedad en una época”. En *Anagramas*, 9 (18), pp. 47-60
- Reichler-Béguelin, Marie-José (1988).** “Anaphore, cataphore et mémoire discursive”. En *Pratiques*, 57, pp. 15-43.
- Repede, Doina (2015).** “El discurso directo como estrategia de interpretación de la palabra ajena en los textos periodísticos”. En *Lengua y Habla*, 19, pp. 77-92.
- Saéz, Albert (1999).** *De la representació a la realitat. Proposta d’anàlisi del discurs mediàtic*, Barcelona: Dèria editors.
- Sánchez García, Francisco José. (2010).** *Pragmática de los titulares periodísticos. Las estrategias implícitas de persuasión ideológica*. Madrid: Visor.
- Serrano, Yeny (2005).** “El personaje periodístico, ¿efecto de realidad o modelo de conducta? análisis de discurso de la sección las voces de la otra Colombia publicada por el diario *El Tiempo*”. En *Universitas Psychologica*, 4 (2), pp. 129-141.
- Sola-Morales, Salomé (2016).** “Comunicación mediática y procesos de identificación: una construcción dramática y ritual”. En *Athenea Digital*, 16(2), pp. 247-269. DOI: [10.5565/rev/athenea.1448](https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1448)
- Street, John (2019).** “What is Donald Trump? Forms of ‘Celebrity’ in Celebrity Politics”. En *Political Studies Review* Vol. 17(1), pp. 3–13 DOI: [10.1177/1478929918772995](https://doi.org/10.1177/1478929918772995)
- Vicente, Juan Antonio (2007).** “Discurso reproducido e interpretación de la fuerza ilocutiva en la prensa escrita”. En *Revista de Investigación Lingüística*, 10, pp. 225-242.

### Nota biográfica



**Fco. Javier Vellón Lahoz** ([orcid.org/0000-0002-7752-2793](https://orcid.org/0000-0002-7752-2793)) es Profesor Titular de Universidad del área de Lengua Española adscrita al departamento de Filología i Cultures Europees de la Universitat Jaume I de Castelló. Sus investigaciones se centran en la sociolingüística diacrónica de índole variacionista, la didáctica de la lengua y de la literatura, y en el análisis del discurso aplicado a los medios de comunicación y al lenguaje político. En este último ámbito, ha publicado trabajos en las revistas *Comunicación y Sociedad*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Zer*, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, *E-Humanista*, o *Cultura, Lenguaje y Representación*.

**E-mail:** [vellon@uji.es](mailto:vellon@uji.es)