

Aplicación de la **teoría del framing** al cubrimiento periodístico –hecho por *El Colombiano.com* y *ElTiempo.com-*
de la elección y posesión de Donald Trump, como presidente de los Estados Unidos de América, en el 2017.

Investigación Monográfica de:

Camila Curiel & Angie Villaquirán

Asesor:

Juan Camilo Velandia

Facultad de Comunicación

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Universidad de La Sabana

Campus de Chía | Enero del 2018

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	2
CONTENIDO	3
PALABRAS CLAVE	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
DEDICATORIA	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
HIPÓTESIS	13
OBJETIVOS	14
General	14
Específicos	14
JUSTIFICACIÓN	16
ESTADO DEL ARTE	21
INTRODUCCIÓN	31
El periodismo en Colombia	37
La política reciente de Estados Unidos	43

MARCO TEÓRICO	48
La columna de opinión	51
Teoría del <i>framing</i>	68
Elecciones de EE.UU.	78
MARCO METODOLÓGICO	87
Cronograma de investigación	88
Herramientas para la investigación	90
Unidad y proceso de análisis	98
Datos de EITiempo.com	100
Datos de EIColombiano.com	110
Objeto del análisis	121
Información de EIColombiano.com	125
Información de EITiempo.com	127
Tablas de datos y análisis	129
RESULTADOS	132
Resultados de EIColombiano.com	133
Resultados de EITiempo.com	176
CONCLUSIONES	212
Generales	212
Específicas	213
ANEXOS	215
BIBLIOGRAFÍA	237

PALABRAS CLAVE

- **Estados Unidos de América¹:** Es una potencia mundial. Es uno de los países más influyentes e importantes del mundo. Está situado en América del Norte, cuenta con al menos 320 millones de habitantes y, desde su fundación a mediados del siglo XVIII, se ha erigido como un país de referencia social, política y económica en todo el mundo.
- **Donald Trump²:** Es un norteamericano, multimillonario, adscrito al Partido Republicano y es el presidente número 44 de los Estados Unidos de América.
- **Outsider³:** Es un individuo que carece de trayectoria política y usa ese desconocimiento, que tiene de parte de una audiencia específica que no lo reconoce como una autoridad política, para asirse en el poder.
- **Terrorismo⁴:** Actos criminales que tienen fines sociales y políticos, que tienen como mecanismo de acción la siembra del terror en una determinada población.
- **Medios de comunicación⁵:** Conglomerados periodísticos que tienen por objetivo difundir la información a las masas, bien sea a través de los canales televisivos, radiales, multimediales o escritos.

¹ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <https://gobierno.usa.gov/>.

² Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <https://mundo.sputniknews.com/politica/201611091064711289-eeuu-trump-elecciones-biografia/>.

³ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://udep.edu.pe/castellanoactual/outsider-significado-politico-de-este-anglicismo/>.

⁴ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Zd3L6Oc>.

⁵ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/media>.

- **Framing⁶**: Encuadre de la realidad basado en la interpretación de un periodista.
- **Géneros de opinión⁷**: Conjunto de definiciones que encasillan los diferentes estilos narrativos utilizados en el periodismo para difundir la información sobre un(os) hecho (s). Son: crónica, noticia, reportaje, entrevista y opinión.
- **Columnista⁸**: Escritor vinculado a un medio de comunicación que escribe en un espacio fijo y establecido de este, emitiendo su opinión sobre un asunto específico, con una periodicidad establecida.
- **Columna de opinión⁹**: Artículo firmado en un espacio determinado en un periódico que, con cierta periodicidad de publicación, trata sobre distintos temas abordados desde la interpretación y punto de vista de su autor.
- **Reportería¹⁰**: Ejercicio periodístico que indaga constantemente por la verdad de un hecho o situación, mediante el contraste de fuentes y datos, para informarla aun público específico a través de un medio de comunicación.

⁶ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=335.

⁷ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/aa2000qjn/89pastora.html>.

⁸ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://lasillavacia.com/elblogueo/la-silla-vacia/37513/que-hace-un-buen-columnista>.

⁹ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://lasillavacia.com/elblogueo/la-silla-vacia/37513/que-hace-un-buen-columnista>.

¹⁰ Esta definición fue construida, de manera particular por nosotros, con base en la información disponible en: <http://www.semana.com/opinion/articulo/daniel-coronell-la-tarea-del-periodista-es-defender-el-derecho-a-saber/458555>.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	93
Tabla 2	95
Tabla 3	96
Tabla 4	98
Tabla 5	100
Tabla 6	102
Tabla 7	103
Tabla 8	106
Tabla 9	111
Tabla 10	112
Tabla 11	113
Tabla 12	115
Tabla 13	115
Tabla 13.1	119
Tabla 14	125
Tabla 15	126
Tabla 16	127
Tabla 17	127
Tabla 18	128
Tabla 19	129
Tabla 19.1	131
Tabla 20	135
Tabla 21	136
Tabla 22	137
Tabla 23	137
Tabla 24	139
Tabla 25	140
Tabla 27	143
Tabla 28	144
Tabla 29	145
Tabla 30	146
Tabla 31	147
Tabla 32	149
Tabla 33	151
Tabla 34	152
Tabla 35	153
Tabla 36	154
Tabla 37	156
Tabla 38	156

Tabla 39	159
Tabla 40	161
Tabla 41	161
Tabla 42	162
Tabla 43	163
Tabla 44	164
Tabla 45	165
Tabla 46	168
Tabla 47	168
Tabla 48	171
Tabla 49	172
Tabla 50	172
Tabla 51	173
Tabla 52	175
Tabla 53	175
Tabla 54	177
Tabla 55	178
Tabla 56	179
Tabla 57	179
Tabla 58	182
Tabla 59	185
Tabla 60	185
Tabla 61	187
Tabla 62	188
Tabla 63	188
Tabla 64	189
Tabla 65	190
Tabla 66	191
Tabla 67	191
Tabla 68	193
Tabla 69	193
Tabla 70	195
Tabla 71	195
Tabla 72	196
Tabla 73	196
Tabla 74	198
Tabla 75	198
Tabla 76	199
Tabla 77	199
Tabla 78	201
Tabla 79	201
Tabla 80	202

Tabla 81	202
Tabla 82	203
Tabla 83	205
Tabla 84	205
Tabla 85	206
Tabla 86	206
Tabla 87	207
Tabla 88	208
Tabla 89	208
Tabla 90	210
Tabla 91	210

DEDICATORIA

Este trabajo de grado se lo dedicamos a **nuestros padres y a nuestras familias**, por habernos apoyado durante todo nuestro periodo de formación universitaria. De alguna manera, culminar esta etapa **es una retribución al esfuerzo y a la confianza** que durante estos años académicos han tenido en nosotras. ¡Gracias por todo!

RESUMEN

A lo largo de esta investigación monográfica, se estudiará la aplicación de la teoría del *framing* al cubrimiento periodístico que los columnistas de opinión adscritos a los portales web de los periódicos El Colombiano (www.elcolombiano.com) y El Tiempo (www.eltiempo.com) hicieron de la elección y posesión de Donald Trump, como presidente de los Estados Unidos de América, en enero del 2017.

Este trabajo se basó en el análisis y consulta de los diversos artículos de opinión que se produjeron en tres lapsos clave de este proceso electoral: el primero, cuando Trump fue elegido como único candidato presidencial del Partido Republicano, a mediados del 2016; el segundo, cuando pugnó la presidencia en las elecciones contra la demócrata Hillary Clinton, a finales del 2016; y el tercero, a comienzos del 2017 cuando se posesionó como el presidente de los Estados Unidos de América.

Con base en ese contexto, este trabajo utiliza la teoría del *framing* como una herramienta para establecer la influencia que los columnistas de opinión tuvieron al usar encuadres periodísticos para analizar y estudiar este hecho de la política norteamericana.

Al final, se determinará qué tanto influyen la narrativa, los días de publicación, la periodicidad, el espacio usado, el estilo de escritura, el nombre del medio de comunicación, la posición social y la experiencia profesional de cada columnista al momento de interpretar la política estadounidense. Este trabajo surge como una inquietud intelectual que ofrece un atisbo para analizar el momento político tan volátil que vive el país más importante e influyente del mundo.

ABSTRACT

Throughout this monographic research, the application of the theory of framing to the journalistic coverage will be analyzed and studied. It will be focus on the texts written by journalists of the webpages of El Colombiano newspaper (www.elcolombiano.com) and El Tiempo newspaper (www.eltiempo.com) published after the election and possession of Donald Trump as president of the United States of America in January 2017.

This work was based on the analysis and consultation of the various opinion pieces that occurred in three key lapses in this electoral process: the first, when Trump was elected as the Republican Party's only presidential candidate, in mid-2016; the second, when he fought the presidency in the elections against Democrat Hillary Clinton, in late 2016; and the third, in early 2017 when he became President of the United States of America. Based on this context, this research uses framing theory as a tool to establish the influence that writers had in using journalistic frameworks to analyze and study this fact of American politics.

In the end, it will be determined how much influence the narrative, the days of publication, the periodicity, the style of writing, the name of the media, the social position and the professional experience of each columnist when interpreting the American policy. This work emerges as an intellectual concern that, pertinently, offers a glimmer to analyze the political moment so volatile that the most important and influential country in the world lives.

HIPÓTESIS

La elección de Donald Trump, como presidente de los Estados Unidos, supuso una polarización en las opiniones divulgadas por los columnistas de **EITiempo.com** y **El Colombiano.com**.

OBJETIVOS

GENERAL:

- Aportar una nueva mirada al debate académico sobre los retos y efectos que la ascensión presidencial de Donald Trump ha supuesto en el quehacer de los columnistas adscritos a los medios de comunicación más influyentes de Colombia: el periódico El Tiempo y El Colombiano.

ESPECÍFICOS:

- Estudiar la teoría del *framing* desde sus inicios conceptuales, para obtener una mirada más crítica que facilite la consecución de una respuesta a la hipótesis de esta investigación.
- Estudiar la teoría del *framing* aplicada a diversos estudios académicos que versan sobre la aplicación de esta y del análisis de contenidos de medios de comunicación, en coyunturas políticas específicas.
- Estudiar la teoría y el concepto de *columna de opinión*, enmarcada en el desarrollo de los géneros periodísticos, para obtener mayores argumentos y elementos de juicio que faciliten el análisis de los columnistas reseñados a lo largo de esta investigación.
- Documentar los principales estudios que se han hecho recientemente sobre la ascensión de Donald Trump al poder y su impacto en los medios de comunicación latinoamericanos.

- Evidenciar la importancia de los textos escritos por los columnistas en la construcción de la opinión pública colombiana y en su rol de interpretadores de la realidad política estadounidense.
- Destacar la manera en que los columnistas de los portales EITiempo.com y El Colombiano.com facilitan la comprensión de la política estadounidense a los lectores digitales de Colombia.

JUSTIFICACIÓN

Con frecuencia, la democracia de los Estados Unidos de América suele llevar un ‘apellido’ propio: “la más antigua” o “la más sólida” del mundo. Desde que en el siglo XVI ésta se erigiera como una de las primeras en el hemisferio occidental, los análisis sobre su desarrollo, su gestión, su administración y su impacto han acompañado el devenir de la historia misma de los norteamericanos.

Las cuatro decenas de presidentes que han sucedido al celeberrimo Abraham Lincoln y que han devenido asimismo de la corriente política de George Washington no han sido suficientes para comprender que la vida pública en ese Gigante del Norte está lejos de agotar cualquier previsión.

Desde que la internet se convirtió en el eje transversal de los primeros medios de comunicación norteamericanos –y, en general, de todos los conglomerados mediáticos más grandes, influyentes e importantes del mundo-, el análisis de su impacto en las audiencias ha estado en boga de los académicos y de diversos centros de estudio.

Por lo menos desde que esta nueva plataforma empezó a masificarse hacia mediados de la década de los 90, en el siglo XX, los políticos estadounidenses han encontrado un sustituto de aquel plató que décadas atrás revolucionó la forma de hacer política: la televisión.

Atrás parecían quedar esos intensos debates en este formato audiovisual que eran capaces de influir a los electores del presidente de los Estados Unidos. Hace dos décadas, la web parecía aniquilar ese recurso que en el marketing digital se había popularizado con las campañas de *“It’s the economy, stupid”* y de *“A Safer World and a More Hopeful America”*, que se

apalancaron en los medios de comunicación para fortalecer sus electorados y afianzarse en la presidencia de la Casa Blanca, en Washington.

No obstante, la irrupción de las redes sociales en la reconocida campaña presidencial “*Yes We Can*” y “*Ready for Change, Ready to Lead*” demostraron que los debates televisivos aún ejercían una tremenda influencia en los electores, toda vez que estas plataformas se convirtieron en los amplificadores de los yerros y aciertos de quienes competían por llegar a la presidencia de los Estados Unidos.

Cuando todo parecía haberse estudiado y analizado, un multimillonario irrumpió en la escena y modificó los cánones de comunicación que todos los analistas, expertos, periodistas, politólogos y electores habían creído conocer. Donald Trump, heredero de un apellido tan locuaz y escandaloso como el Rockefeller se lanzó a finales del 2015 como una alternativa al *establishment* de la política estadounidense.

Parecía una broma, pero a medida que los diversos medios de comunicación influyentes hacían eco de la eventual candidatura de Trump, este parecía fortalecerse de una manera sobredimensionada.

En este contexto, este trabajo investigativo es pertinente porque aporta nuevas luces a la investigación que se ha venido realizando –no solo de manera académica sino más bien pragmática- en los medios de comunicación para comprender el por qué de la derrota de Hillary Clinton contra Trump, en noviembre del 2016.

El virtual incremento popular de Donald Trump, desde que anunció su intención de competir contra sus copartidarios republicanos para erigirse

como el candidato oficial que le devolviera a las huestes 'rojas' la posición más privilegiada en la Casa Blanca, se ha vuelto un tema recurrente en los debates académicos de varias latitudes.

Por eso, este trabajo servirá para construir un nuevo argumento que, basado en la revisión expedita de conceptos y situaciones reales, ayude a entender el fenómeno comunicativo que supone la presidencia de Trump.

Ese panorama de incertidumbre se agudizó a comienzos del 2016, cuando la campaña interna en el Partido Republicano parecía alejar de la nominación oficial a Trump.

Una seguidilla de escándalos mediáticos durante ese primer semestre le construyó un halo de indecisión a los posibles electores de Trump, toda vez que con su cuenta de Twitter, sus declaraciones xenófobas, sus mini shows en los programas de televisión y en los debates, y sus habituales reacciones contra la prensa hicieron pensar a la mayoría de la opinión pública que su candidatura presidencial no sería más que una estratagema para repotenciar su imagen financiera o una nueva plataforma para lanzar una nueva compañía o producto al mercado.

A medida que avanzaban los meses de febrero a mayo del 2016, los titulares de la prensa parecían olvidarse del grueso de los asuntos. Trump empezó a manejarlos con la misma astucia con que su difunto padre dijo que debía construirse un imperio: la imagen escandalosa por encima de la imagen sesuda y racional.

En ese panorama, este trabajo recaba en algunos antecedentes de la política y del entretenimiento que, en estudios publicados por expertos en el marketing político y en la teoría del *framing*-, reflejan algunas pistas para

comprender de qué manera la información mediática se transformó desde que Donald Trump decidió suceder a Barack Obama en la presidencia de su país.

Tiempo después, durante la nominación oficial de Donald Trump como el candidato republicano que competiría contra su par demócrata por la Casa Blanca, y tras haber derrotado de una manera inesperada a los precandidatos republicanos más afines a la política, los medios de comunicación sufrieron un nuevo revés: la incertidumbre de no saber cómo sería la campaña presidencial de un *outsider* que apalancado en sendos escándalos económicos, sexuales y sociales parecía recuperar a ese electorado campesino de los Estados Unidos.

El mismo que vivía del hartazgo de tener a un presidente que también era irreverente, como fue el caso de Obama, y que no parecía brindarles las suficientes garantías sociales ni políticas para sentirse resguardados con el primer mandatario de la Casa Blanca.

Durante el segundo semestre del 2016, la carrera presidencial entre Hillary Clinton y Donald Trump se convirtió en el aperitivo perfecto de quienes influenciaban la opinión pública en Estados Unidos y en América Latina, a través de la prensa. Colombia no fue ajena a esta pelea.

El país, a través de los conglomerados mediáticos que representan El Colombiano y la Casa Editorial El Tiempo estaban a tono con esta situación. Y sus columnistas también, pues fueron quienes interpretaron los hechos políticos del país del norte y los tradujeron al escenario colombiano. Por tal motivo es que este trabajo sirve igualmente como un instrumento que recopila estos diversos pensamientos y ayuda a plantear un análisis más expedito de la influencia de la elección presidencial

norteamericana en el devenir de los colombianos.

Finalmente, la elección de Trump como presidente y su posesión en enero del 2017 marcaron un nuevo interrogante para los analistas de los medios de comunicación en el mundo y, en general, para los generadores de opinión en Colombia. Esto se debe a que reconocen en Estados Unidos un aliado histórico y muy influyente en el desarrollo de la política colombiana.

Con este panorama, este trabajo de investigación monográfica resulta apropiado porque estudiará un asunto coyuntural, reciente y que aún no se ha desvelado del todo. Además, brindará luces para identificar la manera en que los columnistas de estos periódicos colombianos enmarcan la realidad de la política estadounidense y, a partir de ello, medir su impacto en el quehacer de todos los colombianos.

De igual manera, a través del análisis expuesto en las siguientes páginas de esta investigación se podrá determinar cómo se ha formado la opinión pública colombiana –entendida como aquella que consume columnas de opinión *on line*- con respecto a un asunto de capital importancia, como lo es la elección del presidente de los norteamericanos.

ESTADO DEL ARTE

Conocer lo que opinan, los gustos y las preferencias de las audiencias siempre han sido unos parámetros que los directivos de los medios de comunicación y de las campañas políticas han perseguido, por lo menos, desde mediados del siglo XX cuando la propaganda –nutrida con el contenido político, pero difundida a través de los canales mediáticos- se convirtió en una valiosa herramienta del poder.

Desde entonces, los esfuerzos por estudiar el origen de los contenidos más idóneos para lograr estos cometidos y el análisis de los mecanismos más efectivos para obtener información relevante y extra, con respecto a este asunto, ha permeado distintos campos de estudio: uno de ellos ha sido el de la comunicación, analizada, claro está, desde el ámbito de la academia.

El *framing* apareció como una primera respuesta a todas esas preocupaciones sobre la manera en que se configuraba la realidad, retratada y reconstruida por los medios de comunicación, de una manera tan puntual y específica. Inclusive, algunos académicos (**Giménez, 2006**) consideraron que recién terminada la Segunda Guerra Mundial ya iniciaron los primeros esfuerzos por ocuparse de este campo de trabajo.

A estos primerísimos estudios se les conocía por sus características de detenerse en los análisis más objetivistas que, más adelante, serían revertidos por otras ramas de las ciencias sociales como la psicología, que no entienden al ser humano como una simple máquina que genera información, pues bajo esa característica mecanicista (**Giménez, 2006**) se gestaron los primerísimos análisis del *framing*.

No obstante, la profesora española Teresa Sádaba **(2001)** fue aún más lejos y señaló el origen del *framing*, en la segunda década del siglo XX. Para ella, esta teoría surge de la mano de otro concepto denominado “definición de la situación” **(Sádaba, 2001: 145)**, a través del cual se hace una disrupción de la manera como el ser humano percibe las situaciones, las relaciona y decide participar en ellas.

La académica ibérica señala que “El concepto de ‘definición de la situación’ es introducido por William Isaac Thomas en 1923 al afirmar que ‘las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias’” **(Sádaba, 2001: 145)**. Lo anterior no es otra cosa que una evidencia de que estos estudios comenzaron con un amplio interés en desagregar el propio deseo y los gustos del hombre de su capacidad cognitiva y racional.

En este aspecto, la profesora Sádaba lo acota al indicar que “(...) de manera que la realidad interpretada pasa a constituirse como la realidad social por excelencia” **(Sádaba, 2001: 145)**. En efecto, lo anterior quiere decir que el ser humano, antes de que decida realizar un movimiento o actuar, “(...) se hace una idea de la situación que tiene ante él, consultando con sus actitudes y conocimientos previos” **(Sádaba, 2001: 145)**.

Antes de ese gran salto cualitativo que esta teoría tendría a partir de la década de los 80 del siglo XX, hubo espacio para generar un pequeño debate en el que se consideró la pertinencia de desligar la neutralidad del oficio periodístico, pues el carácter subjetivo del propio reportero era prueba suficiente para sospechar de un oficio que, por entonces, se ufanaba de ser objetivo.

A raíz de esa interpretación más liberal, entraron en vigencia los aportes que transformarían para siempre el desarrollo de la teoría del ‘encuadre’, como también se le conoce en el mundo hispano, y la manera como se concebía la relación entre las audiencias y los medios de comunicación.

Los propios precursores de la teoría del *framing*, Gregory Bateson, Ervin Goffman y el propio Robert Entman fueron los primeros en desarrollar una teoría en la que, si bien los medios de comunicación ni sus contenidos eran la prioridad, la sociología y la psicología parecían traslaparse y complementarse entre sí para dar respuestas sobre el comportamiento humano.

Tras los pasos de estos investigadores del *framing*, se concentró entonces el anglosajón Todd Gitlin (**Aruguete, 2011**), quien en la década de 1980 descubrió que ese modelo aplicado en áreas como la sociología o la psicología bien podría funcionar en el rubro y en el quehacer de los medios masivos de comunicación. Se arriesgó a apostar por esa intuición intelectual y empezó a investigar el impacto real del ‘encuadre’ o *framing* en las ciencias propias de la comunicación.

Lo primero que se le ocurrió fue aprovechar la coyuntura que había vivido el mundo de la posguerra: el creciente malestar y desencantamiento por muchas de las instituciones gubernamentales. Por eso, redactó un texto que se viralizó en el entorno académico “*The Whole World is Watching*” y en el que contaba el rol de los medios de comunicación en la composición política de la nueva ideología de izquierda (**Aruguete, 2011**).

Puntualmente, el caso que allí expuso fue el de un grupo de estudiantes que se comportaron reactivamente, a modo de protesta por una situación política específica, y de qué manera los medios de comunicación tuvieron

injerencia en el comportamiento de ellos por la manera en que 'encuadraba' o divulgaba bajo ciertos parámetros la información disponible.

Pero además de Gitlin, también es necesario darle crédito a otro estudioso de estos temas y quien hace parte importante en la historia del estudio del análisis de contenido de los medios de comunicación y, por supuesto, en la aplicación de la teoría del *framing* a este propósito.

Se trata de Gay Tuchman, quien junto al primero es uno de los pioneros en poner "(...) en tela de juicio el objetivismo periodístico" (Mariño, 2006: 1). Con esta información, los años 80 del siglo XX se convirtieron en la temporada ideal para que los medios de comunicación fueran objeto de estudio en una revolución intelectual en la que el *framing* era el protagonista.

Al respecto, la maestra Teresa Sábada indica que todo esto tiene un origen clarísimo en el desarrollo de la sociología que, apalancada en el progreso mismo de otras áreas sociales, el desarrollo del *framing* fue inminente:

"Dentro de esta rama de la sociología, se encuadran tres escuelas cuyas aportaciones aparecerán continuamente en los autores que estudian el *framing*: se trata concretamente del interaccionismo de la Escuela de Chicago, de la fenomenología y de la etnometodología. Las tres, con amplias relaciones entre sí, irán sembrando terreno que permita la aparición del *framing* como concepto explicativo en las ciencias sociales" (Sádaba, 2001: 146).

Pero, todo ese furor investigativo y académico de los años 80 se convertiría a largo plazo en la temporada clave para el desarrollo de

diversos estudios, puesto que:

“La llegada de los años ochenta [del siglo XX] supone la consolidación del paradigma de los efectos limitados como una explicación más plausible que las atribuciones de poder ilimitado propias de décadas previas. Dentro de este paradigma, conceptos como las agendas y los encuadres dan muestras de su validez, en tanto que combinan su simultánea naturaleza individual y colectiva con la posibilidad de que su construcción sea responsabilidad tanto de los periodistas como de la audiencia” **(Mariño, 2006: 1)**.

En efecto, lo que la profesora española Teresa Sádaba **(2001)** acota es que en esa época el gran avance significativa en las investigaciones académicas sobre las audiencias de los medios masivos de comunicación y la teoría del *framing* confluía en un solo concepto: el límite.

Es decir, la capacidad específica que tiene cada medio de comunicación de influir directamente, pero con un coto, en la audiencia, pues esta no se puede concebir como una materia inerte, no pensante ni actuante.

Seguramente, en esa época la capacidad de interacción de la audiencia era mucho más reducida y limitada que la que vive hoy, en el cierre de la segunda década del siglo XXI, pero también es necesario pensar que desde esa época los creadores de contenidos y los propios directivos de los medios masivos de comunicación encontraron en el *framing* una valiosa herramienta para acotar sus objetivos y optimizar el trabajo.

Sin duda alguna, el establecimiento de otras teorías como la de la agenda *setting* también supuso un nuevo descubrimiento en el que la audiencia nuevamente había sido subvalorada, pues era contemplada como una

contraparte que no generaba reacción alguna ante la emisión de un mensaje.

Esto constituyó otro avance significativo en el largo camino que la teoría del *framing* y los estudios de análisis de contenidos de los medios de comunicación debieron recorrer para que hoy se consolidara su posición intelectual, puesto que:

“Esta cercanía [la referente al paradigma de proximidad entre los ‘encuadres’ y las agendas propias de los medios de comunicación] se traduce en el establecimiento de unas fronteras excesivamente difusas entre las teorías del encuadre y las de la configuración de la agenda, que sólo se ven franqueadas por la acumulación de evidencia empírica que ambas han protagonizado en los últimos veinte años” **(Mariño, 2006: 1)**.

Y justamente esa reflexión también la realizan otros académicos **(Mariño & López-Radabán, 2009)** quienes consideran que ese creciente esfuerzo por conceptualizar una noción como el *framing*, incluso elevándolo a la categoría de una teoría, ha beneficiado a la comunicación en sí misma porque le ha abierto un nuevo campo de desarrollo que los académicos también han aprovechado para analizar y estudiar.

Sin embargo, además de los valiosos aportes de estos académicos de orígenes norteamericano y europeo, hacia finales de la década del 90, en el siglo XX, este fenómeno empezó su expansión hacia otros campos de pensamiento en los que el análisis del ‘encuadre’ de la realidad se hizo pensando en el impacto que podían tener las audiencias mismas de los medios de comunicación.

En esa tarea, uno de los primeros académicos que obtuvo la responsabilidad de conducir las investigaciones previas de Goffman, Bateson y Entman a otro nivel fue Dietram Scheufele. Para él, el análisis de contenido de los medios de comunicación pasaba por la comprensión de la conducta consumida por la audiencia.

Las investigaciones en esta área (**Scheufele, 1999**). De acuerdo con sus apreciaciones, una de las claves para comprender este desarrollo científico incipiente era encontrar una conexión entre los gustos propios de las personas y sus patrones de consumo. Tenía claro que esta fórmula le permitiría a quienes trabajaban con las audiencias tener un punto a favor, cuando llegara la fase de creación de contenido.

Estos avances investigativos fueron los que permitieron, entre otras cosas, que los académicos prestaran cada vez más atención a estos asuntos porque consideraron un interesante caso de estudio la preocupación que muchos medios de comunicación mostraron hacia la forma como reaccionaba la audiencia a la información emitida.

Pero, si bien este fenómeno se marcó y acentuó justo hacia finales del siglo XX, hubo otros investigadores (**Humanes, 2001**) quienes consideraron que este firme propósito e intención de investigar ya se venía desarrollando desde principios de ese siglo, pues fue en ese entonces cuando se cuestionaron sobre la manera en que la prensa –que por entonces era la más desarrollada, frente a una incipiente radio y a una televisión que aún no existía comercialmente- daba cuenta de la realidad y evidenciaba los avatares del mundo, pues en esa época ya se le consideraba como una institución de gran poder dentro de la estructura de las democracias.

En la primera década del siglo XXI, uno de los países que quizás más aportes le ha dado, a través de sus investigadores, a la consolidación de la teoría del *framing* ha sido, por supuesto, España.

El territorio ibérico ha difundido en diversas escuelas de comunicación el legado de Entman, Bateson y Goffman para que una nueva generación de investigadores enriqueciera el tema con sus aportes.

En este país, por ejemplo, podríamos identificar dos momentos en la era reciente: los aportes de la maestra Teresa Sádaba y el de quienes trabajaron de su mano o, inclusive, fueron discípulos suyos. En una investigación académica, se reconoce este aporte intelectual:

“En España, los trabajos de Rosa Berganza, María José Canel, Marisa Humanes, Pilar Giménez o Juan José Igartua son referentes válidos en la incipiente perspectiva sobre el ‘encuadre’ noticioso, pero sus propuestas priman el nivel empírico sobre el teórico, carencia en parte motivada por los requisitos que impone el formato de publicación de los artículos científicos. En cambio, Sádaba ha sido la primera investigadora capaz de publicar una obra de horizonte internacional en la que, más allá de la aplicación puntual sobre un tema concreto, se ofrece un esfuerzo sintético que perfila el contexto histórico de producción del *framing* y las diversas ramas que han contribuido a imprimirle su poliédrica forma actual” **(Mariño, 2006: 1)**.

Con base en todo lo anterior también vale la pena reseñar que en los aportes académicos de esta región del mundo también hubo quienes aplicaron el *framing* directamente al análisis de los contenidos de los medios de comunicación y encontraron en ese mundo una nueva manera

de configurar la realidad.

A través de este esfuerzo académico, varios estudiosos de las materias sobre los 'encuadres', en el periodismo, tenían claro que sin estos aportes el desarrollo de los medios masivos de comunicación se hubiese mantenido hacia el precepto de que todo lo que producían tenía un impacto meramente unilateral. Y aquello era un error, puesto que el *framing*, por sí mismo, plantea que "(...) los contenidos informativos no solo fijan la agenda pública, sino que también dictan implícitamente al público una forma de pensar sobre asuntos específicos (...)" **(Igartua & Otero, 2006)**.

Estos autores han manifestado, de manera puntual, que el propio concepto del *framing* está aun muy lejos de consolidarse y de aceptarse de manera unificada. Pero dentro del estudio y la evolución de la investigación sobre los contenidos aplicados para los medios de comunicación, está claro que el capítulo designado para la prensa goza de buena 'salud', toda vez que ya ha recorrido camino para determinar su influencia en el desarrollo mismo de las audiencias:

"Tankard (2001) afirma que encuadrar una información noticiosa implica: a) enfocar un tema de una cierta manera o perspectiva; b) fijar una agenda de atributos; c) elegir (seleccionar) ciertas palabras clave para confeccionar un discurso; d) manipular la saliencia de ciertos elementos o rasgos (dotar de énfasis a algunos de ellos); y, e) elaborar una "idea organizadora central" para construir la historia informativa. Por otro lado, de Vreese (2003) considera que el proceso de framing está relacionado con dos operaciones básicas: seleccionar y enfatizar (hacer saliente), palabras, expresiones e imágenes, para conferir un punto de vista, una perspectiva o un

ángulo determinado a una información” (Igartua & Otero, 2006: 3).

Estos autores han manifestado, de manera puntual, que el propio concepto del *framing* se ha venido consolidando en los últimos veinte años, aproximadamente. Con los aportes intelectuales de los investigadores norteamericanos y europeos, sobre todo, este se ha consolidado como un de los principales casos de estudio que debe tenerse en cuenta, cuando de análisis de contenido se trata.

Por intermedio de esta teoría, los medios de comunicación han consolidado, hasta cierto punto, su hegemonía en el impacto que generan los contenidos en las audiencias. Claro está que la teoría del *framing* posee un campo de estudio tan amplio como para que sus raíces la refuercen y la difusión de su desarrollo no sea un contenido exclusivo de los medios de comunicación, del análisis de las audiencias, de la implementación de la psicología, entre otros. Este concepto puede ir mucho más allá y ofrecer diversas alternativas de estudio y de exploración intelectual, según lo advertido por otro de los maestros españoles expertos en el asunto:

“La orientación multidisciplinar de esta obra se hace manifiesta al comprobar que el análisis de la teoría no se limita a los medios de comunicación, que sería el campo más inmediato de aplicación, sino que rinde tributo a los fundadores de la propuesta y propaga su estudio hacia terrenos dotados de mayor amplitud, como la cultural o la teoría de la representación, en donde la noción de ‘encuadre’ sigue dando sobradas muestras de validez analítica” (Mariño, 2006: 1).

INTRODUCCIÓN

Colombia siempre ha estado pendiente del comportamiento de otros países y, con base en ese devenir, ha fijado metas de crecimiento, proyecciones del desarrollo social y otra serie de logros que, en el largo plazo, bien podrían resultar en una utopía.

Desde que esta República se independizó de España hace por lo menos dos siglos, los vaivenes de la política han sido generados, entre diversas circunstancias, por las intervenciones de dos agentes que han acompañado el paso de los años en este país: el desarrollo de los medios de comunicación y las decisiones de los políticos.

Ambos han fungido como un par de ingredientes esenciales en la gestación de los grandes avances del país. Es verdad que estos mismos agentes han sido los testigos de los momentos más aterradores de la república y, por qué no, han sido en buena parte los responsables del retroceso del país en distintos ámbitos.

En el caso de la prensa colombiana, que viene funcionando prácticamente desde mediados del siglo XVIII, ha sufrido ingentes transformaciones, claro está, mucho antes de que sucedieran revoluciones tan trascendentales como la aparición de la radio, la televisión y la internet, en su orden respectivo.

La prensa escrita fue la que, durante un periodo hegemónico que abarcó la reconstrucción y difusión de los hechos del país durante casi dos siglos – incluyendo los albores del siglo XVIII hasta finales del siglo XIX- esta se constituyó en una herramienta clave para conocer el desarrollo y el progreso de otros países y, con base en esto, gestionar una posición

propia, a modo de meta, que le permitiera al país enfocarse y proyectarse.

En un primer barrido histórico general –porque como el objeto de este trabajo de grado no contiene un componente estrictamente histórico, sino más bien práctico y analítico en cuanto a la aplicación de la teoría del *framing* al cubrimiento periodístico de un hecho particular-, bien podría decirse que la prensa fue una herramienta política en la etapa posterior a la Colonia y que, aún con el olor del yugo español, generó pequeñas revoluciones, como la propia de los Comuneros y la de aquellos que desde la capital y ciudad más importante del territorio, Santa Fe de Bogotá – fundada hacia 1538 por un aventurero español- difundieron nuevas formas de pensamiento con el estricto propósito de despertar la conciencia de los connacionales reprimidos por las órdenes de la Corona Española que durante buena parte del siglo XVIII y XIX se autoproclamó como la gestora del desarrollo de Colombia.

El rol de la prensa, según varios estudiosos en la materia, pasó primero por emular el papel de un replicador de asuntos de interés general que, de la manera más rústica y primaria, no tenía en cuenta una estrategia sobre qué debía informarse y bajo qué contexto. Así que, los primeros rastros de la prensa en Colombia atendieron más a una coyuntura de emergencias y de reportes de cataclismos que de decisiones humanas sobre un asunto específico.

Con el paso del tiempo, la prensa desempeñó un papel preponderante en los años previos a la consolidación de la independencia, pues fue en los confines del siglo XVIII y en los comienzos del siglo XIX cuando varios líderes políticos comprendieron la importancia de informar a la gente, sobre todo si se trataba de una estrategia política para obtener apoyo popular o para desprestigiar a la competencia, y por tal motivo fueron los primeros en

crear sus periódicos o, por lo menos, en obtener la venia de los que ya existían para que fungieran como replicadores de la información que era de su interés y conveniencia políticas.

Con la Independencia en el bolsillo y con el malestar generalizado de la Corona Española por la pérdida de control de un territorio estratégico como el de este país, que por entonces no había sido constituido aún como la actual República de Colombia, la prensa fue logrando más protagonismo en el desarrollo de la sociedad misma, pues se convirtió no solo en ese mecanismo que hacía eco de los grandes acontecimientos naturales o políticos que cambiaban el curso de la sociedad, sino que también sirvieron como primer mecanismo para difundir la lectura y concienciar a la gente sobre otra cantidad de asuntos específicos y para consolidar los poderes políticos en los pensamientos y actuaciones de un grupo selecto de personas.

Con tal panorama, hacia mediados del siglo XIX, el país –que ya contaba en su corta vida republicana con una nada encomiable historia de conatos de lucha y de incipientes guerras internas y fratricidas- tuvo otro hito en su desarrollo político: el surgimiento del bipartidismo.

Específicamente, el surgimiento de los partidos conservador y liberal constituyó la consolidación de las ideas que antes se venían fraguando con otros nombres, en diversas partes del país y en distintos momentos históricos, como el de la lucha de emancipación definitiva del yugo español, gestado en Boyacá a finales de la década de 1810, en la que aún se hablaba de una batalla entre el ejército real y el patriota: que en otro contexto bien podría haber sido el de la política representativa española contra la política aborígen y propia de este territorio.

El nombre de los partidos políticos también consolidaba esa búsqueda que durante años habían tenido quienes pensaban de una manera más liberal, pues requerían una clara diferencia de quienes veían el mundo con una óptica más mesurada, más conservadora.

Cuando los partidos políticos fueron una realidad, también se agudizaron los problemas de una república que apenas gozaba de la salud de su juventud, pues en 1810 había nacido y con menos de cincuenta años de funcionamiento ya era puesta a prueba para albergar las huestes liberales y conservadoras.

Esta no fue una época sencilla y muy cercana a las decisiones polémicas que más afectaban el desarrollo del país y de la estructura misma del Estado. Las diferencias por la distribución de la tierra, por la distribución de la riqueza e incluso la diferenciación y jerarquía en los mandos de poder fueron creando, casi de manera imperceptible, una estabilidad social que terminaría por estallar en la denominada Guerra de los Mil Días, un vivo ejemplo de la crueldad de una guerra civil que azotó el inicio del siglo XX en Colombia.

Pero esa revuelta no fue gratuita. Además del descontento masivo por los motivos ya expuestos, la búsqueda constante de una identidad como país y nación marcaron la fragilidad de Colombia y, durante todo el siglo XIX, una seguidilla de cartas magnas y cambios constitucionales –que incluían además los cambios abruptos de un sistema federalista a uno centralista o los diferentes nombres con que se quería reconocer al territorio, dependiendo del político de turno- terminaron por crear el ambiente caótico y propicio para que se desatara una guerra civil.

Esa guerra no solo marcó un momento histórico por la cantidad de muertos

que dejó, sino porque desató un nuevo capítulo de inestabilidad en el país y de un desarrollo muy reducido tanto para la economía como para la política colombianas.

Durante la misma, se vivió un periodo político de alta tensión porque se evidenció una 'enfermedad' que afectaba a la democracia desde que el bipartidismo se hizo realidad en el contexto decimonónico: no existía alternancia en el poder ni equilibrio de cargas entre los dos partidos políticos que, por cierto, eran los que encabezaban el monopolio político.

Por aquel entonces, los ciudadanos solamente podrían adscribirse a la causa del Partido Liberal o a la del Partido Conservador. Con sus beneficios y desavenencias, no había de dónde escoger. Esto hizo que en el comienzo del siglo XX el país tratara de reaccionar, pero la hegemonía conservadora que por entonces sostenía el progreso del país aplacó cualquier idea de liberalizar o democratizar aún más el acceso a la política.

Y casi en el cumplimiento del primer centenario del bipartidismo en Colombia, la historia volvió a escribir una línea *perenne* para quienes heredaran el país más adelante: el asesinato selectivo de un líder político de orden liberal que, como si fuera un ejercicio mesiánico, desató un caos en el centro de Colombia y que se conocería después como El Bogotazo.

Este hecho no solo marcaría una nueva etapa política en el país, sino que lamentablemente también le abriría la puerta a un nuevo capítulo de muerte: en un periodo que los académicos e historiadores han denominado como La Violencia, este vejámen se recrudeció a raíz del asesinato de ese líder liberal y por ahí derecho fraguó la gestación de una de las guerrillas más longevas de América Latina y de occidente: las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Farc EP.

Con la consolidación de esta guerrilla de ideología izquierdista y fundamentada en las corrientes marxista y leninista devenidas de la Revolución Rusa y de la consolidación de la otrora Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas – URSS, surgió un nuevo capítulo de violencia en Colombia que rápidamente fue condimentado con otro hecho: la creación de un modelo bipartidismo de reparto equilibrado del poder.

Ese equilibrio de cargas políticas que acaparó casi toda la segunda mitad del siglo XX en Colombia, debía fortalecer la institucionalidad del país –que por entonces todavía funcionaba con una constitución de casi cien años de antigüedad, pensada en otro contexto- para hacerle frente al último gran flagelo que azotaría al país en las últimas décadas de ese siglo: el narcotráfico.

Con esta práctica económica ilegal, hubo un terreno abonado para que otros grupos guerrilleros de menos cuantía que las Farc se organizaran y, por ahí derecho, le dieran vida al paramilitarismo en el país por cuenta del hartazgo de muchos colombianos que eran maltratados y azotados por las directrices izquierdistas con las que actuaba una guerrilla como las Farc.

Entrados en el siglo XXI, Colombia ya contaba con una nueva carta constitucional que le ayudó a modernizarse, aunque no lo suficiente, para adaptarse a los nuevos desafíos políticos, económicos y sociales que viviría el mundo en un nuevo siglo, por ejemplo, con el fin del rifirrafe entre las dos potencias mundiales remanentes de la Segunda Guerra Mundial: Estados Unidos de América y la URSS.

En medio de todo ese panorama –que en este trabajo de grado, insistimos, narramos de manera escueta porque no corresponde al objetivo principal

del mismo, sino que hace parte del contexto en el que surge la influencia de la prensa en el país y eso es un asunto que sí nos llama la atención por el contenido periodístico que utilizamos para realizar nuestra pesquisa-Colombia se erigió como una república independiente en la que la prensa ha seguido de cerca todos esos acontecimientos que la han llevado a constituirse como el país que es actualmente.

Todo este bagaje histórico le dará aún más sentido a los resultados hallados (ver **RESULTADOS**) sobre la pesquisa específica que hicimos y, de paso, ayudará a comprender aún más la decisión para elegir a los periódicos que sirvieron de pretexto para analizar los textos de opinión (ver **MARCO METODOLÓGICO**).

El periodismo en Colombia

Tal como se señaló líneas atrás, el oficio del periodismo junto con el ejercicio de la política han sido testigos, y casi generadores, de los grandes acontecimientos –de progreso o retroceso-, desde hace por lo menos tres siglos, que ha tenido este territorio que hoy se conoce como la República de Colombia.

Pero el periodismo no se creó ni se inventó en latitudes próximas al territorio sudamericano que hoy lleva el nombre de nuestro país. De acuerdo con los registros históricos, este oficio tuvo sus orígenes en Europa, hacia el siglo XV, es decir, casi doscientos cincuenta años antes de que se abriera paso en Colombia.

Al igual que el modelo replicado siglos después en Colombia, el periodismo surgió en Italia, puntualmente con los registros más antiguos en Venecia,

para dar cuenta de los acontecimientos diarios del territorio y para registrar los hitos o eventos naturales que afectaran a la población.

El nombre actual de varios de los periódicos más afamados de Italia no es una casualidad o una mera invención del siglo XX. La palabra *gazzetta*, que del italiano al español traduce “gaceta” fue el nombre que se les designó a esos primeros periódicos dedicados en el sur de Italia a retratar el día a día de los habitantes y uno que otro sobresalto apenas natural de la época.

Por ejemplo, en el caso de los puertos italianos, las gacetas se convirtieron en los aliados perfectos para dejar un registro escrito, además del propio que dejaba cada carta de navegación y cada registro marítimo. Pero más allá de los quehaceres diarios de diversas poblaciones, la prensa europea tampoco tenía muy claro el propósito de esos textos, pues la revolución de la imprenta había masificado y facilitado la producción de este tipo de informaciones, pero era claro que aún había un amplio déficit entre la población letrada y la iletrada.

El periodismo, claro está, podrá decirse que encuentra sus raíces en las propias culturas de los fenicios y egipcios y en los primeros registros de papiro en los que se anotaban, casi a manera de crónicas, los hechos más relevantes de una población, tales como acontecimientos funerarios, ritos de celebración, procedimientos de supervivencia, entre otros.

Pero, como una publicación periódica y masiva se le conoce realmente a partir del siglo XV, como lo mencionamos. No obstante, existen algunos vestigios de que en países como Francia y Alemania, la prensa encontró sus raíces aún en manuscritos que datan de los siglos XII y XIII, inclusive.

En este panorama, hubo periódicos tales como el *Journal d'un Burgeois* que abordó temas polémicos sobre la política y sobre el desarrollo de la sociedad parisina agobiada por las enfermedades y las restricciones, en los comienzos del siglo XV (**Piedrahita, 2003**) y que, además, encontró en París una sede perfecta en la que el cúmulo de bihemios e intelectuales se convirtieron en catalizadores de su consumo y en replicadores de los contenidos que este periódico podría ofrecerle a las personas.

Sobre el caso alemán, el caso es similar, toda vez que la sociedad germana ya contaba, hacia mediados del siglo XV con un amplio número de pobladores que eran alfabetos y conocían de primera mano la importancia de estar informados, pues de no ser así el primer periódico impreso y distribuido en masa, en Alemania, no hubiese sido una realidad hacia 1457, cuando el *Nürnberg Zeitung* vio por primera vez la luz (**Piedrahita, 2003**).

Continuando con este recorrido y con la evolución misma de la prensa, que encontró en la Europa occidental el terreno abonado para producirse masivamente, este modelo terminaría por arribar al continente americano a través del transporte de las embarcaciones que cruzaban el Atlántico en búsqueda de nuevos territorios por conquistar.

Se dice que los galeones y barcos españoles que, por cierto ya gozaban del privilegio de acceder a la lectura periódica de la prensa que también se desarrolló en esa parte del mundo en pleno siglo XV, traían consigo todo tipo de materiales para el intercambio. Entre esos, los materiales de la prensa y todo tipo de textos que sirvieran para alfabetizar a la eventual población encontrada en esos nuevos territorios.

De los datos encontrados en esta parte del mundo, se sabe que uno de los

primeros periódicos en existir formalmente fue el de “Hoja de México”, que apareció hacia 1541 (**Piedrahita, 2003**) y que también sirvió para registrar los hechos que llevarían a la derrota de Moctezuma y del establecimiento europeo en esa parte del continente (**Barrera, 2004**).

En este siglo XV, entonces, la prensa se empezó a consolidar a escala mundial como ese modelo comunicativo que informaba sobre los hechos más ocurrentes en las distintas poblaciones y que, por supuesto, servirían de bases académicas, periodísticas y hasta políticas para asentar grandes conglomerados mediáticos años más adelante.

Si bien no hay un registro certero sobre la cantidad de prensa disponible a principio del oficio mismo del periodismo, sí podremos decir que en el siglo XV y en los albores del siglo XVI ya existían periódicos impresos en diversas partes del mundo y algunos de ellos fueron: el *Standford Mercury* (1695) de Inglaterra; la *Gazzetta Publica* (1640) de Italia, y el *Frankfurten Journal* (1615) que apareció en Alemania (**Banco de la República, 2017**).

Y contando con la masificación de este modelo de impresión en Europa y de los innumerables intentos de los aventureros de este territorio por llegar a América, la prensa terminó siendo un elemento de importación a estos territorios. Con base en lo anterior, no fue sino hasta el siglo XVIII cuando se empezó a masificar su uso. Entre los periódicos más antiguos de América Latina se pueden encontrar: la “Gaceta de México”, fundada en 1722; la “Gaceta de Lima”, en 1743; el Aviso del Terremoto, en Colombia, en 1785; el Papel Periódico de La Habana, en 1764, entre otros (**Banco de la República, 2017**).

El periodismo en Colombia, como lo hemos mencionado, encontró

igualmente su desarrollo en la segunda parte del siglo XVIII. Con el auge de la prensa en el resto del continente americano. En este país empezaron a surgir publicaciones a raíz de los desastres naturales o de los intereses políticos que demandaban y determinaban el progreso y desarrollo de la sociedad colombiana de aquel entonces.

En ese sentido, el primer registro que existe es el del periódico denominado “Aviso del Terremoto” que, como su nombre lo indica, sirvió para dar cuenta de aquel cataclismo que azotó a Santa Fe de Bogotá, en 1785 (**Banco de la República, 2017**) y que sirvió para informar a unos pocos sobre los acontecimientos ocurridos con ocasión de ese desastre natural.

Y a esa publicación también le siguieron otras publicaciones como la “Gaceta de SantaFe”, publicado por primera vez en 1785, y el propio “Papel Periódico de la ciudad de SantaFe de Bogotá” que vio la luz en 1791 (**Banco de la República, 2017**).

Hasta ese momento, la función secundaria de esos periódicos ocasionales era darle una respuesta al descontento que tenía la población cautiva con el yugo de la Corona Española. En cierta medida, estos primeros periódicos no solo informaban sobre hechos inocultables, como el caso de los desastres naturales, sino que también sentaron las bases para la transformación cultural que viviría el país de cara a un proceso de alfabetización.

Pero el verdadero siglo de desarrollo político de la prensa colombiana bien podría ser el siglo XIX. En esta época no solo se conformaron las vertientes políticas que aún hoy tienen el liderazgo del país, sino que se convirtieron en herramientas políticas para decantar el fastidio contra la

opresión española, por un lado, y por el otro, sirvieron para un sector exclusivo de la población descubriera el mundo de otra manera, con más información y datos de contexto.

“El primer golpe mediático lo dio Jorge Tadeo Lozano, durante los primeros meses del siglo XIX, cuando a través de su *Correo curioso, erudito, económico y mercantil* logró agrupar a los primeros grupúsculos de intelectuales bogotanos que lo utilizaban como un mecanismo para difundir sus pareceres y su opinión sobre la economía local, la vida política, los principales eventos sociales, entre otros.

Este periódico, que como nombre sucinto decidió aparecer públicamente como el Correo curioso existió entre el 17 de febrero y el 29 de diciembre de 1801, a través de 46 números. A su paso, la prensa fue transformándose cada vez más en una herramienta política para quienes se sentían oprimidos en el entonces Virreinato de la Nueva Granada” (**Velandia, 2015: 76**).

En ese siglo, pues, la prensa terminó de consolidarse cuando aparecieron diversas publicaciones periodísticas en casi todos los rincones poblados del país. Con ese poder informativo, la sociedad colombiana tuvo mayores elementos de rigor y de juicio para acelerar su desarrollo, pues estaba mejor informada, aunque vale la pena recalcar que todas estas publicaciones aún tenían dificultades y muchos desafíos para masificarse, puesto que las publicaciones en serie todavía eran muy costosas.

Algunos de los periódicos con tinte político que protagonizaron el manejo de la información política en los albores de la independencia del país fueron: el “Diario político de Santafé de Bogotá”, fundado en el mismísimo

1810; el “Argos americano”, también fundado en ese año de la Independencia; “La Bagatela”, fundada en 1811; y el “Argos de Nueva Granada”, en 1812, por ejemplo **(Banco de la República, 2017)**.

Con el paso del tiempo, la consolidación de la prensa en el siglo XIX sustentó las bases para que continuara su desarrollo en el siglo XX, cuando, entre otros, nacieron los periódicos que sirvieron como fuente de información para sustentar este trabajo de grado: los periódicos El Tiempo, fundado en 1911; y El Colombiano, fundado un año después, en 1912. **(Banco de la República, 2017)**.

De esta manera, el siglo XX se consolida también como un importante periodo en el desarrollo de la prensa en Colombia y, aunque en este trabajo de grado no ahondaremos en los desarrollos propios de la radio, la televisión y la internet –porque no son el enfoque de desarrollo de esta pesquisa se fundamenta en los periódicos- somos conscientes que la prensa colombiana sufrió una transformación, tal como ocurrió en los demás países del mundo, con el auge de ese tipo de plataformas que aumentaron la cobertura y difusión de la prensa existente.

La política reciente de Estados Unidos

Si bien Estados Unidos de América es un país con una historia de casi cinco siglos, desde que fue fundado, para efectos prácticos de este trabajo de grado nos concentraremos únicamente en abordar –tampoco con mucho detalle porque esto es un somero barrido histórico que robustecerá el desarrollo del análisis de las columnas de opinión surgidas en el contexto de las elecciones presidenciales celebradas en territorio estadounidense, en el 2016- la historia reciente de los comicios electorales

estadounidenses.

Y aunque en esa parte del mundo el bipartidismo y el sistema presidencialista y federalista se han sostenido desde las raíces mismas de la democracia implantada a finales del año 1700, haremos un especial énfasis en el desarrollo del Partido Republicano, pues es en dicha colectividad en la que está centrada nuestra atención, toda vez que el presidente actual de los estadounidenses, Donald Trump, es el representante actual más visible de esa facción política.

Para empezar, debemos también decir que la política en los Estados Unidos de América es tan amplia como apasionante.

“Otear el futuro de cualquier nación es aventurado. En un país tan inmenso y tan espléndidamente contracitorio como Estados Unidos, a buen seguro que es un acto de arrogancia. Estados Unidos puede estar dirigido por la nación conservadora, pero contiene una miríada de futuros potenciales. De todos modos, un buen sitio para comenzar la indagación es el órgano de gobierno previsto por los Padres Fundadores para estar más cerca de la opinión pública –la Cámara de Representantes- (...)” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 476).**

Comprendiendo ese panorama, nos queda claro que el ejercicio político en la historia reciente de los Estados Unidos de América ha generado todo tipo de especulaciones y posiciones encontradas con respecto a cuál debería ser el uso ideal de esta información electoral y de las características que un verdadero líder político debería tener para ejercer un cargo con firmeza y sin muchos obstáculos.

Pese a que la política estadounidense ha sido ampliamente reseñada y estudiada por diversos analistas, expertos y académicos del mundo, el simple hecho de estar inmersa en un país con una riqueza cultural tan amplia y exquisita continúa exacerbando el interés por ahondar más en ella y por profundizar en su funcionamiento.

Al final, siempre ha atraído a los mejores analistas, y no en vano quienes alcanzan a formar parte del gobierno estadounidense, desde posiciones privilegiadas, terminan por dar conferencias o escribir libros para indicar algunos pormenores de sus gestiones y, sin duda alguna, la gran mayoría acusa una grandísima recepción en la gente y en el público porque todavía encuentran interesante ese ejercicio.

Ese creciente y casi impostergable interés por conocer más sobre la política estadounidense ha sido uno de los elementos que ha mantenido al país en boga de todo el mundo.

Por su propia cultura, su propia política y, por qué no, su propia idiosincrasia; Estados Unidos siempre se ha mantenido como un objeto de estudio interminable:

“La cultura estadounidense es tan omnipresente que todo el mundo puede decirse que tiene en un Estados Unidos virtual metido en la sesera. El poder estadounidense es tan abrumador que en todas partes la gente observa a los políticos estadounidenses con la misma atención que los suyos propios.

Y a esta familiaridad la acompaña un creciente sentimiento de impotencia. La gente se siente por doquier ciudadano o ciudadana de

Estados Unidos en el sentido de que participa de su cultura y de su política” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 379)**.

De hecho, estas características son las que han diferenciado el desarrollo propio de los Estados Unidos de América y las que lo han erigido en el pedestal del interés político:

“Las diferencias entre Estados Unidos y sus aliados pueden encontrarse en una amplia variedad de áreas, desde la política exterior hasta del delito y su castigo, desde el sistema asistencial a la guerra contra el terrorismo; y se han hecho mucho más obvias desde el final de la guerra fría. Estas diferencias no son solo diferencias de política. En su raíz, la excepcionalidad estadounidense se basa en una combinación explosiva de dos factores: valores subyacentes distintos, muchos de los cuales se remontan a siglos atrás, y la influencia política de la derecha estadounidense. La posición abandonista de Estados Unidos en la mayoría de los asuntos está algo a la derecha de las posiciones abandonistas de otros países ricos. Y el movimiento conservador ha logrado en repetidas ocasiones exagerar aún más dichas diferencias” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 375)**.

Las recientes elecciones y la alternancia del poder casi demandante, desde la década de 1990 hasta la actualidad, entre demócratas y republicanos, ha demostrado que la política ha resultado apasionante y, sobre todo, ha ratificado el carácter conservador del país:

“La trayectoria vital del movimiento conservador estadounidense es relativamente corta. El conservadurismo excepcional de Estados Unidos se remonta, por otra parte, al nacimiento de la nación.

Estados Unidos siempre ha tenido instintos conservadores: recelo hacia el poder del Estado, entusiasmo por los negocios, profunda religiosidad. Pero, durante la mayor parte de su historia, Estados Unidos se ha sentido tan cómodo con su conservadurismo innato que no ha necesitado un movimiento político para articular los principios del conservadurismo o para acosar a sus enemigos” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 403).**

Al final, solamente los demócratas y republicanos que han estado al frente del poder podrán decir qué tan apasionante es en realidad. Para quienes lo estudiamos desde afuera, en este caso desde el ángulo de la academia para desarrollar nuestro trabajo de grado, también resulta apasionante y consideramos que la riqueza política de este país aún puede dar de qué hablar:

“No hay duda de que el conservadurismo estadounidense es un conservadurismo excepcional: el conservadurismo de una república comercial que mira más hacia adelante que hacia el conservadurismo reaccionario de la vieja Europa. Pero no deja de ser conservadurismo. Estados Unidos es el producto de una revolución, pero es una revolución muy distinta de la francesa. Y en la sociedad estadounidense ha habido de buen comienzo elementos –la religiosidad, el capitalismo y hasta la geografía- que han echado el freno a cualquier giro a la izquierda. Estados Unidos es el único país desarrollado del mundo que jamás ha tenido un gobierno de izquierdas” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 404 - 404).**

MARCO TEÓRICO

El desarrollo teórico de nuestro trabajo de grado, y por ende de toda esta investigación escrita, dependerá exclusivamente de la imbricación de tres elementos: el primero, el concepto de “columna de opinión”; el segundo, la definición de la “teoría del *framing*”; y el tercero, la historia reciente y el funcionamiento de las “elecciones” y del “sistema electoral” de los Estados Unidos de América.

El Marco Teórico de nuestro trabajo, además, servirá para profundizar en aquellos conceptos sobre los cuales se analizará el contenido periodístico seleccionado en El Tiempo y en El Colombiano.

Por medio de este marco, sustentaremos las bases de nuestro desarrollo textual y además de ello le daremos un nuevo aire conceptual basado en los aportes de varios académicos y expertos que ya han estudiado estos conceptos.

En este Marco, sustentaremos de igual manera las bases que aplicaremos al análisis de las columnas de opinión y que serán la llave de entrada a la consecución de los objetivos (ver **OBJETIVOS**) que nos hemos planteado en el inicio de este trabajo de grado.

Dentro de la conceptualización de cada uno de los términos citados, también habrá espacio para entender su contexto, por lo que habrán implícitas otras definiciones. Por ejemplo, en el caso de la “columna de opinión”, resultará imposible no hablar del continuo disenso que existe entre quienes se han atrevido a definir o nombrar los géneros periodísticos, como tal.

En el caso de la “teoría del *framing*”, también habrá espacio para reseñar los diversos aportes que las distintas escuelas de pensamiento y de intelectuales han hecho para constuirla. Sin duda, habrá líneas que sustenten las realidades cognitivas que plantearon en su momento las escuelas europea y norteamericana.

Y sin olvidar el concepto que sustentará el funcionamiento del “sistema electoral de los Estados Unidos de América”, también debemos advertir que esta será una oportunidad para destacar la historia reciente, de pugnas y mandatos disidentes, que han construído y acentuado los partidos Republicano y Demócrata en norteamérica.

Para lograrlo, haremos una suscinta revisión de quiénes han protagonizado las elecciones norteamericanas en las últimas décadas, cuáles han sido las claves de sus mandatos, cómo han puesto en marcha sus estrategias para mantenerse en lo más alto de la política estadounidense, entre otros aspectos más.

Sin duda alguna, esta sección de nuestro trabajo de grado puede funcionar como una guía conceptual que, a la luz de un análisis más expedito y detallado, nos sirva de catalizador para llegar no solo de la manera más ortodoxa, sino eficiente, a la consecución de los objetivos trazados en esta investigación cualitativa.

Con la intención de sugerir un orden básico de lectura y que facilite la comprensión de los términos, queremos iniciar con la explicación de la “columna de opinión”, pues consideramos que es uno de los elementos clave por cuanto buena parte de todo este trabajo investigativo se sustenta en la forma y el fondo de estos ejemplares del periodismo, en los periódicos El Colombiano y El Tiempo.

En segundo lugar, quisiéramos abrirle paso a la definición de la “teoría del *framing*”. A través de esta, daremos sentido a cómo los columnistas que estudiaremos, o mejor, sus trabajos publicados, lograron establecer unos *frames* o marcos sobre los cuales se desarrolló toda la opinión pública formada a partir de la lectura y consumo de los periódicos –en sus versiones digitales (ver **MARCO METODOLÓGICO**) desarrollaron.

En tercer lugar, y no menos trascendental, dejaremos a definición del “sistema electoral de los Estados Unidos de América”, por cuanto configuran el contexto natural y las bases sobre las cuales se emitió la mayoría de columnas de opinión que serán nuestro objeto de estudio.

Si bien, habrá tres momentos específicos (ver **Cronograma de Investigación**) a los que nos referiremos y sobre los cuales fundamentamos nuestra pesquisa en los motores de búsqueda de los portales web de El Colombiano y El Tiempo, es cierto que todo el sustento de esta investigación se centra en una coyuntura específica: la ascensión a la presidencia de Donald Trump.

Lo anterior, implica estancias definitivas como la designación del propio Partido Republicano para elegirlo como su máximo representante para luchar por la presidencia de los Estados Unidos de América, así como el momento álgido de las elecciones y de los comicios celebrados para elegir al mandatario norteamericano, hasta culminar en su momento de gloria y de posesión oficial en la Casa Blanca, como sucesor del primer presidente norteamericano y afrodescendiente de la historia: Barack Obama.

La columna de opinión

Dentro de los géneros periodísticos, la columna de opinión ocupa un lugar privilegiado. Se trata, pues, de uno de las formas de expresión más libres que un periodista –o quien, sin depender su profesión, ejerza este oficio– tiene a su disposición para crear una amalgama de información: el entretenimiento, más la opinión y añadido al rigor periodístico.

En ese formato, poco espacio se le ha designado históricamente, al menos en su definición, a la neutralidad o a la objetividad. Estos dos conceptos, por el contrario, bien podrían funcionar como un par de antónimos del verdadero contexto en que se desarrolla una columna de opinión. Lo anterior acaece por cuanto estos no definen el espíritu real de este género: la libertad de expresar una idea, basado en el respeto y sustentada en el rigor periodístico.

Muchas veces, las columnas carecen del sentido descrito arriba y por eso están más cerca de convertirse en diatribas o cartas de guerra de quien las escribe hacia quien las lee o en contra de quienes cita en el texto. Por tal motivo, el primer elemento que debe tenerse en cuenta para definir este género periodístico es el sentido crítico.

Este se refiere a la capacidad que debe tener el columnista para no dejar pasar por alto los detalles que muchas veces no concuerdan en el desarrollo de un hecho, dato o historia. El columnista debe tener la capacidad de analizar todos los elementos que componen alguno de esos elementos, encontrar un error o inconsistencia y, con base en ello, emitir un juicio de valor a favor o en contra de tal situación.

Ese sentido no se desarrolla fácilmente y por eso es que muchos de los columnistas suscritos a medios de comunicación –no siempre ni necesariamente deben ser periodistas- tienen un amplio bagaje y conocimiento de un área específica sobre la cual han creado una vasta experiencia que les permite hallar con mayor facilidad, en comparación que el resto de las personas, las mencionadas inconsistencias.

En esos casos, los columnista no solo tienen el contexto ya recorrido para determinar fallas o asuntos que no siempre funcionan, pues también se encuentran en la capacidad de crear nuevos elementos de trabajo que propongan una nueva mirada, detallada, a esos aspectos inconsistentes o faltantes.

Un segundo elemento, además del sentido crítico, que debe tener la definición por sí sola de la columna de opinión es la independencia. Al igual que la objetividad, la neutralidad o equidad, este concepto ha estado vilipendiado de distintas maneras en el periodismo, pues supone una ‘toma de juicio’ o una ‘toma de partido’, casi de manera maníquea que impide cualquier capacidad de pensamiento o anula cualquier razonamiento.

Esta independencia, en el sentido más utópico y casi ulterior a toda realidad de contexto periodístico, debe marcarse no solo de la posición ideológica del medio de comunicación usado para publicarla, sino también de los protagonistas implicados en la situación, hecho, dato o información a la que se refiera la propia columna de opinión.

Si este elemento prevalece, seguramente este género periodístico se va nutrir de un alto impacto en la opinión pública, puesto que es la base para que el columnista demuestre su coherencia y, de paso, su credibilidad en torno al asunto tratado en el texto.

Un tercer elemento, que se une a los del sentido crítico y al de la independencia, es el del equilibrio de la información. De entrada, esto podría confundirse con los mencionados conceptos de objetividad y neutralidad. Pero no.

En realidad, este se refiere a la capacidad que tiene el columnista de hallar toda la información disponible de las dos o más versiones que conforman el hecho, situación, dato o información sobre la que redacta su columna de opinión.

Cuando esta capacidad sale a flote, el columnista goza de más elementos, sumados a su bagaje ya nombrado y a su criterio, para analizar en profundidad la situación y, con base en ello, emitir un juicio de valor que se torna ya ineludible, en este punto de la creación periodística. A través de este tercer elemento, quien redacte la columna de opinión gozará de un impacto considerable en las opiniones de quienes conformen las partes involucradas en la columna.

Por ejemplo, si alguien está redactando una columna de opinión en contra de una obra de infraestructura que tiene retrasos y aún no es entregada por la administración local, este debe conocer las versiones del lado oficial, en este caso de la administración o del ente regulador, y la de la gente, la de expertos en el tema, la de alguien que le dé suficiente contexto histórico y pericial sobre el tema, entre otros.

Cuanto más recabe en estos protagonistas, el columnista simplemente gozará de una nutrida base de información que contenga los datos principales que sustentan las versiones de cada una de las partes.

Y cuando haya logrado reunir toda esta evidencia estadística o testimonial, le será más sencillo aplicar su experticia, su conocimiento, su bagaje, para contrarretarlo con los datos y, finalmente, emitir un juicio de valor que no lo aproxime únicamente a la realidad –que no es el objetivo primario de este género de opinión, toda vez que hay otros como la propia noticia o crónica que sí tienen el encargo especial de reconstruir la realidad de una manera expedita-, sino que argumente lo necesario para que cada una de las partes involucradas en el asunto no pierda protagonismo ni espacio: eso es equilibrar la información.

En ese orden de ideas, finalmente entendemos que la columna de opinión es ese género periodístico en el que alguien emite un juicio de valor sobre un determinado asunto, lo sustenta periodísticamente, y pese a que no debe evidenciar directamente las fuentes de las que obtuvo la información, sí debe ser responsable para opinar y juzgar una situación.

Este elemento de juicio que emite el columnista bien puede ser para alertar, en un caso de corrupción política u otros; para llamar la atención, en un caso de un daño inminente en la sociedad, por ejemplo; para felicitar, en un caso en el que una situación merezca el reconocimiento público, por ejemplo; para generar debate, en un caso en el que determinada información divida opiniones entre la gente, por ejemplo; entre otros.

A todo lo expuesto, podremos agregar igualmente otros aportes que los expertos en esta materia y los estudiosos de los géneros de opinión han hecho. Uno de los más reconocidos, por lo menos en el mundo hispano y, con especial énfasis, en el mundo académico latinoamericano es el mexicano Carlos Marín **(2003)**. Para él, la columna “(...) trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y tiene como característica especial

aparecer con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene, además un nombre invariable” **(Marín, 2003: 68)**.

Con respecto a esta definición del oriundo de la Ciudad de Puebla, México, podemos hacer más aportes o explicaciones. La primera es que, cuando habla de la brevedad, se refiere a que –en consonante diferencia con otros géneros de opinión- la columna tiene un espacio tan reducido en el medio de comunicación, que bien podría ubicarse entre ‘un poco más extensa’ que la noticia dura y pura, pero ‘un poco menos larga’ que una crónica o reportaje que aparecen en las versiones impresas de los periódicos.

Adicionalmente, este autor se refiere a una suerte de texto con una “presentación tipográfica constante” **(Marín, 2003: 68)** y esto no es nada distinto a la manera en que los periódicos –hablamos de ellos porque en estos fundamentamos nuestro trabajo de grado, pero esto bien podría aplicarse al modelo de una revista- designan unas páginas especiales, sin fotos que corten el texto o escasamente usan destacados para romper la uniformidad –pero manteniendo la sobriedad-.

La tercera acotación que podemos hacerle a esa definición de Marín **(2003)** es que cuando se trata de un “nombre invariable”, bien se puede referir al título que suelen tener varias de las columnas de opinión más conocidas, renombradas o históricas. Esto se traduce más a una designación del propio medio que del columnista.

Al respecto, bien podríamos citar el espacio que tenía el Nobel de Literatura 1982, el periodista colombiano Gabriel García Márquez, cuando publicada sus primeros reportes de prensa en el Caribe y tenía una columna de opinión llamada “Punto y aparte” en el periódico El Universal de Cartagena, Colombia.

Por ejemplo, en esta fase de producción el autor de la renombrada obra de “Cien años de soledad” descubrió una nueva manera de narrar a la costa colombiana que, a mediados del siglo XX y aún convulsa por El Bogotazo y el incipiente bipartidismo, pasaba desapercibida en las mentes de varios habitantes **(Gilard, 2015)**.

Pero esta característica de nombrar la sección en la que habitualmente aparecen las columnas parece una práctica cada vez más olvidada por las redacciones de varios medios de comunicación. Sin ir muy lejos, los dos medios que son objeto de nuestra investigación y los espacios de los columnistas que estudiamos y que detallaremos más adelante **(ver Resultados)** no tienen un nombre específico. A lo sumo, cuentan con una periodicidad y un día puntual de la semana en el que se acostumbra a publicar el contenido, pero nada más.

En ese contexto que detallamos sobre la definición de “columna de opinión” **(Marín, 2003)**, también vale la pena contrarrestarlo con otra información. Para tal propósito, ahora incluimos a Roberto Moreno-Espinosa **(2007)** quien define a este género periodístico como uno mucho más ligero y menos comprometido que el editorial de un periódico.

Para él, en los medios de comunicación, dos de los faros que alertan la ideología de un periódico, estación de radio, revista o canal de televisión es la cosmovisión de sus columnistas y de quien redacta el editorial, es decir, la posición específica del medio de comunicación *per se* ante un hecho o situación puntual.

“La columna de opinión es tan variable que tiene la capacidad de tener una variedad de estilos. Puede incluir desde el más grandilocuente hasta el

más fatuo” **(Moreno-Espinosa, 2007: 130)**. En ese sentido, confirmamos que la columna de opinión es ese texto ideal para abonar el terreno de la polémica.

Si bien en el principio de este apartado del Marco Teórico reseñamos tres elementos (sentido crítico, independencia y equilibrio informativo) que aportan en la construcción de cualquier columna de opinión, también es cierto que la variedad de temas que esta puede abarcar es tan amplia como para analizar un suceso de resonada trascendencia como la atención a la población luego de un cataclismo, hasta un tema de menor impacto intelectual, como puede ser la elección de una reina de belleza.

Y al margen de estas definiciones que surgen de los contextos académicos más renombrados y expeditos, también podemos citar un concepto emitido a través de una bloguera que suele escribir sobre asuntos de periodismo, como es el caso de Lina Uribe.

Para ella, la columna de opinión es “(...) el espacio que tienen los periodistas de un medio para mostrar sus opiniones y juicios sobre diversos temas, preferiblemente de actualidad” **(Uribe, 2012: 1)**.

Al respecto, debemos agregar que esta definición está mucho más en consonancia con la aproximación conceptual que hicimos al principio de este apartado de nuestro trabajo de grado. En la definición de Uribe **(2012)** destaca un elemento como el eje de todo: el juicio.

A través de la opinión que tiene el propio periodista, este genera un juicio que bien puede tornarse en el hilo conductor o en la columna vertebral de la argumentación del texto denominado como columna de opinión.

Aprovechando la visión femenina que sobre este concepto hemos indicado, vale la pena mencionar el aporte que hace otra académica: Lizy Navarro **(2007)**. Según ella, la columna de opinión es uno de los elementos principales que tiene el sistema de la prensa para ejercer un contrapeso al sistema político e inclusive al sistema económico, que suelen ser los que predominan en una sociedad y a los que debería fiscalizar –o por lo menos, hacerle un seguimiento riguroso- la prensa.

Para esta académica, la columna de opinión es un espacio en el que se evidencia la conciencia de una persona sobre un asunto específico **(Navarro, 2007)** y por eso es tan importante la capacidad de argumentación que demuestre en las líneas que conforman la columna de opinión.

Ese estado de conciencia es el que puede relacionarse con lo que líneas atrás mencionamos o denominamos “sentido crítico”, puesto que a través de este el columnista se ‘despierta’ o sale de ese ‘letargo’ en el que podría camuflarse la opinión pública o el hartazgo generalizado en torno a un tema puntual.

Pero en estas definiciones que hemos tratado, no hemos hablado de un elemento que otro periodista y académico supo reseñar en su momento. El ya fallecido y mítico periodista del diario español El País, Miguel Ángel Bastenier, sostenía que la columna de opinión era un escenario ideal para que los géneros periodísticos informativos tuvieran un respaldo, en el propio periódico.

Es decir, que si por ejemplo en un periódico aparecía una noticia, tipo denuncia, sobre un caso de corrupción al interior de una corporación o institución gubernamental, la columna de opinión de alguno de los

redactores allí publicados bien podría servir de “refuerzo” y de “sustento” para guiar a la opinión pública sobre una posición específica en torno a ese hecho **(Bastenier, 2009: 46)**.

Esta definición era sustentada por una digresión más amplia en torno a quien se dedica al oficio del periodismo con el firme propósito de ejercer una influencia de los demás, como se sugiere hace la mayoría de los columnistas. Para él, la comunicación y su intención son claves a la hora de determinar qué es un juicio de valor, cómo se emite y, sobre todo, cómo y cuándo debe publicarse:

“Se puede crecer en el seno de una familia pudiente, donde no sean extraños periódicos ni libros, pero si no circula la información, la comunicación entre sus miembros, la relación con el medio, con los restantes componentes de la familia extendida, con los vecinos, con los amigos, con el mundo en que vivimos, no habrá recursos económicos que puedan garantizar que el interesado vaya a convertirse en un buen periodista. Un entorno familiar en el que haya un rico comercio personal e intelectual poseerá las condiciones óptimas para la formación de protoperiodistas. Todos los libros del mundo, por sí solos, no forman profesionales de prensa; el diálogo con nuestro medio puede ser, en camino, una vía más eficaz, porque nuestra profesión [la de los periodistas-columnistas] implica una dialéctica permanente con todo lo que nos rodea” **(Bastenier, 2009: 245)**.

Si bien el reconocido periodista español y exprofesor de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano – FNPI- Gabriel García Márquez se refiere a la génesis de un periodista como tal, de ese párrafo podemos extraer la idea de que la relación con el entorno, con las fuentes, con la experticia, con los datos, con los hechos y el seguimiento a los mismos, son elementos clave para desarrollar un sentido agudo y crítico de la

realidad.

Sin esa capacidad, difícilmente un columnista generará impacto, porque no solo es necesario tenerlo para descubrir fallas en procesos, interrogantes, información faltante o cosas similares. También servirá para determinar el grado de confianza y veracidad en la información consultada, en las múltiples versiones de las diversas fuentes que componen un tema, en las variadas realidades que cada una de estas reconstruya, etc.

Con base en lo anterior debemos agregar que la columna de opinión también puede definirse a sí misma como un bastión periodístico en el que la realidad pasa por el filtro más agudo de la verificación. Es decir, sirve para que alguien experto en un tema se detenga, lo detalle, lo analice y, de paso, diga públicamente si es conveniente o no.

“El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella, y modificarla” **(Edo, 2009: 18)**. Concha Edo lo explica en ese apartado y queda claro que la función periodística está directamente relacionada con una función social.

Por eso, la columna de opinión surge en un contexto en el que es inevitable apartarse del impacto y de la influencia que esta tiene en un determinado grupo de la población.

Y ya que hablamos de esta definición, bien vale la pena hacer una digresión: referirse a las columnas de opinión aparecidas en los portales web de los periódicos.

Si bien detallaremos el impacto que estas columnas de opinión –las que son objeto de nuestro estudio- han tenido en la población que consume

información en los periódicos El Tiempo y El Colombiano, también vale la pena recorrer un corto camino para saber qué tanto ha variado la interacción entre los lectores y los columnistas:

“En los primeros años, la interacción informativa con los lectores se materializaba en correos electrónicos con opiniones y en la participación de debates, foros, tertulias y *chats*. Después llegó la posibilidad de tener una página web propia y, a continuación, algo mucho más atractivo, barato, fácil de manejar: los *weblogs*, más conocidos como blogs y, en español, bitácoras. Esta posibilidad de contar con un espacio propio, sin más esfuerzo que llenarlo con mayor o menor frecuencia, ha supuesto un cambio decisivo en las tendencias comunicativas. Otra de las variaciones comunicativas que ha emergido en los últimos años, dentro de esta imparable tendencia participativa, son los cibermedios que publican contenidos enviados por los lectores, aunque no les está resultando fácil hacerse un hueco” **(Edo, 2009: 10)**.

Esta autora hace referencia, sin duda alguna, a la creciente interacción que los periódicos tienen con sus lectores. Muchas de estas características se refieren a la manera en que hoy en día los propios columnista reciben la aprobación o el rechazo –que a veces, inclusive, puede convertirse en escarnio público- de quienes consumen sus textos. Eso era algo que antes no ocurría con tanta inmediatez, casi en tiempo real, como sucede hoy en día.

En efecto, en las columnas de opinión también deben predominar otras características que el periodismo ejerce de manera casi connatural. Como por ejemplo, la correcta escritura, la búsqueda incesante de la verdad, el

contrapeso en las fuentes de datos, entre otros.

Uno de los primeros en opinar y en aportar al debate académico sobre los géneros de opinión ya lo supo decir cuando quiso referirse a las maneras en las que el lenguaje propio del periodismo debería manifestarse en todos los ámbitos. Para esta persona, en concreto, hay seis características que todo lenguaje periodístico debe tener siempre:

- “1. Corrección, ya que se puede considerar un lenguaje no-literario, cercano a la lengua coloquial culta, en el que el profesional de la información demuestra su respeto por los lectores al ofrecerles un texto gramaticalmente correcto, atractivo y bien elaborado.
2. Concisión, que delimita y concreta el mensaje sin ambigüedades y que va unida al predominio de las frases cortas. En castellano, supone de 15 a 17 palabras por frase.
3. Claridad, que va unida a la eficacia comprensiva en los receptores, esencial en la información de actualidad, y aconseja el uso de los verbos en forma activa y en indicativo.
4. Captación del receptor, necesaria desde que comienza la narración y que está relacionada con ofrecer lo más importante en las primeras líneas y con la descripción realista y viva, la riqueza y variedad del vocabulario, el empleo colorista y ágil del léxico, la experiencia del escritor o su capacidad de observación. (...)
5. Lenguaje de producción colectiva, porque intervienen distintos co-autores con responsabilidad diferente en el texto final.
6. Lenguaje mixto, en el que las diferentes series informacionales – lingüística, paralingüística y no-lingüística-, se influyen entre sí para llegar a componer la página que va a ofrecer a los receptores de la información el producto periodístico definitivo” **(Martínez Albertos, 1991: 203).**

Después de todo ese valioso aporte realizado **(Martínez Albertos, 1991)**, vale la pena aclarar que todas esas son características que un texto denominado columnas de opinión debería incluir, sin importar el medio de comunicación, la extensión que tenga, la posición ideológica, el juicio de valor emitido, el bagaje del columnista, entre otros aspectos.

Así es que la columna de opinión, tal como la hemos venido definiendo hasta el momento, ha resultado ser un género de opinión robusto, complejo, que pone a prueba no solo las habilidades comunicativas o técnicas o de persuasión de quien la escribe, sino que supone una maraña mucho más compleja que funciona detrás de todo ese engranaje que pueden mover los juicios de valor y la opiniones por sí mismas.

No sobra agregar un elemento más a la construcción teórica del concepto de “columna de opinión”. En esta ocasión, acudiremos a la columna de opinión bien puede funcionar “(...) para reforzar la línea editorial [del periódico o medio de comunicación] con opiniones independientes de prestigio reforzada por el valor del ethos, el prestigio del autor ganado día a día con su demostración de inteligencia analítica ante la realidad (...)” **(Tejeiro Salguero & León Gross, 2009)**.

En ese marco de referencia, el columnista de opinión, casi sin proponérselo, termina convertido en un defensor o detractor de la línea editorial marcada del medio de comunicación que publica su columna de opinión.

Pero más allá de ese aporte, vale la pena cerrar este apartado de nuestro Marco Teórico retomando un aporte intelectual hecho por el maestro Carlos Marín. Él autor mexicano fue uno de los que también enriqueció

esta composición académica en torno a la “columna de opinión” y tuvo tiempo hasta para realizar una taxonomía de las mismas:

“Se distinguen varios tipos de columna:

- a) *Columna informativa*: da a conocer varios hechos cuya trascendencia no los hace merecer de un espacio particular. Sintetizadas, esas informaciones se presentan en bloque para dar cuenta de algunos acontecimientos, detalles de sucesos de actualidad, anticipar cosas que están por acontecer y que solo el columnista sabe. También hay las que compendian hechos de un mismo tema o especialidad (columnas científicas, económicas, deportivas).
- b) *Columna de comentario*: ofrece informaciones de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de personajes y hechos, con la inclusión de comentarios a cargo del columnista, quien suele ser analítico, agudo, irónico, hispeante, festivo.
- c) *Columna-crítica o columna-reseña*: informa y comenta asuntos que requieren especialización. Las hay sobre distintos temas, tan diversos como libros, cine, discos, arte, música, teatro, inversiones, bolsa de valores, deportes” (Marín, 2003: 69).

Sobre esta última clasificación, solo quisiéramos añadir que no estamos de acuerdo en un ciento por ciento cuando el maestro Marín dice que solo en las columnas de tipo crítico o reseña se requiere una especialización, puesto que consideramos –y en línea con lo dicho hasta el momento- que cualquier columnista, sin importar el tema que desee abordar, debe tener un bagaje y un conocimiento específico sobre lo cual emitirá un juicio de valor en su texto.

Dejando a un lado la ya estudiada y detallada definición de “columna de opinión”, quisiéramos ahora dar un espacio para desarrollar la idea de los géneros periodísticos. Esta se ha convertido, por lo menos desde finales del siglo XX hasta nuestros días, en una discusión que ni parece encontrar límite.

Cada vez son más los analistas que hacen aportes y enriquecen las diversas definiciones o agrupaciones de los géneros periodísticos. Al final, hay que tener en cuenta que “(...) gracias a los medios [de comunicación] percibimos la realidad con con la fugacidad de un instante aquí mismo, sino como un periodo consistente y objetivado, como algo que es posible percibir y comentar, como una referencia general” **(Gomis, 1991: 14)**.

Siguiendo esa línea del maestro Lorenzo Gomis, debemos señalar que los medios de comunicación tienen en los géneros periodísticos una radiografía de cómo emitir la información a las audiencias. Resultan tan útiles como para cifras y clasificar los datos de acuerdo con el objetivo informativo que se tenga.

Todo eso se da porque “el conjunto de los medios [de comunicación] forma hoy un círculo de realidad envolvente que se convierte en referencia diaria de nuestra vida, telón de fondo de la vida en común” **(Gomis, 1991: 14)**. Eso quiere decir que el impacto de los géneros periodísticos puede ser tan trascendental como para ayudar a descifrar la realidad y a que el lector la decodifique de acuerdo con los parámetros que el periodista haya decidido mostrarle: los testimonios, las fuentes, el equilibrio informativo, los datos, la reconstrucción de los hechos, entre otros.

Al final, esos ingredientes conforman el conjunto de variables sobre las cuales se mueven los diferentes géneros periodísticos: desde la noticia

hasta la columna de opinión, por ejemplo.

En ese contexto, podemos decir ahora que los géneros periodísticos sirven para obtener una sociedad cada vez más consciente de su realidad, ya que “el peso de las agendas públicas obliga a preguntarse por el periodismo que la sociedad necesita en estos momentos (...)” **(Martini, 2000: 23)**.

Los géneros periodísticos se constituyen de esa manera en uno de esos temas que han generado controversia, pero que resultan fundamentales para la comprensión misma del oficio periodístico.

El maestro Martín Vivaldi fue uno de los primeros que lideró esta discusión cuando hace cuatro décadas publicó su libro “Géneros periodísticos”, en el que se hace un ingente esfuerzo por retratar un concepto tan novedoso [para esa época] como cambiante **(Vivaldi, 1973)**.

Esa lucha por apoderarse de un concepto unitario de los géneros periodísticos fue una tarea compleja que algunos académicos como el propio Moreno – Espinosa **(2007)** los denominaron como un grupo clasificatorio de textos que tienen dos opciones de salida [para referirse a la manera como se publican en los medios de comunicación]: por un lado, se encuentran aquellos que se centran únicamente en la reconstrucción de los hechos; y por el otro, aquellos que exponen ideas más concretas.

Todos estos académicos siempre centraron el debate sobre los géneros periodísticos en cuanto a la forma y el fondo. No se detuvieron tanto en comprender el aporte que los propios medios de comunicación le pueden hacer a la definición de los textos periodísticos.

Lo anterior supone, entre otras cosas, varias razones para suponer que el

concepto de “noticia”, por ejemplo, puede variar entre las diversas plataformas de los medios de comunicación, puesto que en televisión, en radio y en la prensa escrita hay distintas limitaciones de tiempo, espacio, estética y lenguaje periodístico que convierten a cada género en una definición compleja.

Por ejemplo, hay quienes consideran que los géneros periodísticos deben diferenciarse entre la noticia básica, sola, la entrevista, el reportaje y la crónica únicamente, puesto que estas son las categorías en las que se pueden agrupar la mayoría de productos periodísticos recientes **(Pena de Oliveira, 2009)**.

Sobre ese precepto, también se pueden encontrar otros expertos, como el español José Benítez quien distingue una división aún más acotada: la noticia, la crónica y el reportaje, pero es que para él, los demás tipos de textos son someras subdivisiones de esos tres **(Benítez, 2000)**.

Con esos aportes, la definición que hace un académico peruano también es bien vista, puesto que los géneros periodísticos los define dentro de los parámetros de la crónica, el reportaje, la fotografía, la columna, el editorial, la entrevista, entre muchos más, que bien pueden ser agrupados en que “la práctica del periodismo, como sabemos, consiste básicamente en la recolección de información de actualidad y vigencia relevantes, su procesamiento y edición en formatos adecuados según el medio elegido y su distribución o difusión al público” **(Gargurevich, 1999: 1)**.

Inclusive, este académico ahonda en la situación de los géneros periodísticos y de este oficio, como tal, que:

“Avanzando en el siglo XIX el periodismo era información pero

también espacio de reflexión, opinión, discusión porque ya había reemplazado al ágora clásica en que sólo se escuchaban las voces potentes. Y los periodistas eran una mezcla de informadores con literales y políticos, sin más perfil que el de personajes públicos que hacían política o la representaban vicariamente.

Hacer periodismo en el siglo XIX no era hacer información como la entendemos hoy, nos recuerda Martín Barbero: "Es radicalmente la concepción del debate político, el periódico o los periódicos como el espacio propio de debate político, entre las diversas concepciones. De ahí que la mayoría de los directores de los periódicos, que eran los dueños, eran a su vez directores o agentes fundamentales de los partidos políticos" **(Gargurevich, 1999: 4)**.

En resumen, los géneros periodísticos bien podrían agruparse en tres categorías que agrupan bien todas las opciones textuales que los periodistas publican: los de opinión, entre los cuales bien pueden incluirse las columnas, los editoriales, las reseñas, las críticas e inclusive las caricaturas; los de interpretación, entre los que predomina una gran carga de subjetividad y de reportería a fondo, con lo cual se les da albergue a los géneros de la crónica, el reportaje y el informe periodístico; y por último, los informativos, que suelen ser la base, la piedra angular y el punto de partida del resto: la noticia y la entrevista.

Teoría del *framing*

La teoría del *framing* puede que no resulte tan engorrosa ni complicada de definir como los géneros periodísticos o la propia columna de opinión, pero

sí es cierto que tampoco escapa de aquella polémica idea de que debe construirse como una definición basada en los aportes de muchos críticos, académicos y expertos en esa materia.

La teoría del *framing* no podría ser una realidad sin los valiosos aportes de tres personas; Ervin Goffman, Gregory Bateson y Robert Entman. Ambos, en distintos momentos y muy variadas circunstancias.

No solo cuantificaron los elementos para crear una teoría en la que se hablara del encuadre de la realidad, sino que también fueron y cumplieron papeles preponderantes en la unificación de todos los aportes que, desde distintas épocas –claro está, con un auge notorio en el periodo sucesor de la Segunda Guerra Mundial-.

Teniendo en cuenta esos primeros parámetros, es justo decir que la teoría del *framing* corresponde a lo que en el mundo académico de habla hispana se ha acotado con la nominación de “teoría del encuadre”. Esto se debe a que ese es el vocablo literal que traduce el término anglosajón: “frame”.

Como tal, la teoría del *framing* encuentra sus raíces en los comienzos del siglo XX. En aquella época, aún mucho antes de la Revolución Rusa, del desenlace de la Primera Guerra Mundial, de la Gran Depresión, entre otros, se empezaron a masificar las intenciones de diversas esferas políticas y económicas por comprender mejor el desarrollo del mundo.

Sin duda, en este contexto, los medios de comunicación, la manipulación de la información emitida masivamente, entre otros, fueron aspectos que acapararon las primeras intenciones de las investigaciones.

Justo en el inicio de la segunda década del siglo XX, cuando la Primera

Guerra Mundial ya había pasado a la historia y le estaba abriendo el margen a lo que después de se conocerían como los totalitarismos – fascismo, nazismo, etc.- ese interés por generar estrategias para la Guerra basada en el uso de los medios de comunicación se incrementó.

Varios académicos coinciden en que fueron los años 70 del siglo XX los que marcaron el despegue definitivo del interés por la teoría del *framing*, puesto que una vez culminadas las guerras mundiales hubo un lapso de incertidumbre y de evaluación.

Sobre todo del lado de las naciones que perdieron y quedaron mas perjudicadas, de cuáles habían sido sus úntos débiles y cómo podrían revertirlos para fortalecerse de cara a un nuevo enfrentamiento que, aunque finalmente no se dio en el siglo XX, si mantuvo en vilo a más de un gobernante que quiso hacer frente a la etapa de la posguerra y de la eventual Guerra Fría.

Pero, además de ese origen y de ese contexto histórico marcado por el auge del belicismo en el mundo –por entonces dominado por los Estados Unidos de América y por la otrora Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas – URRS- también hay que reseñar un origen en una ciencia aplicada específica:

“En el contexto de la sociología interpretativa se manifiestan los planteamientos que hacen surgir la teoría del encuadre o *framing*. Sin embargo, el concepto como tal aparece en el ámbito de la psicología y es Ervin Goffman, quien, al recogerlo en su trabajo, añade los matices sociológicos que adoptará el término también en los estudios de los medios de comunicación” (Sádaba, 2001: 144).

La aplicación de este concepto es tan amplia que no solo reviste una dosis de historicidad que ya hemos demostrado en líneas atrás, sino que –como señalaremos más adelante- también reviste una dosis de multidisciplinariedad que lo ha caracterizado desde sus propios orígenes.

Es innegable que el *framing* bien pudo haber estado compuesto a manera de ‘colcha de retazos’. Es decir, acuñando conceptos, preceptos, ideas o aportes de distintas ramas que integran las ciencias aplicadas y las ciencias sociales, por ejemplo.

Al respecto, la académica española **(Sádaba, 2001)** ahonda en el tema de manera que se esclarezca aún más en qué contexto, y en cuáles circunstancias se genera el terreno abonado para que el *framing* sea una realidad:

“Todas las aportaciones de estos estudios [aquí se refiere a lo que hemos acotado de las integraciones entre diversas ramas sociales] se han englobado en lo que en el mundo científico, incluso en el castellano parlante, se ha denominado como teoría del *framing*. Hay que precisar que utilizando el término inglés, se ha pretendido asumir una postura ecléctica que concilie las distintas traducciones posibles, como “enfoque”, “encuadre”, “marco” o incluso “formato” (...)” **(Sádaba, 2001: 144-145).**

En esta etapa del mundo, se hicieron estudios que determinaron que los medios de comunicación quizá deberían ejercer una considerable influencia en la mente de las personas **(Aruguete, 2011)** y aunque este desarrollo apenas era incipiente y no podría ser tan efectivo como masivo, sí servía como un punto de partida para configurar la producción de textos informativos que llevaran implícitos mensajes de ‘propaganda política, por

ejemplo.

En esta etapa de estudio, refiriéndonos puntualmente a los albores de la década de los 80, en el siglo XX, se masificaron varias directrices ideológicas y académicas que sustentaron las teorías de la comunicación e hicieron más evidente su capacidad de aplicarse al contexto y a la realidad del ser humano.

El maestro español Ignacio Ramonett **(1998)** lo acotó muy bien para explicar cómo los medios de comunicación establecían un grupo reducido de temas de los cuales decidían hablar a través de las notas de prensa.

El efecto de ello era que la opinión pública era influenciada y casi enajenada para hablar, únicamente, de esos temas que el medio de comunicación pusiera sobre la palestra porque no había otra manera de que los consumidores obtuvieran otra información noticiosa relevante. A eso fue lo que se le conoció, *grosso modo*, como la teoría de la agenda *setting*.

El aporte de esa teoría, que serviría asimismo para construir el acervo conceptual de la teoría del *framing* consistió en que la población que consumía información, después de varios intentos, por fin se pudo clasificar, puesto que según los géneros periodísticos usados, el espacio de emisión, el medio de comunicación, entre otros, los creadores y usuarios de la agenda *setting* podían configurar un tema del cual se hablara de manera predominante.

Esto permitió segmentar, en una manera primaria y algo rústica, los tipos de consumidores de los que disponían los medios de comunicación.

Pero estos avances significativos, que algunos autores catalogan como las bases de la propia discusión de la teoría del *framing* (**Aruguete, 2011**) no parecieron ser suficientes para otros autores que aún discuten la veracidad de esas bases, puesto que consideran que con la ausencia de unas bases sólidas conceptuales, siempre será muy complejo, complicado –por no decir utópico e imposible- llegar a un consenso sobre la definición misma de la teoría del *framing*.

Dentro de los aportes de diversas escuelas de pensamiento a la consolidación de un solo concepto conocido como la teoría del *framing*, vale la pena recordar cuáles han sido esos espacios de pensamiento que más tiempo han dedicado a intentar dilucidar un solo concepto que, pese al escepticismo de otros tantos académicos, acerque al *framing* a un panorama único y consolidado.

En esa tarea, debemos tener en cuenta lo siguiente:

“En la sociología interpretativa se ha incluido al interaccionismo de la Escuela de Chicago, que dominó la ciencia social norteamericana durante los primeros treinta años del siglo XX. En esta Escuela trabajarían figuras como Albion Small, William I. Thomas, Robert Park y George H. Mead. Tras la muerte de Mead y la jubilación de Park, esta escuela entra en decadencia y renacería de nuevo bajo la etiqueta del Interaccionismo Simbólico con Herbert Blumer. El Interaccionismo Simbólico sugiere que el hombre actúa conforme a lo que las cosas significan para él, y que este significado surge como consecuencia de una interacción. Se vinculan de este modo las definiciones de la situación con la acción y la interacción” (**Sádaba, 2001: 146**).

De esa manera, la profesora de origen ibérico recapitula la participación de dos escuelas de pensamiento, que si bien sufrieron una renovación histórica pero mantienen los mismos orígenes, fueron clave para aportar a esos primeros intentos de definición del *framing*.

Pero la historia no terminó ahí, ya que:

“El Interaccionismo Simbólico, corriente para la que ‘lo importante no es cómo se presenta la realidad exterior, sino cómo es interpretada’, incide en la idea de que la interpretación de los individuos se realiza a través de las relaciones y en los símbolos que proporciona la sociedad como instrumentos que posibilitan la comunicación.

El austriaco Alfred Schutz responde desde la fenomenología a intereses muy próximos a los del Interaccionismo Simbólico. En su celebrado ensayo, *On multiples realities*, se identifica la vida cotidiana como la realidad suprema -, y la constituye su objeto de estudio. En esta realidad se parte de unas interpretaciones incuestionables, de una “actitud natural” que acepta la existencia de los fenómenos sociales. Todos los individuos aceptan su mundo como “natural” (*taken for granted*), de manera que la duda empuja ya hacia otra de las “realidades múltiples”, en las que se dan otras reglas y valores, como puede ser el mundo de la ciencia, por ejemplo” (Sádaba, 2001: 146).

De esta manera, la académica ibérica resumen muy bien la forma en cómo intervienen las diversas ramas de la ciencia en favor del *framing*, inclusive, desde mediados y finales del siglo XX.

No obstante, esos avances en investigaciones resultaron exiguos a la

luz de las investigaciones académicas de la profesora argentina, entre otros temas, experto en asuntos de responsabilidad social empresarial, cuando describe como impropios e insuficientes los esfuerzos de los académicos de finales del siglo XX para definir de una vez por todas la teoría del *framing* (**Amadeo, 2002**).

Y sumada a esa crítica constructiva hecha por la académica suramericana, también hubo un colega hispanoparlante que hizo otro aporte para desmentir los orígenes mismos de la teoría del *framing*. Él considera que el periodismo, como tal, ni sus generosos periodísticos ni su oficio *per se* se puede catalogar como la cuna del *framing*, puesto que este oficio lleva casi cinco siglos en diversas zonas del mundo dando de qué hablar (**Giménez, 2006**).

Retomando la idea inicial de este apartado de nuestro trabajo de grado y de nuestra pesquisa académica, debemos recordar que Robert Entman (**1993**) fue el pionero de esta área. Una de las primeras características que él consignó en esta es que todas las personas pueden catalogarse en unos mismos parámetros que, en el común, se pueden denominar encuadres.

Esto se debe a que los seres humanos compartimos, la mayoría de las veces, un paquete de características comunes que facilitan nuestro dominio por parte de un tercero. Estas bien podrían referirse a una nacionalidad, a un nivel sociocultural, a un gusto particular, a un pasado en común, entre otros.

De ahí, se desprenden las habilidades informativas no solo para divulgar la información, sino para identificar cuáles son esos patrones de comportamientos, de rendimientos y de socialización comunes entre un grupo específico de personas.

Entman también fue el primero en decir que la teoría del *framing* era imposible definirla a partir del aporte o de la concepción de una sola persona. Por eso, la cataloga como un esfuerzo intelectual que dependía del trabajo de varias ciencias del saber, de varias profesiones y perfiles –no solo académicos- sino laborales que la acercaran a la realidad.

Por tal motivo, hoy otros autores reconocen en la teoría del *framing* los aportes de otras ciencias sociales o conocimientos específicos como la psicología, la administración, la psiquiatría, la filosofía, la antropología, la filosofía, entre otros. Sin más rodeos, el *framing* no es otra cosa que una sección de la realidad difundida a través de un encuadre o de un concepto específico **(Entman, 1993)**.

Dentro de esos primeros aportes académicos hechos por Entman, también vale incluir los que hizo Gregory Bateson al respecto. Para él, el *frame* iba mucho más allá de un simple encuadre, puesto que lo consideraba como un elemento, tipo herramienta, que era tan útil como para comprender por qué los seres humanos elegían concentrarse en ciertos detalles, datos y hechos, en lugar de otros.

Es decir, en analizar cómo el ser humano tenía la capacidad, o bien porque era influenciado, de centrar su atención en determinados aspectos, en lugar de otros **(Aruguete, 2011)**.

El *framing*, con estas definiciones, se erigía así como la teoría capaz de analizar y estudiar la fijación del hombre en una porción de su realidad y, además de qué manera el propio ser humano podría ser catalogado dentro de una categoría por cuenta de los elementos en común contenía un determinado grupo de personas.

A pesar de esos esfuerzos por unificar teorías sobre el origen del *framing*, sobre su funcionamiento, sobre su utilidad, existen autores modernos como **Sádaba, Rodríguez-Virgili & Bartolomé, 2012** que consideran irreal la unificación de todos estos paradigmas y que refuerzan la idea del propio Robert Entman de señalar a esta teoría del *framing* como una que se encuentra fracturada, rota.

Puntualmente, la profesora Sádaba también se detuvo nuevamente en intentar hablar de la teoría del *framing* como un todo que no ser exclusivo de la psicología, de la sociología ni muchos menos de la comunicación:

“Consecuentemente, la teoría del *framing* se establecerá como el instrumento que permitirá describir este proceso de interpretación y de significaciones particulares. Será una herramienta concreta que manejan los sociólogos para acceder a los significados de la realidad.

Pero habrá que esperar a 1974 para que Goffman saque a la luz este concepto, prestado de Bateson. A partir de este momento, la teoría del encuadre se desarrollará en la sociología y se trasladará al estudio de los medios de comunicación en cuanto que también los periodistas interpretan realidades para darlas a conocer a sus audiencias” (**Sádaba, 2001: 148**).

En definitiva, la teoría del *framing* puede considerarse entonces como ese aspecto técnico, casi dogmático y conceptual, en el que se considera la vulnerabilidad del ser humano para ser encasillado en una clasificación y, además –del otro lado del espectador y consumidor- como ese mecanismo que facilita a los medios de comunicación la difusión de información

segmentada y distribuida en distintos encuadres que, cuando son alertados y conocidos por el propio ser humano, sirven para enfocarlo y ratificar sus intereses sobre un dato o un hecho en particular divulgado por cualquier medio de comunicación.

La teoría del *framing* es pues, una respuesta a la etapa de posguerra del siglo XX en la que el ser humano intentó buscar todas las maneras posibles de generar un sistema de comunicación que fuera tan persuasiva y selectiva como para dominar grupos específicos de personas.

Y si bien puede que el *framing* del cual se habla aún en nuestros días, haya estado muy cerca de lograr ese cometido, también es cierto que debía diversificarse tanto como el propio ser humano y, hasta el momento, esa ha resultado una tarea casi imposible de cumplir.

Elecciones de EE.UU.

El sistema electoral de los Estados Unidos de América puede revertir cierto grado de complejidad. Y si bien “el contexto institucional de los Estados Unidos es democrático (...)” (2016, Hernández: 26), su sistema electoral es mucho más elaborado que cualquier definición apresurada de un sistema presidencialista basado en una organización política de tipo federal.

En términos generales, podríamos decir que el sistema electoral estadounidense se fundamenta en el funcionamiento de un régimen constitucional que lo define como un país presidencialista, en primer lugar. Eso no significa que Estados Unidos de América haya renunciado propiamente a las normas que regulan a una república, pues de hecho también es considerado bajo ese nombre de regulación.

En su división política, este país norteamericano está dividido en 50 territorios diversos, diferentes entre sí, que se conocen con el nombre de Estados. La constitución de este país tiene, por lo menos, un bicentenario de existir y en esos años ya cuenta con casi una treintena de enmiendas o modificaciones que se han realizado, con el propósito de ajustar la carta magna de ese país a la realidad que se vive, al contexto en el que se gobierna y, en general, al entorno en que se desarrollan los estadounidenses.

Si bien el sistema de este país es federal, es decir, que no reconoce una sola autoridad de manera transversal, sino que le apuesta a la autonomía de cada estado para que el funcionamiento sea más directo y fluido, que si se diera en un contexto en que el poder principal es centralizado.

Con excepción de la época en que Estados Unidos estuvo a punto de lamentar su democracia, hacia mediados del siglo XIX cuando el otrora candidato Abraham Lincoln obtuvo la victoria, podemos asegurar que la democracia y el régimen federalista de este país han sido estables y, con el paso del tiempo, se ha consolidado como un ejemplo y un caso exitoso de que la autonomía gubernamental puede generar buenos dividendos en la consolidación de un sistema presidencialista menos coercitivo.

Pese a su carácter federalista, Estados Unidos de América es un país que también reconoce la importancia de aplicar las tres ramas del poder que *Montesquieu* describió hace ya más de dos siglos: la división de este debe surgir en tres vías: la judicial, la legislativa y la ejecutiva.

En ese panorama, la primera se encarga de sancionar e imponer la ley; la segunda, se encarga de tramitar y crear las leyes y; la tercera, de ejecutar

los mandatos constitucionales y dirigir al país.

Para elegir al Congreso de la República de los Estados Unidos de América, se debe tener en cuenta que en este país existe un sistema de dos cámaras que está conformado por el Senado y por la Cámara de Representantes. A la primera se le suele conocer, como en otros regímenes presidencialistas –entre los cuales bien podría incluirse el nuestro: el colombiano-, como la cámara alta y, a la segunda, como la cámara baja.

El Senado de la República que opera en este país norteamericano está conformado por un centenar de miembros. Estos representan a cada uno de los cincuenta estados que conforman al país federal. A diferencia de otros regímenes o sistemas presidencialistas, en el caso de este país, las personas eligen a una pareja de representantes para el Senado, por un lapso máximo de seis años.

De otro lado, la Cámara de Representantes está conformada por 435 miembros, algo más de 300 hombres adicionales que los que trabajan en el Senado, que son seleccionados a través de las votaciones directas del electorado norteamericano.

El único sistema que se le parece al norteamericano –y no precisamente por todos sus detalles de elección y participación- es el del Reino Unido, en el que también hay un sistema electoral de mayoría simple. Quien obtenga más votos, finalmente, será quien tendrá el liderazgo y todas las posibilidades de ejercer su derecho electoral y de gobierno.

Todo lo reseñado anteriormente no fue una casualidad. Décadas, y casi siglos, de trabajos electorales han ayudado a depurar un sistema complejo,

pero muy seguro y confiable con respecto a los implementados en otras regiones del mundo.

Apelando a la vasta y rica historia electoral que tiene los Estados Unidos de América, vamos a mencionar a gran escala algunos de los hitos o momentos más representativos en la consolidación de este territorio como uno en el que cultivaron la unidad y la paz, y hoy dan dividendos de estabilidad.

En un principio, debemos advertir que existen personas que han estudiado el sistema electoral norteamericano y han concluido que este país tiene la historia, el desarrollo, los avatares políticos, los cambios de mando, las guerras y, en general, todos los ingredientes para ser considerado como un territorio de mayoría conservadora.

“La paradoja de Estados Unidos es la de ser a la vez el país más admirado del mundo y uno de los más denostados; fuera de sus fronteras, “América” se ha convertido, de algún modo, tanto en sinónimo de sofisticación tecnológica, meritocracia y oportunidad como de justicia primitiva, imperialismo y desigualdad” (**Micklethwait & Wooldridge, 2006: 43-44**).

En ese orden de ideas, es claro que este país ha estado en la consigna permanente de debatirse entre el desarrollo económico y tecnológico desmedido y el control político acérrimo que permita una mejor distribución de los bienes y de los ingresos, por ejemplo.

Desde que se acabó la Segunda Guerra Mundial y desde que Estados Unidos de América se erigió definitivamente como una potencia mundial, los políticos de ese país que mayores cantidades de dividendos han recogido han sido quienes han mantenido un discurso signado hacia la

beligerancia, hacia la defensa del territorio propio y de los que fueron conquistados u ocupados en instantes de guerra, entre otros.

En definitiva, desde mediados del siglo XX, mayoritariamente, han prevalecido los presidentes norteamericanos de corte republicano que han exacerbado el patriotismo en el electorado y que, sobre todo, han mantenido muy clara la posición, las características e inclusive el nombre del enemigo.

Revisando un poco la historia de las victorias republicanas en ese país, encontramos que desde unos años antes de que estallara el propio conflicto con la otrora Unión de Repúblicas Sociéticas Socialistas – URSS, el mando estaba confiado a quienes fueran capaces de mantener la productividad fabril del país, sin descuidar un solo instante la seguridad.

Esos eran dos parámetros que nunca se negociaban en campaña electoral y que, por el contrario, solían erigirse como los principales motivos de crítica de parte de los aspirantes presidencialistas del Partido Demócrata.

En ese contexto, bien podemos aludir a ciertos hitos de la historia reciente del sistema electoral de los Estados Unidos de América para comprender las raíces de lo que hoy se conoce como un nuevo fenómeno del Partido Republicano: Donald Trump y su ascensión a la presidencia y lo que esto ha generado en la opinión pública mundial.

Al final, esto es lo que nos atañe, puesto que analizamos el contenido de ciertas columnas de opinión producidas en espacios y tiempos muy específicos que se convirtieron en un reflejo de la opinión pública latinoamericana y, por qué no, de nuestro país, puesto que finalmente todas las firmas y los detalles correspondían a los periódicos El Tiempo y

El Colombiano.

Todo lo introducido líneas arribas, bien podría evidenciarse con esto:

“En 1952, el año que llevó a Prescott Bush a Washington, Dwight Eisenhower se convirtió en el primer republicano que ganó la presidencia [de los Estados Unidos de América] desde Herbert Hoover en 1928. Ike derrotó a Adlai Stevenson por un contundente margen del 55 por ciento frente al 45 por ciento, y arrastró consigo a mayorías republicana a ambas cámaras (si bien una mayoría en el Senado que dependía del voto de desempate del vicepresidente). Eisenhower tenía todo el prestigio personal del hombre que había llevado los ejércitos aliados a la victoria en la Segunda Guerra Mundial” (**Micklethwait & Wooldridge, 2006: 65**).

Dentro de este incipiente panorama de la democracia estadounidense que apenas reencontraba su estabilidad pasada la mitad del siglo XX, queda demostrado una vez más el papel preponderante de los conflictos armados –que en este caso fueron externos- como condiciones *sine qua non* de un restablecimiento del orden y de un funcionamiento idóneo basado en el respeto de las autoridades, del cumplimiento del régimen presidencialista con el respeto por la autoridad federal y, sobre todo, con la mentalidad republicana de que el orden y la ley eran los máximos emperadores en un ambiente que aún vivía con los fantasmas de los totalitarismos que supusieron sendos esfuerzos para ser derrotados.

Tal como ocurrió con el propio expresidente Eisenhower, aquellos estadounidenses que aspiraran a gobernar en un país federal debían ser recios, firmes y, sobre todo, contar con el aval de las personas muchas veces más radicales que defendían valores como el de la unidad familiar y

la idea de conciliación entre la familia y la religión.

Con ese ambiente expuesto, fueron muchos los que le siguieron el ejemplo a Eisenhower, pues en esos años alcanzó a gozar de un tiempo favorable, de estabilidad, y mucho más tranquilo que aquel padecido en Europa cuando la derrota de diversos totalitarismos parecía ser una tarea tan agobiante que no creían poder vencer.

“Si Eisenhower tenía una filosofía propia, era la de un gestor. Había cobrado fama coordinando las fuerzas aliadas en Europa y le gustaba el mundo de los negocios. Nombró al presidente de General Motors, Charles Wilson, secretario de Defensa, dándole pábulo al dicho de que había reemplazado a los *new dealers* por los *car dealers*. Esa clase de directivos de empresa no encontrabas razones para amenazar la armonía. Desde la elección de Herbert Hoover en 1928, la mano de obra federal había pasado de seiscientos treinta mil funcionarios a dos millones y medio, y el presupuesto general anual había pasado de tres mil novecientos a sesenta y seis mil doscientos millones de dólares, pero semejante crecimiento gubernamental no parecía preocupar a los vendedores de coches” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 66)**.

Con base en esta raíz republicana, fue que se consolidó la idea de que la seguridad iba de la mano con la estabilidad financiera y, por ende, con la estabilidad económica, en los Estados Unidos de América.

Pero qué sería de un sistema o de un régimen presidencialista sin tener un aliado como la prensa que le ayudara a ejemplificar las decisiones más metódicas, que le ayudara a decodificar lo que la gente pensaba y, de paso, que le ayudara a realizar un eco propagandístico considerable.

Retomando esa etapa de mediados del siglo XX en el que el republicanismo parecía estar más consolidado que nunca en los Estados Unidos de América, vale la pena detallar una de las estrategias que usaron los conservadores norteamericanos para asesotar otro golpe de opinión: los centros de pensamiento que divulgaban información científica o periodista, pero de manera sectorial y muy puntual.

Tal fue el caso de la publicación *National Review*. Esta se erigió en una especie de replicadora de las ideas más trascendentales que se fraguaban al interior del Partido Republicano y que requerían de una atención especial del electorado:

“La plataforma de ideas conservadoras más importante era la *National Review*. Cuando decidió fundarla en 1955, William F. Buckley aportó tres cualidades vitales al pequeño universo conservador. La primera fue su extraordinaria autoconfianza. Al parecer, Buckley había enviado a los cinco años de edad una carta al rey Jorge V sugiriendo sarcásticamente que Su Majestad procediese al pago de las deudas de guerra vencidas de Gran Bretaña a Estados Unidos. (...) Su segunda cualidad vital era una considerable renta particular fruto del negocio petrolero de supadre, y la tercera, un vivo sentido del humor, que hacía parecer su credo más humano” (**Micklethwait & Wooldridge, 2006: 76**).

La anterior apenas fue una anécdota muy particular cómo un medio de comunicación podría constituirse en un sirviente del político de turno y de cómo este era configurado a partir de la personalidad del propio fundador de ese medio de comunicación.

Pero dejando a un lado esa historia del Partido Republicano –hacemos

hincapié en esta parte de la historia porque el personaje incluido dentro de nuestro objeto de estudio (Donald Trump) pertenece a esa colectividad en los Estados Unidos de América-, avanzamos una década para entender cómo un nuevo candidato de ese grupo político repitió el pedestal de una gobernación estatal, en el país norteamericano.

“El candidato republicano a la presidencia en 1964 era uno de los únicos ocho senadores republicanos que votaron contra la Ley de Derechos Civiles. Goldwater hizo de los derechos de los estados (lo que significaba, respecto al sur, el derecho a mantener la segregación [racial]) uno de los ejes centrales de su campaña presidencial en 1964. Una campaña, por lo demás, acalamitoso, que recogió el 55 por ciento del voto blanco del sur, venciendo en cinco estados del sur profundo y obteniendo un sorprendente 87,2 por ciento del voto de Mississippi. De hecho, si no hubiera sido por Dixie, Goldwater solo hubiese ganado en su estado natal, Arizona (donde arañó una victoria por unos escasos 4.782 votos).

Curiosamente, la posición de Goldwater en el tema de los derechos civiles fue un microcosmos de su contribución a la derecha. A corto plazo, su oposición a la igualdad de derechos para los negros no hizo sino abundar en la idea de que era un chiflado intolerante” **(Micklethwait & Wooldridge, 2006: 81).**

Pese a ello, el republicanismo se siguió fortaleciendo con este tipo de figuras en los estados más radicales del país norteamericano.

MARCO METODOLÓGICO

La metodología que implementamos en nuestro trabajo de investigación fue la siguiente: lo primero que hicimos fue establecer el tema que íbamos a desarrollar. Después, determinamos cuáles iban a ser los mecanismos para aplicar la teoría del *framing* y tras una pesquisa (ver **Estado del Arte**) notamos que la mejor opción era realizar un análisis de los contenidos de los medios de comunicación.

Con ese cometido, nos pusimos a buscar cuáles eran los medios de comunicación más representativos del país. En seguida, elaboramos un listado que incluía a los cinco principales periódicos, de acuerdo con el tiraje y el impacto del Estudio General de Medios – EGM 2016, de Colombia. Estos fueron: El Tiempo, El Espectador, El País de Cali, El Colombiano de Medellín y El Universal de Cartagena.

Más adelante, indagamos por la accesibilidad y usabilidad que tenían los portales web de estos medios de comunicación. Es decir, miramos qué tan fácil era acceder a sus archivos digitales, qué tan bien organizados estaban, qué tan actualizados estaban, entre otros. Finalmente. Nos decantamos por El Tiempo y El Colombiano.

Elegimos El Tiempo porque representa la casa editorial más grande y tradicional de Colombia, pues ya cuenta con casi 107 años de historia y es tradicionalmente de ideología liberal. Y seleccionamos a El Colombiano porque es también uno de los más antiguos, ya tiene casi 106 años de historia, es el medio regional con mayor índice de lectura y, además, es de ideología conservadora y sirve para hacerle contrapeso al primero.

Cronograma de investigación

Dentro del desarrollo de este trabajo de grado, establecimos tres momentos clave que nos permitirán decantar y llegar más efectivamente al cumplimiento de los objetivos iniciales de este trabajo.

Por tal motivo, detallaremos enseguida cuáles fueron esos lapsos sobre los cuales establecimos el eje transversal de nuestra pesquisa, no sin antes aclarar que a lo largo de todo este Marco Metodológico justificaremos, detallaremos y decantaremos el porqué de la selección de esos tres momentos que, a nuestro juicio, fueron clave y que nos enriquecerán el quehacer investigativo.

Momento UNO

Va desde el **17 hasta el 23 de julio del 2016**. Este momento se seleccionó –como el lapso de búsqueda que usaremos en el portal web de El Colombiano y en el de El Tiempo- porque justo en la mitad de esa semana se dio el nombramiento oficial de Donald Trump como vencedor de la campaña de precandidatos y como único representante del Partido Republicano para luchar contra su homólogo del Partido Demócrata –en ese caso, Hillary Clinton- por la presidencia de los Estados Unidos de América.

Además, en este lapso, alcanzamos a cubrir los días previos, que generaron mucha tensión e incertidumbre entre los estadounidenses, y los dos días posteriores a la nominación, como oficialmente se le reconoce a este momento y, por ende, nos permitirá rastrear el impacto de esta decisión.

Momento DOS

Va desde el **8 hasta el 14 de noviembre del 2016**. Este momento se seleccionó –como el lapso de búsqueda que usaremos en el portal web de El Colombiano y en el de El Tiempo- porque incluye el día de las elecciones de los Estados Unidos y casi una semana después de que se conocieran los resultados que habían otorgado la victoria a Donald Trump. Este periodo fue importante porque, quizás, fue el lapso donde más columnas de opinión de pudieron haber hecho sobre el tema y en el que los análisis políticos fueron insuficientes para explicar lo que, para muchos, resultó en una sorpresa política que aún merece ser analizada.

Momento TRES

Va desde el **18 hasta el 25 de enero del 2017**. Este momento se seleccionó –como el lapso de búsqueda que usaremos en el portal web de El Colombiano y en el de El Tiempo- porque incluye un par de días previos a la posesión de Donald Trump como el sucesor en la Casa Blanca del presidente Barack Obama.

Además, se tiene en cuenta el primer día como presidente y los días posteriores a su posesión, los cuales generaron igualmente un fenómeno mediático caracterizado por los vaticinios y la incertidumbre de quienes estaban atentos al mandato de Trump.

Herramientas para la investigación

Para el desarrollo de nuestro trabajo de grado, usamos los motores de búsqueda de los sitios web de los periódicos El Tiempo y El Colombiano. Si bien somos conscientes de que los periódicos en Colombia aún carecen de archivos digitales lo suficientemente robustos como para acaparar toda la historia del medio –solo por poner un ejemplo, los diarios que seleccionamos para esta investigación suman casi un bicentenario de historia, entre ambos-, coincidimos en que la relativa novedad de la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos de América nos anima a creer que está inserta en el historial web de ambos medios.

Eso se demostrará en el transcurso de la explicación de la metodología y de los resultados de esta investigación y, por el momento, en esta sección nos ocupa decir que las herramientas de búsqueda de ambos portales son intuitivas, sencillas de usar, de navegar y contienen las opciones mínimas de navegación para realizar una investigación tan puntual como esta.

Además, notamos que ambos motores de búsqueda, tanto de ElColombiano.com como de ElTiempo.com, permiten las comparaciones de tiempos, secciones, palabras clave, entre otros. Claro está que (**ver Unidad y proceso de análisis**), el motor de búsqueda de el diario de origen antioqueño es mucho más limitado que el periódico con sede principal en la capital de la República.

De igual manera, utilizamos los motores de búsqueda de los portales digitales de los periódicos porque esto agilizó el proceso de investigación. Es decir, con una navegación expedita se pueden obtener

iguales o mejores resultados que cuando se realiza una investigación académica con herramientas *offline*.

Claro está, aquello solo es posible siempre y cuando haya seguridad de que el contenido está digitalizado y es confiable, como lo describiremos en este proceso.

El proceso de investigación que desarrollamos a través de EIColombiano.com y de EITiempo.com nos permitió corroborar que ambas casas periodísticas tienen unos portales digitales tan robustos como organizados.

Por tal motivo, confirmamos que el uso de esta metodología *online* era óptima, pues bastaron un par de búsquedas genéricas para corroborar que la información digital es fiel al contenido físico.

En otras palabras, somos conscientes de que ambos periódicos tienen salas de redacción en las que las áreas digital e impresa comparten espacios. Y si bien cada una de estas puede tener investigaciones por separado u ofrecer contenidos específicos, los grandes temas y las informaciones de mayor calado suelen replicarse en ambas plataformas.

Por ejemplo, en el periódico El Colombiano, en su edición digital, existe un apartado para el periodismo hecho con dispositivos móviles. Este, puntualmente, se difunde a través de las redes sociales del medio, con diferentes etiquetas digitales que facilitan su ubicación y referencia dentro de ese entorno.

Por ejemplo, #EIColombiano360 se ocupa de aglutinar el contenido grabado con cámaras digitales que permiten hacer video en 360 y que, a

grandes rasgos, parece compartirse más en una plataforma como la de Facebook.

Y, de hecho, esa sección no puede ser físicamente replicada en el periódico impreso, puesto que quien adquiriera un ejemplar no tendrá la capacidad de observar en él, o al menos de navegarlo y consumirlo, como el lector que lo hace desde un dispositivo móvil o un ordenador.

En el caso de El Tiempo, esto lo notamos en una investigación inicial sobre su sección multimedia. En esta, que se puede consultar únicamente a través de su portal web –el mismo que usamos para acudir al motor de búsqueda y poner en marcha la investigación de este trabajo de grado-.

En el impreso, lo máximo que podría lograrse es la publicación de una fotografía o de un texto que, en el caso del video difundido en la sección multimedia del portal web, hiciera parte de ese trabajo.

En otras palabras, el contenido de una sección de El Tiempo, como “Es Tiempo de volar” –en la que se usan dispositivos de fotografía y video aéreos, como los drones, para hablar de ciertas zonas del país, acompañar la información textual periodística o ampliar un panorama visual-, no es compatible físicamente con la edición impresa.

De hecho, el trabajo de esta Casa Editorial con respecto al uso de estas herramientas digitales ya le ha valido un reconocimiento ¹¹ que, difícilmente, hubiese logrado con la publicación de información de manera impresa, exclusivamente.

¹¹ En el 2015, la Casa Editorial El Tiempo fue galardonada con el premio de Periodismo del Grupo de Diarios de América – GDA por la información publicada en su sección digital: “Tiempo de volar”. Los trabajos que el equipo periodístico de este diario elaboraron con un dron le hicieron acreedor de un reconocimiento en la categoría: “*Propuesta editorial innovadora*”.
FUENTE: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16263335>

Con base en todo lo anterior, demostramos que el uso de los motores de búsqueda de los portales web de El Colombiano y de El Tiempo son los más apropiados para desarrollar nuestra investigación.

En consecuencia, el primer paso de esta investigación con el uso de la herramienta de los motores de búsqueda fue introducir las palabras “Elecciones de Estados Unidos” (ver Tabla 1), puesto que ese era el contexto en el cual sustentamos nuestro trabajo.

Es decir, conocer el impacto de la elección de Donald Trump en la prensa colombiana y los *frames* que utilizaron los columnistas de estos medios de comunicación debían sustentarse en esa pesquisa inicial.

Y este trabajo al final encontró una manera más clara de desarrollarse, puesto que la investigación no había sido muy clara desde un principio cuando no se había establecido el contexto de la búsqueda.

Vale la pena aclarar que esta búsqueda se hizo sin acotar un lapso específico, para determinar todo el historial de cada medio de comunicación que era objeto de investigación.

Tabla 1. Resultados de búsqueda: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com.

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump”	14.016 RESULTADOS	2867 RESULTADOS
“Elecciones de EE.UU.”	1.373 RESULTADOS ¹²	234 RESULTADOS ¹³
“Elecciones norteamericanas”	236 RESULTADOS ¹⁴	37 RESULTADOS ¹⁵

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

¹² Estos resultados se encuentran divididos, principalmente, en las secciones: “Internacional”, “EE.UU” y “Columnistas.

¹³ Estos resultados se encuentran divididos, principalmente, en las secciones: “Colombia”, “Negocios” e “Internacional”.

¹⁴ Estos resultados se encuentran divididos, principalmente, en las secciones: “Internacional”, “EE.UU” y “Columnistas.

¹⁵ Estos resultados se encuentran divididos, principalmente, en las secciones: “Colombia”, “Negocios” e “Internacional”.

Si bien los datos obtenidos fueron amplísimos (ver ANEXO 0.3 y ANEXO 0.4), en cuanto a la cantidad, empezamos con esa búsqueda para llegar a una primera conclusión metodológica: debido a la ingente cantidad de resultados obtenidos (ver Tabla 1), lo más conveniente era acotar el objeto de estudio.

Por ello fue que decidimos precisar aún más la pesquisa, puesto que nos dimos cuenta que en un lapso de dos años, entre el 2016 y el 2017, los resultados podrían ser más puntuales (ver Tabla 1).

Además, hicimos un experimento para determinar cuál era la nominación más idónea para reconocer los procesos electorales en los Estados Unidos de América y confirmamos (ver Tabla 1) que la búsqueda de “Elecciones de Estados Unidos” fue la más cuantiosa.

Superó por más de diez mil resultados a las búsquedas hechas con otras palabras clave –y también muy similares o que bien podrían funcionar como abreviaturas- tales como: “Elecciones de EE.UU.” y “Elecciones norteamericanas” (ver ANEXO 0.1, ANEXO 0.2, ANEXO 0.5 y ANEXO 0.6).

Ante ambos panoramas, nos quedó claro un nuevo aprendizaje: las palabras “Elecciones de Estados Unidos” desprendían resultados tan amplios como variados y, aunque se acotara la fecha de publicación y se ajustaran las características de los motores de búsqueda, resultaría muy dispendioso aplicar la teoría del *framing* a cientos de artículos de opinión que podrían aglutinarse en esta búsqueda.

En medio de esa constante búsqueda, llegamos a otra lección metodológica que nos ayudaría a aligerar la carga informativa, de datos y, sobre todo, a ser más efectivos con el cuerpo de esta investigación.

Decidimos puntualizar las palabras clave que usamos en los motores de búsqueda de El Colombiano y El Tiempo.

Por eso, utilizamos las palabras “Donald Trump”, puesto que eran aún más detalladas y, finalmente, el objeto de estudio de todo este trabajo se centra en el análisis del *framing* devenido de una coyuntura: su elección como sucesor de Barack Obama en la presidencia de los Estados Unidos de América.

Siguiendo la línea de la primera búsqueda en los portales web de estos periódicos, hay que recordar que esta pesquisa se hizo sin especificar un lapso puntual de rango de búsqueda, con el firme propósito de acaparar el archivo digital por completo.

Tabla 2. Resultados de búsqueda: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com.

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump”	6.493 RESULTADOS	2.597 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Cuando aplicamos esta búsqueda en las herramientas digitales de ambos medios de comunicación, descubrimos que los resultados eran mucho más precisos (ver **Tabla 2**). Es decir, era una cantidad más manejable, más pequeña y, por lo tanto, resultaría más expedita en nuestra intención de hallar un cuerpo de investigación más puntual y certero.

Con los resultados de esta nueva búsqueda (ver **Tabla 2**), confirmamos asimismo que estas deberían ser las palabras clave que nos permitieran ahondar en el tinglado de columnistas de ambos portales, puesto que las palabras “Elecciones de Estados Unidos”, “Elecciones de EE.UU.” o “Elecciones norteamericanas” podrían parecer tan amplias como para referirse a una multiplicad de temas variados.

Aquellos bien podrían ser: los periodos de escándalos políticos, las etapas electorales, los discursos de posesión y de despedida, las eventuales declaraciones polémicas de los mandatarios, el desarrollo incipiente del periodo electoral, la multiplicidad de nombres y candidatos que se barajan en un proceso electoral norteamericano, entre otros.

De tal forma, pudimos acotar finalmente nuestro primer elemento para investigar: el cuerpo de todas las informaciones digitales que ofrecían El Colombiano y El Tiempo, en sus portales web, que contuvieran temas alusivos a Donald Trump. Pero ese era apenas un paso natural en la metodología de este trabajo.

Antes de acotar nuevamente las fechas y reducirla a los años 2016 y 2017 (ver **Tabla 3**), que fueron realmente los que protagonizaron el ambiente político de Donald Trump como presidenciable, elaboramos unas fichas con todas las especificaciones técnicas que contuvieran los elementos que serían objeto de nuestro análisis.

Tabla 3. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com., en 2016 y 2017.

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump” (SIN AÑO)	6.493 RESULTADOS	2.597 RESULTADOS
“Donald Trump” (2016)	1.953 RESULTADOS	835 RESULTADOS
“Donald Trump” (2017)	3.760 RESULTADOS	1.537 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

La idea de estas fichas surgió de una metodología (**Velandia, 2015**) en la que también se aplicó la teoría del *framing* al análisis de los contenidos de los medios de comunicación. Y al igual que en esa investigación, debimos concertar un método investigativo puntual: nos decantamos por el sistema deductivo.

Aquello significa que partimos de lo general hacia lo particular, puesto que en ese mar de datos e información que aglutinan los motores de búsqueda de los medios de comunicación mencionados, fuimos conscientes de que los objetos de estudio (las columnas de opinión) debían estar lo más acotadas, en cuanto a su contexto se refiere.

Justamente, esa idea es la que le da vida a la intención de hacer una búsqueda de fechas puntuales, antes de albergar una posible investigación sin límite alguno.

Pero, en ese tránsito de investigación, notamos una observación metodológica que otros (**Velandia, 2015**) ya habían advertido con respecto al uso de motores de búsqueda de ciertos medios de comunicación colombianos: El Tiempo posee un archivo mucho más robusto, amplio y específico que el de otros periódicos del país, entre otras razones, porque fue el primer diario en América Latina en estrenar un portal web, a mediados de la década de los años 90, en el siglo XX.

Esta investigación, entonces, no fue la excepción. Bastaron un par de búsquedas generales para notar que los resultados de ElTiempo.com eran muchos más que los obtenidos del portal web de ElColombiano.com.

Por ejemplo, si la búsqueda se hacía contemplando un lapso entre el año 2000 y el año 2017, solo por hacer una prueba de estos motores de búsqueda en lo que va corrido del siglo XXI (ver Tabla 2), se observa una diferencia considerable a favor de la web de El Tiempo.

Y si, por el contrario, esta pesquisa es más detallada y el lapso se reduce a los resultados obtenidos entre los años 2015 y 2017, se tiene que la

cantidad de resultados que aparecen en El Tiempo aún superan con creces a los obtenidos mediante el motor de búsqueda de El Colombiano (ver Tabla 4).

Tabla 4. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com., en

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump” (SIN AÑO)	6.493 RESULTADOS	2.597 RESULTADOS
“Donald Trump” (2000 - 2017)	6.388 RESULTADOS	2.579 RESULTADOS

2000-2017.

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Por esa razón, la investigación cualitativa fue la respuesta más sensata para continuar con el desarrollo de esta investigación, ya que se mostraba una ostensible disparidad entre los datos arrojados –en cuanto a la cantidad- de El Tiempo y El Colombiano.

Unidad y proceso de análisis

Una vez resueltas las palabras claves que permitieron continuar con el desarrollo de esta investigación, para el trabajo de grado, consideramos importante examinar aún más los tipos de secciones y ubicaciones digitales de los resultados más predominantes de las palabras “Donald Trump”.

Para ello, y a diferencia de lo mostrado hasta el momento en esta etapa de las herramientas de la investigación, pusimos un nuevo límite: la fecha que corresponda a los momentos (ver **Cronograma de investigación**) que seleccionamos para precisar la búsqueda en las páginas web de El Tiempo y El Colombiano.

Sustentados en los registros que se han mostrado atrás sobre los

resultados de las búsquedas específicas de las palabras “Donald Trump”, en los motores de búsqueda de El Colombiano y El Tiempo, queda clara la marcada diferencia que representa este último, no solo porque su archivo digital es más amplio, sino porque su tinglado de columnas de opinión es igualmente más robusto que el del primer periódico mencionado.

Además de las razones por las cuales se seleccionaron tres momentos específicos para realizar la investigación digital (ver **Cronograma de investigación**), estos casualmente coincidieron con sendos momentos críticos en el proceso electoral de los Estados Unidos de América.

Sin ir muy lejos y citándolo a manera de ejemplo, en el “Periodo 2” (ver **Cronograma de investigación**) de esta investigación hubo un contexto muy variado: desde la victoria misma de Donald Trump contra la candidata demócrata, Hillary Clinton, pasando por el conato de escándalo público en el que el ex candidato republicano se vio envuelto por declarar inapropiadamente, ante la opinión pública, sobre temas sensibles tales como el racismo, el legado del presidente saliente: Barack Obama, las políticas de inmigración, el fortalecimiento de la economía, el sistema de salud integral y accesible, entre otros.

Quizás, y como se verá más adelante en la continuación de esta explicación metodológica, los escándalos *per se* le sirvieron a Donald Trump para dar de qué hablar y, por supuesto, tanto los periodistas y expertos nacionales e internacionales suscritos al compromiso de escribir columnas de opinión, les sirvió para ampliar sus análisis, para estar más pendientes del desarrollo electoral de ese país y, atinente a nuestro trabajo de grado, parecen haber empezado a escribir más, desde el fortín de la opinión y de la libre expresión, columnas sobre el recién electo presidente.

Datos de ElTiempo.com

El portal web del periódico, como ya lo hemos sugerido en líneas anteriores, es mucho más robusto y completo que el de cualquier otro periódico en Colombia. La amplitud de su rango de búsqueda va dirigida desde finales de la década de los 90, en el siglo XX, hasta la actualidad.

Con ese punto de partida, nos quedó claro igualmente que la búsqueda de “Donald Trump” no tendría sentido si no se acotara en unos lapsos específicos. Por eso, antes de considerar los momentos que se explicaron anteriormente como sustento de esta pesquisa académica (ver **Cronograma de investigación**), decidimos tomar un nuevo punto de referencia: el año 2015.

Lo elegimos por considerarlo un año clave para comparar los consabidos años mediáticos de Trump: el 2016, cuando queda electo como presidente de los Estados Unidos de América; y el 2017, momento en que se posesiona y ejerce oficialmente, por primera vez, este encargo ejecutivo.

Tabla 5. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com, en el 2015.

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump”	289 RESULTADOS	157 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Los resultados (ver **Tabla**) demuestran que, en primera instancia, el portal de El Tiempo sigue liderando en cuanto al número de resultados obtenidos y, por lo tanto, ofrece una amplia gama de posibilidades de análisis que incluyen la aparición de los términos “Donald Trump” en secciones tan variadas como “Columnistas”, “EE.UU.”, “TLC Colombia”, entre otros.

Mientras que, en el caso del periódico de origen antioqueño, El Colombiano, la mayoría de resultados están confinados en las secciones de política internacional y en los espacios de opinión, los cuales no incluyen únicamente a los columnistas sino que también agrupan los editoriales del medio en mención.

Este año, el 2015, fue clave en la política electoral estadounidense, entre otros motivos, porque se redujeron ostensiblemente los índices de desempleo, en comparación con los del lustro anterior y, además, la economía del país parecía recuperarse luego de que el expresidente Barack Obama recibiera la desafiante labor de fortalecerla, toda vez que recibió la posta de dirigir a los Estados Unidos de América cuando buena parte de Occidente estaba sumida en una incertidumbre económica por cuenta del ‘crack’ o quiebre de varios de los bancos más tradicionales, fuertes y representativos del país norteamericano.

Por eso, estudiamos qué tan fuerte era la presencia de Donald Trump en ese periodo. Además, por entonces, aún la gente estaba muy lejos de imaginarse que el magnate y heredero del emporio Trump hiciera realidad su pensamiento de dirigir a la nación, tal cual lo había mencionado públicamente desde finales del siglo XX, cuando ya estaba en la palestra pública por cuenta de varios escándalos que lo acompañaron, en el desarrollo de su juventud como multimillonario. Ante ese panorama, la presencia de Trump no era tan fuerte, casi como para pasar desapercibido cuando de la Casa Blanca se trataba.

En ese contexto, nos dimos a la tarea de ahondar más en el detalle de estos resultados y descubrimos cuáles fueron los meses y los picos informativos en los que más se habló o escribió de Donald Trump, en el periódico El Tiempo (ver **Tabla 6**).

Tabla 6. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com, durante todo el 2015.

MES	EL TIEMPO.COM
ENERO	12
FEBRERO	24
MARZO	6
ABRIL	5
MAYO	23
JUNIO	44
JULIO	16
AGOSTO	35
SEPTIEMBRE	39
OCTUBRE	43
NOVIEMBRE	27
DICIEMBRE	15
TOTAL	289 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Dentro de este nuevo panorama de búsqueda, nos dimos cuenta que junio fue el mes donde más se escribió o aludió a Donald Trump, en El Tiempo. En esta época, también hay otra coyuntura que bien pudo haber marcado el devenir político de la realidad. Se refiere a la incapacidad de Trump para pagar asertivamente sus cuentas de impuestos y de ‘declarar’ todos sus ingresos y egresos en los Estados Unidos de América.

Muy de cerca, le sigue octubre del 2015 como el mes del año en el que más se aludió a la figura de Donald Trump y a su posible incidencia en la política de su país. Si bien nadie se había interesado en los acontecimientos de otros meses, en este periodo indicado el presidente Trump empieza a ser cada vez más mediático, más auténtico y lanza uno que otro dardo a la opinión pública para erigirse como la principal fuerza legislativa de ese país.

Y, por último, agosto y septiembre son otros de los periódicos que más vale la pena analizar, pues estas fechas casi coinciden con el año previo a que Trump saltara a la palestra pública. Es decir, cuando fue formal y oficialmente nominado por el Partido Republicano como el candidato

único para competir por la presidencia de los Estados Unidos de América.

Teniendo en cuenta ese año de transición, que bien podría constituirse en la etapa en la que Donald Trump deja de ser exclusivamente el protagonista de escándalos económicos y empresariales para erigirse, sin extraerse de su controvertida vida pública y de su actividad en el mundo del entretenimiento, en una posibilidad –por entonces remota- de competir por la presidencia del país federal.

Con esa información de sustento, continuamos nuestra investigación y trasladamos la anterior investigación a otro periodo específico: el año 2016. Y al igual que se hizo con su etapa inmediatamente anterior, en esta etapa se tuvieron en cuenta las informaciones de todo el periódico El Tiempo desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del año en mención.

Tabla 7. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com, durante todo el 2016.

MES	EL TIEMPO.COM
ENERO	85
FEBRERO	73
MARZO	88
ABRIL	153
MAYO	145
JUNIO	344
JULIO	216
AGOSTO	95
SEPTIEMBRE	79
OCTUBRE	143
NOVIEMBRE	277
DICIEMBRE	255
TOTAL	1.953 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

De esta nueva información estadística (ver **Tabla 7**), podemos determinar que los picos más altos de la información concordaron con los grandes anuncios y con los hitos políticos que logró Donald Trump en ese año. El

primero de ellos, sin duda alguna –es decir, el mes que más entradas digitales obtuvo en El Tiempo.com- fue junio, cuando el Partido Republicano se lanzó ante la palestra pública para oficializar el nombre de Trump como el que iba a portar las banderas del liderazgo hacia una nueva presidencia, luego de que durante los últimos dos gobiernos el partido más popular y con mayor liderazgo ejercido haya sido el Demócrata.

De hecho, la mitad del año 2016 constituye –entre junio y julio- como la etapa del año en la que más se escribió acerca del actual presidente de los Estados Unidos de América. Haciendo una primera aproximación analítica a esta situación, podríamos indicar que esto se debió básicamente a dos factores que, en los meses posteriores, servirían de base para desarrollar la propia estrategia política de Donald Trump.

Por un lado, en el primer semestre de ese año, el actual inquilino de la Casa Blanca debió responder a los primeros ataques que recibió en su contra por cuenta de los malos manejos financieros que históricamente le había dado a sus compañías.

Y por el otro, este aparente éxito mediático se debe a la oficialización de su candidatura única por el Partido Republicano. Además, entre septiembre y noviembre de ese Trump se convirtió en uno de los titulares de prensa con mayor eco en todo el mundo, debido a que continuó recibiendo ataques y denuncias que lo intentaron hacer ver como un malvado o una persona con una variación mental.

De igual forma (ver **Tabla 7**), el último trimestre del año, es decir, el periodo comprendido entre los meses de octubre y diciembre, fue el que mayor actividad digital presentó en El Tiempo, para el otrora candidato

republicano. En estos 90 días, se agrupó prácticamente el 35% de toda la información devenida de “Donald Trump” durante todo el 2016.

No es gratuito. Justo en octubre, por ejemplo, Trump debió lidiar con uno de los escándalos más fuertes que casi lo tumban como candidato republicano: el mal trato a la prensa, haciendo hincapié en algunos momentos desbordados de crítica e insultos contra las mujeres periodistas, y el desvelamiento de algunos secretos familiares en un momento difícil. Por ejemplo, la indagación sobre el origen migratorio de la propia esposa de Trump.

En ese décimo mes del año, ya quedaban apenas en carrera los contendores Hillary Clinton y Donald Trump. En medio de esa competencia, Trump y su actitud en algunos debates televisivos parecieron estrellarse de frente contra la experiencia, la serenidad y la decencia con que la excandidata presidencial por el Partido Demócrata tuvo, durante toda la campaña electoral.

El siguiente mes, noviembre, fue el definitivo. Durante las dos primeras semanas de este periodo, se llevaron a cabo las elecciones en todo el territorio norteamericano.

Por ello, se nota un crecimiento considerable en el número de apariciones de los textos, fotografías, videos, etc., que contienen las palabras mágicas para el desarrollo de esta investigación: “Donald Trump”.

Y por último, los treinta días finales del 2016 se constituyeron en la primera oleada de textos de opinión que hacían un análisis –por momentos, desmedido- de qué le depararía al futuro de los Estados

Unidos de América, en el contexto de que un magnate no sabía estrictamente manejar las esferas del poder público.

En esta etapa de la investigación, nos quedaba aún muy claro que los momentos que seleccionamos para realizar la investigación no estaban ajenos de la realidad y que, por el contrario, fueron periodos acertados para conocer el desarrollo del *framing*, en este contexto académico.

No obstante, la búsqueda no paró ahí. Para nosotros, tanto o más importante que desarrollar unos puntos de referencia de años enteros para tratar, -en la medida de las posibilidades de varias fuentes de ingreso- y por eso realizamos una nueva búsqueda.

Tabla 8. Resultados de: “Donald Trump”, en El Tiempo.com, durante todo el 2017.

MES	EL TIEMPO.COM
ENERO	678
FEBRERO	423
MARZO	233
ABRIL	478
MAYO	356
JUNIO	510
JULIO	511
AGOSTO	56
SEPTIEMBRE	64
OCTUBRE	177
NOVIEMBRE	223
DICIEMBRE	51
TOTAL	3.760 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

En esta ocasión, se tomaron como referencia los doce meses que componen el 2017 (ver **Tabla 8**). Este fue otro año clave para el desarrollo del gobierno de Donald Trump. En esta etapa, se dio inicio formalmente a su presidencia. Además, no arrancó sin asirse de la polémica.

En el primer mes de su trabajo, entre otras cosas, Donald Trump se caracterizó por emitir órdenes ejecutivas sobre asuntos que no tenían prioridad, de acuerdo con los parámetros que dio a conocer públicamente cuando en noviembre del 2016 quedó electo formalmente como presidente de los Estados Unidos de América.

Dentro de las características que no pensaban repetirse, según varios expertos, estaban la de intentar afianzar la relación con los medios de comunicación. De acuerdo con los resultados (ver Tabla 8), en enero del 2017 fue la época en la que mayor seguimiento se le dio a “Donald Trump” a través de los artículos publicados en la edición digital de El Tiempo.

Este mes, además de iniciar formalmente su mandato, también sirvió para hacer un balance del presidente saliente: Barack Obama, quien se fue de la Casa Blanca con su nivel de popularidad y aceptación más alto en toda su historia presidencial¹⁶.

Por eso, el nombre de Trump fue asociado en tantas oportunidades en ese mes, pues era natural que para hablar del saliente Obama muchos hicieran una comparación, sin importar que fuera favorable o desfavorable, con Trump.

Además, febrero fue el quinto mes del año en el que más apariciones digitales de “Donald Trump” hubo en el portal web de El Tiempo. Sin duda, en este mes se cumplían los primeros 30 días del gobierno del nuevo presidente estadounidense y los balances y reacciones sobre sus primeras diligencias, su forma de gobernar, sus decisiones e inclusive sus

¹⁶ De acuerdo con la información oficial, y con un sondeo elaborado por CNN/ORC, Barack Obama dejó la presidencia a principios de enero del 2017 con un índice de popularidad o aceptación favorable del 60%, una cifra que solo pudo ser igualada con la aprobación que obtuvo en su primer año en el cargo, en el 2009. **FUENTE:** <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Obama-se-va-en-su-nivel-mas-alto-de-popularidad-en-EU-20170118-0121.html>.

imprecisiones fueron los ingredientes perfectos para una ‘receta’ de opinión –que es el caso que nos convoca en este trabajo de grado- llena de polémica.

Por ejemplo, en ese periodo el presidente Trump ya había dado un sendo golpe de opinión con su decisión de abandonar el Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica (TPP, por su sigla en inglés)¹⁷ y cuando la mayoría de sus críticos del ala demócrata lo catalogaron de insensato y de estar muy mal asesorado por haber tomado esa decisión.

Dentro de los resultados obtenidos (ver Tabla 8), abril es el cuarto mes que más resultados produjo sobre “Donald Trump” en el motor de búsqueda de El Tiempo.com. En buena parte, esto se debe a que en ese mes se cumplieron los primeros cien días del gobierno del nuevo presidente.

Los esfuerzos por hacer un bañance después de casi tres meses y medio, en el poder, no se hicieron esperar en distintos medios de comunicación¹⁸ que usaron esta coyuntura para analizar las medidas tomadas por Trump, hasta ese momento.

Lo que la mayoría de estos destacaba de la gestión del mandatario era su línea crítica en contra de varios asuntos de política internacional, como por ejemplo la creciente inestabilidad de Corea del Norte, el otrora escándalo de espionaje de Rusia en las elecciones norteamericanas y la situación de

¹⁷ De acuerdo con los especialistas y reporteros de The New York Times, esta decisión fue una de las más polémicas en los primeros cien días del Gobierno de Trump. Fue una medida que alertó a los mercados y a la banca pero que, a largo plazo, no suscitó ni revistió mayor escándalo porque la economía no se ha visto tan afectada como muchos lo predijeron. **FUENTE:** <https://www.nytimes.com/es/2017/04/27/los-primeros-100-dias-de-trump-mucho-ruido-y-pocas-nueces/>.

¹⁸ Entre los medios que más ruido hicieron, se destacan, en Estados Unidos: *The New York Times*, que publicó un informe: “Los primeros 100 días de Trump: mucho ruido y pocas nueces”. **FUENTE:** <https://www.nytimes.com/es/2017/04/27/los-primeros-100-dias-de-trump-mucho-ruido-y-pocas-nueces/>. También se destaca el trabajo hecho por *El Tiempo* de Colombia. Su trabajo se tituló: “Donald Turmp: 100 días de una presidencia desconcertante”. **FUENTE:** <http://www.eltiempo.com/mundo/eeuu-y-canada/primeros-100-dias-de-gobierno-de-donald-trump-82864>. Y otro de los medios de comunicación más influyentes que realizó, inclusive, un especial multimedia sobre estos primeros días del mandatario norteamericano, fue *El País* de España. Su trabajo lo publicó con el título: “Especial 100 días de Trump”. **FUENTE:** https://elpais.com/agr/especial_100_dias_trump/a.

Siria, en la que por cierto ordenó el lanzamiento de varios misiles para atacar al régimen y al área de ISIS.

Además, otro de los aspectos destacados de estos primeros cien días de trabajo fue la altísima rotación de los funcionarios del gobierno, es decir, que tras varios escándalos o insurrecciones en contra de las propias decisiones del presidente se vieron obligados a renunciar o simplemente fueron expulsados de las huestes de la Casa Blanca.

Otro de los elementos que destacaron varios de los medios fueron los escándalos que el presidente suscitaba con sus conductas: desde la manera particular que tenía para saludar a la gente, pasando por su relación con su esposa, hasta su manera de vestir y de generar titulares de prensa a partir de sus tuits, y ni qué decir de cómo clausuró su relación con la prensa, modificó la manera de comunicarse con esta –que por el momento empezó a usar de manera predominante su cuenta de Twitter-, entre otros.

Finalmente, y de nuevo centrándonos en los resultados de esa búsqueda que planteamos (ver **Tabla 8**), notamos que los meses de la mitad del 2017 acapararon varios resultados de Donald Trump en la plataforma de El Tiempo. Entre junio y julio de ese año, se produjo prácticamente el 38% de toda la información disponible de los doce meses referenciados.

En esos periodos, hubo decisiones tan importantes como la discusión de la implementación o derogación del sistema de salud y de la amplitud de esa cobertura, el reconocido ‘Obamacare’. Con respecto a este, a administración de Trump siempre fue crítica y en esta etapa del año anunció la posible eliminación de este programa.

Con esa alerta, la opinión pública mundial hizo un eco que no dio espera, puesto que varios de los beneficiarios de este programa de salud eran inmigrantes, especialmente latinos. Esta condición quizás fue una de las mayores motivaciones para que periódicos como El Tiempo le dedicaran un amplio despliegue informativo a este hecho.

Finalmente, se puede decir que, con respecto a ese primer año en el mandato, nuestro objeto de estudio fue muy preciso, toda vez que el mes de análisis, enero del 2017, fue el más óptimo no solo por la coyuntura de la posesión presidencial o por la terminación del gobierno presidencial de Barack Obama, sino que en esta etapa del año se marcó un nuevo hito en la historia estadounidense y precisamente esa coyuntura fue la que quisimos analizar y que explicaremos en las páginas siguientes, con más detalle (ver **Cronograma de investigación**).

En ese panorama, además, nos quedó claro que el despliegue informativo –así solo sea en su plataforma digital o que en esta se guarde la información básica de la versión impresa del diario- se encuentra directamente relacionado con los sucesos que mayor polémica generan: el primer discurso presidencial, los cambios en la cúpula del poder, las decisiones polémicas sobre política internacional, entre otros.

Datos de ElColombiano.com

Si bien el portal web del periódico antioqueño El Colombiano no tiene tanta historia ni archivo digital como el de El Tiempo, también ofrece herramientas de búsqueda avanzada que nos facilitó la consecución de la información. Si bien este periódico ya cuenta con al menos un centenario

de historia de haberse fundado, en el archivo digital solo se da cuenta de la información disponible, en archivo, a partir de 1970.

Y ahondando más en el motor de búsqueda, descubrimos que, en realidad, la información está completa –es decir, que abarca todas las secciones del portal y de la edición impresa- desde mediados de la década del 2000, es decir, casi diez años después de la información disponible de un portal como El Tiempo.

Haciendo esta digresión que nos permitió comparar ambos portales estudiados, concluimos una vez más la pertinencia de haber elegido tres momentos específicos, y relativamente recientes, de búsqueda de información (ver Cronograma de investigación).

Y al igual que hicimos con el portal y la investigación de El Tiempo, en orden de darle equidad a esta investigación, también ampliamos la investigación al año 2015, en el portal web de El Colombiano.

Tabla 9. Resultados de la búsqueda: “Donald Trump”, en El Tiempo.com y El Colombiano.com, en el 2015.

MEDIO	EL TIEMPO.COM	EL COLOMBIANO.COM
“Donald Trump”	289 RESULTADOS	157 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Con base en esta información obtenida (ver **Tabla 9**), notamos que el portal web del periódico El Colombiano mantiene el rezago en cuanto a producción informativa, comparado con la información obtenida de El Tiempo, en el mismo lapso investigado. Los datos recabados del primer portal representan apenas el 54% del total de los datos hallados en el segundo.

Si bien esto puede considerarse una diferencia significativa, no resulta

extraña toda vez que, como lo mencionamos con anterioridad, el archivo digital de El Tiempo es mucho más amplio que el de El Colombiano.

Además, se debe tener en cuenta que, en muchas oportunidades, el primero siempre resulta mayoritario porque tiene un tiraje nacional y mayor penetración en vastas regiones del país, en comparación con el segundo.

No en vano, El Tiempo es el periódico no gratuito y de cobertura nacional con mayor tiraje y lectura en todo el país (ver Tabla 9). Si bien está por debajo de algunos periódicos de distribución gratuita como el AND, que también pertenece a la Casa Editorial El Tiempo, se erige como el de mayor penetración en todo el territorio colombiano y, en buena medida, eso explica la amplitud de la información que se puede obtener en este y que, finalmente, reposa en su archivo digital. Y aunque la información obtenida demuestra que (ver Tabla 10), en general, la gente en Colombia cada vez lee menos prensa escrita, la caída en los lectores de El Tiempo – que es la tercera más alta, después de la de El Heraldo de Barranquilla y de la de Publimetro, con sede en Bogotá- es proporcional a la cantidad de lectores habituales que tenía.

Tabla 10. Periódicos de Colombia con mayor cantidad de lectores de su edición impresa, durante el 2016.

PERIÓDICO	LECTORES EN ENERO DEL 2016	LECTORES EN JULIO DEL 2016
Q'Hubo	1'868.500	1'767.500
AND	1'262.900	1'251.000
EL TIEMPO	958.100	854.000
Publimetro	375.200	316.800
El Espectador	258.500	239.700
El Colombiano	182.900	166.400
El País	137.900	130.700
El Heraldo	110.800	86.100
Vanguardia	77.000	69.000

FUENTE: Elaboración propia con base en la información del Estudio General de Medios 2016.

En ese orden de ideas, retomamos la información y consideramos que los resultados obtenidos en la búsqueda del archivo digital de El Colombiano (ver **Tabla 10**) es proporcional con su penetración en la población que consume esta información noticiosa.

Y continuando con el modelo investigativo que le aplicamos a la información del periódico El Tiempo, ahondamos, mes a mes, en la cantidad de archivos digitales que contenían las palabras “Donald Trump” en sus textos (ver **Tabla 11**).

Tabla 11. Resultados de: “Donald Trump”, en El Colombiano.com, durante todo el 2015.

MES	EL COLOMBIANO.COM
ENERO	23
FEBRERO	12
MARZO	7
ABRIL	17
MAYO	18
JUNIO	19
JULIO	16
AGOSTO	14
SEPTIEMBRE	17
OCTUBRE	8
NOVIEMBRE	3
DICIEMBRE	3
TOTAL	157 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Sustentados en estos resultados, también debemos recalcar que decidimos extender una primera fase exploratoria de investigación hasta el año 2015 porque lo consideramos clave en la gestación de la campaña política de Donald Trump. Si bien podemos observar que (ver **Tabla 11**) apenas el inicio y la mitad del 2015 fueron los periodos que más apariciones mediáticas tuvo Donald Trump, en El Colombiano.

Por tal motivo, podríamos deducir que parte de su estrategia político consistió en el factor sorpresa y en la de constituirse como un *outsider* o ‘extraño - ajeno’ de la esfera política.

Nadie se lo esperaba y, pese a que en algunas ocasiones¹⁹ había dicho que en algún momento de su vida se plantearía la opción de ser el presidente de los Estados Unidos de América, nunca había hecho algo específico para lograrlo o alcanzar esa meta.

No obstante, el transcurso de todo ese 2015 podría considerarse como una etapa austera en su recién fundada carrera política. En ese periodo, además, el jefe de la política norteamericana, Barack Obama, estaba atravesando por una de sus fases más críticas durante todo el gobierno, puesto que recién iba a poner en marcha el plan de acción para el 'Obamacare' y además tenía encima a toda la oposición republicana, que le reclamaba mayor acción y una posición más fuerte ante la situación de seguridad mundial.

Todo esto se desató por la ola de ataques y atentados de índole terrorista que acapararon los titulares de la prensa mundial y que, por ser uno de los hombres más famosos y poderosos del mundo, Obama no podía pasar por alto.

En ese año, la creciente tensión y el desconcierto de la seguridad mundial fueron apabullados por los atentados (ver **Tabla 12**) y por eso, el despertar republicano se empezó a agudizar, hasta el punto de conceder mayor atención a la manera en la que el presidente de turno actuaba en el ámbito de la política internacional, en comparación con lo que podía hacer de manera interina en los Estados Unidos de América.

¹⁹ En 1988, el actual presidente de los Estados Unidos de América, Donald Trump, fue entrevistado por la reconocida periodista y presentadora afrodescendiente, Oprah Winfrey, en *The Oprah Winfrey Show*. En este programa, señaló su interés, aunque por entonces remoto, de ser presidente de su país. **FUENTE:** https://www.youtube.com/watch?v=SEPs17_AkTI.

Tabla 12. Atentados terroristas en el mundo, durante el 2015 y el 2016.

MES	ATENTADO	MUERTOS
ENERO	París, Revista <i>Charlie hebdo</i>	12
ENERO	París, supermercado kósher	4
MARZO	Londres, Parlamento	5
MARZO	Bruselas, Aeropuerto	32
MAYO	Manchester, Estadio	22
JUNIO	Londres, Puente de Londres	8

FUENTE: Elaboración propia con base en información de la oficina de la Lucha Contra el Terrorismo de la Organización de las Naciones Unidas - ONU.

Con base en toda esa información, continuamos nuestra búsqueda de datos en el portal de El Colombiano. Aplicamos la misma fórmula de la pesquisa de este trabajo de grado y nos detuvimos para analizar, no de manera específica porque no es el objeto de esta investigación, cómo fue el comportamiento de las publicaciones sobre “Donald Trump”, en el siguiente año, es decir, en el 2016.

Tabla 13. Resultados de: “Donald Trump”, en El Colombiano.com, durante todo el 2016.

MES	EL TIEMPO.COM
ENERO	85
FEBRERO	45
MARZO	35
ABRIL	67
MAYO	19
JUNIO	98
JULIO	102
AGOSTO	23
SEPTIEMBRE	28
OCTUBRE	54
NOVIEMBRE	145
DICIEMBRE	134
TOTAL	835 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

Lo primero que debemos acotar con base en los resultados obtenidos, es que la cantidad representa apenas el 41% de todos los datos recavados en el portal web de El Tiempo. Pero más allá de la cantidad, encontramos coincidencias en cuanto al mes de julio como uno de los más abultados, en cuanto al resultado de la búsqueda se refiere.

Esto, sin duda, se debe a que en esa época fue la nominación oficial de Donald Trump como el candidato único del Partido Republicano que competiría por la presidencia de los Estados Unidos de América. En estos momentos coyunturales, también se determinó la importancia de consignar un discurso acorde con la situación de ese país, caracterizada por un ligero repunte económico, pero con una situación cada vez más compleja de política inmigratoria.

Además, en este mes, también se oficializó la competencia por ser el sucesor de Barack Obama, contra la representante del Partido Demócrata, Hillary Clinton. En las primeras intervenciones de la otrora candidata y esposa del expresidente demócrata, Bill Clinton, Trump parecía salir triunfante.

Y no lo hizo precisamente por su manera de argumentar o por su capacidad y conocimiento en profundidad del país, sino más bien por los escándalos que desde mediados del 2016 la prensa mundial –y, sin excepción, la colombiana- venían registrando con base en el comportamiento de este político.

No era tampoco un secreto para nadie que, desde un comienzo de la carrera presidencial, la pugna contra Clinton parecería desigual, toda vez que ella le llevaba casi tres décadas de ventaja en la arena política, incluyendo sus roles de primera dama del exgobernador y expresidente Clinton, sin contar con sus años al lado de Obama como secretaria de Estado de los Estados Unidos de América.

Pero la batalla no terminaría tan rápido no sería tan sencilla para Clinton, puesto que analizando los resultados obtenidos en la búsqueda (ver Tabla

13), queda claro que desde octubre se intensificó la presencia de Trump, en la prensa.

Sin importar –porque no es el objeto preciso de esta investigación de nuestro trabajo de grado- qué tan detalladamente se haya abordado este tema o en cuáles hayan sido las secciones en las que mayor presencia haya tenido, queda claro que Trump había revertido a su favor la imagen de candidato desconocido para mostrarse a la opinión pública, así fuera a punta de controversia y polémica.

Ese año, el 2016, sería clave para la historia política reciente del país, puesto que por primera vez en tres décadas Trump estaba a punto de convertirse en el primer candidato republicano –no originario de una casta o familia política tradicional como los Bush, por ejemplo- en competir por la presidencia de los Estados Unidos de América.

De hecho, los datos (ver Tabla 13) muestran que noviembre y diciembre, en el cierre del 2016, fue el gran salto mediático que Trump tuvo, al menos, en la producción de contenido periodístico obtenido del portal web de El Colombiano. El crecimiento de su presencia digital en estos dos meses fue exponencial, pues en este lapso se produjo el 33% del total de apariciones textuales de las palabras clave “Donald Trump”.

Además, fueron los meses con mayor presencia digital, estando por encima –apenas por unos pocos datos- de la mitad del año y muy lejos de la información obtenida a principios del 2016, cuando Trump cada vez aparecía más en los medios de comunicación con la idea de convertirse en el candidato único del Partido Republicano.

Ni siquiera en el primer semestre de ese año, que se contabilizó desde enero hasta junio, tuvo una presencia tan alta. El total de esos primeros seis meses fue del 41% del total de apariciones del año, y eso no es un dato menor toda vez que en ese periodo fue cuando hubo más debates entre los precandidatos del Partido Republicano.

Lo anterior evidencia una vez más el gran salto estratégico y mediático, al menos en el caso de producción de información del periódico El Colombiano, que tuvo Trump desde que fue confirmado como el candidato único que competiría contra Hillary Clinton. Una vez más, pudimos concluir una nueva fase de este proceso metodológico para ratificar el primer momento de nuestra investigación y el segundo, por supuesto, pues ambos quedaron insertos en el segundo semestre del 2016 (ver **Cronograma de investigación**).

Sustentados en esos análisis de la fase preliminar que incluyen a los años 2015 y 2016 como momentos clave en la pesquisa de este trabajo – puesto que estudiar la información aparecida en estos periodos permiten entender el crecimiento mediático de la figura de Donald Trump y ayudan a comprender mejor el impacto que él tuvo en la prensa mundial y, sobre todo, en la opinión pública de países como el nuestro, Colombia-.

Por tal motivo, continuamos indagando y repetimos el patrón de búsqueda, en el portal web de El Colombiano, aplicado al año 2017. El más reciente que es objeto de consideración dentro del marco de este trabajo de investigación cualitativa y de análisis de los contenidos de dos de los medios de comunicación más reconocidos del país.

Tabla 13.1. Resultados de: “Donald Trump”, en El Colombiano.com, durante todo el 2017.

MES	EL TIEMPO.COM
ENERO	523
FEBRERO	321
MARZO	121
ABRIL	345
MAYO	198
JUNIO	78
JULIO	102
AGOSTO	44
SEPTIEMBRE	87
OCTUBRE	45
NOVIEMBRE	79
DICIEMBRE	101
TOTAL	1.537 RESULTADOS

FUENTE: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en el medio digital.

De acuerdo con esta nueva información (ver **Tabla 13.1**), encontramos que nuevamente el mes de mayor movimiento y de presencia digital de las palabras clave “Donald Trump” fue enero, tal como ocurrió con el buscador de El Tiempo.com.

Sin duda, esto se debe a que el lapso mencionado corresponde con la toma del cargo, es decir la posesión oficial, de Trump como presidente de los Estados Unidos de América.

En cuanto a la cantidad, el segundo mes que más produjo información en el 2017, de acuerdo con el portal de El Colombiano, fue abril, la fecha en la que –como lo analizamos y mencionamos en la sección de El Tiempo.com- tuvo lugar la celebración de los primeros 100 días del gobierno de Trump.

En esta época ya es tradicional, no solo en norteamérica sino en otras partes del mundo, hacer un balance de gestión de la nueva administración en el cargo. Si bien la cifra de tiempo analizado no corresponde ni al 10% del total del tiempo por el cual fue elegido el

presidente, sí es una cifra que suscita titulares de prensa.

En ese orden de ideas, los siguientes meses del 2017 que más presencia digital de las palabras clave “Donald Trump” tuvieron correspondieron a febrero y a julio. Sin dudas, nuestros momentos de análisis elegidos no corresponden con esos periodos, toda vez que esta pesquisa la iniciamos a finales del 2016 y la estábamos concluyendo hacia finales del 2017.

Es decir, mientras desarrollábamos este trabajo de grado, el fenómeno de Trump seguía dando de qué hablar, en cuanto a la producción de contenidos de opinión y periodísticos se refiere.

En definitiva, debemos advertir que estas primeras fases exploratoria de la investigación que sustenta nuestro trabajo de grado nos permitió dilucidar un camino más acotado y preciso para continuar con la metodología que hemos planteado desde un comienzo y que, por supuesto, nos ayudará a conseguir los objetivos de toda esta pesquisa.

Con base en ello, lo primero que reconfirmamos fue la idoneidad de haber elegido como tres momentos clave de esta pesquisa la nominación oficial de Donald Trump como candidato único del Partido Republicano, a mediados del 2016; la elección formal como presidente de los Estados Unidos de América, tras haber derrotado a la candidata demócrata Hillary Clinton, en noviembre del 2016; y, por último, la posesión presidencial de Trump, en enero del 2017, fecha en la que oficialmente sucedió al presidente de origen demócrata, Barack Obama, en el mando de la Casa Blanca (ver **Introducción y Marco Metodológico**).

Finalmente, estos resultados obtenidos de manera genérica en esta sección del Marco Metodológico de nuestro trabajo de grado nos permite ser conscientes de la pertinencia conceptual que nos sugiere la investigación de este tema en los columnistas de El Tiempo y El Colombiano, puesto que los hallazgos de esta fase preliminar nos refuerzan la idea de que Donald Trump, como base de la creación de los *framings* de los columnistas que publican en esos medios citados, sigue siendo un tema preponderante, no solo por el impacto que esta figura pública pueda tener, sino por la cantidad nada despreciable de registros que produce en la prensa digitalizada de nuestro país.

Objeto del análisis

Teniendo en cuenta toda la información investigada hasta el momento, en esta parte de la sección metodológica queremos evidenciar los hallazgos que tuvimos cuando nos concentramos en los resultados arrojados por los portales web de El Colombiano y de El Tiempo, en lo atinente a las palabras clave “Donald Trump”.

En los motores de búsqueda de ambos periódicos colombianos, se podía seleccionar una opción para confirmar cuáles de todos esos resultados en los que aparecían las palabras “Donald Trump” correspondían únicamente a las secciones de “Opinión”, en el contexto digital de El Colombiano; y de “Columnistas/Opinión”, en el contexto digital de El Tiempo.

Una vez tomada esa medida, mostraremos en seguida, y por separado – para que haya más claridad en el tema- cuáles fueron todas las columnas que encontramos en ambos portales.

Debemos aclarar que, como quisimos hacer una muestra representativa de todos los hallazgos que contenían las palabras clave “Donald Trump”, tomamos la decisión de estudiar, detallar y analizar todas las columnas de opinión que aparecieron en los lapsos estudiados (ver **Cronograma de investigación**).

En seguida de mostrar cuáles fueron todas las columnas seleccionadas para sustentar el objeto de investigación de este trabajo de grado, con las fechas correspondientes y el origen digital de las mismas, mostraremos un modelo de tablas en las que se consignarán los datos básicos de cada columna de opinión, para medir su impacto digital, su contexto, su autor, su temática, entre otros.

Esta información será primordial para alcanzar los objetivos de esta investigación debido a que serán las herramientas que nos permitirán analizar, en detalle, cuál fue el contexto de su producción intelectual, cuál fue el por qué de la generación de su contenido, entre otras variables.

Puntualmente, detallaremos enseguida cuáles fueron los hallazgos que obtuvimos. En el primer periodo de búsqueda, que va desde el 17 hasta el 23 de julio del 2016, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Colombiano arrojó 23 resultados cuando se digitaron las palabras “Donald Trump” (Ver **ANEXO 1**). De estos, tan solo cuatro (4) correspondieron estrictamente a las columnas de opinión.

Los otros resultados se dividieron de la siguiente forma: catorce (14) para la sección “Internacional”, uno (1) para la sección “Negocios” y cuatro (4) fueron consignados por el motor de búsqueda como “Otros” resultados.

En el segundo periodo de búsqueda, que va desde el 8 hasta el 14 de noviembre del 2016, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Colombiano arrojó 100 resultados cuando se digitaron las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 2). De estos, quince (15) correspondieron estrictamente a las columnas de opinión.

Los otros resultados se dividieron de la siguiente forma: tres (3) para la sección “Videos”, uno (1) para la sección “Imágenes”, uno (1) para la sección “Infografías”, sesenta y cuatro (64) para la sección “Internacional”, siete (7) para la sección “Negocios”, cuatro (4) para la sección “Colombia” y uno (1) para la sección “Antioquia”.

En el tercer periodo de búsqueda, que va desde el 18 hasta el 25 de enero del 2017, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Colombiano arrojó 91 resultados cuando se digitaron las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 3). De estos, quince (15) correspondieron estrictamente a las columnas de opinión. Los otros resultados se dividieron de la siguiente forma: tres (3) para la sección “Imágenes”, dos (2) para la sección “Videos”, cuarenta y seis (46) para la sección “Internacional”, siete (7) para la sección “Negocios” y siete (7) para la sección “Colombia”.

De otra parte, con respecto a la información obtenida en el portal de El Tiempo, suscribimos igualmente los mismos lapsos en la investigación. En el primer periodo de búsqueda, que va desde el 17 hasta el 23 de julio del 2016, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Tiempo no arrojó ningún resultado.

Por eso, se realizó una búsqueda avanzada y se determinó que los primeros registros que existen en el 2016, por parte de los columnistas, surgen a partir de agosto de ese año, en el que ya surgen los primeros

textos de opinión que aluden directamente a las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 15 y ANEXO 16).

Por tal motivo, y para ajustar los criterios de búsqueda tal como se hicieron con el portal web del periódico El Colombiano, se tomaron en cuenta las primeras columnas de opinión del segundo semestre que contienen las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 15 y ANEXO 16) y que se refieren al otrora candidato electo y único del Partido Republicano para obtener la presidencia de los Estados Unidos.

Es decir, para equiparar el número de columnas y resultados obtenidos en el periódico El Colombiano, se estudiaron las cuatro primeras columnas de opinión que aparecieron en el segundo semestre del 2016, cuando Donald Trump ya había sido electo como el único candidato presidencial del Partido Republicano. En el segundo periodo de búsqueda, que va desde el 8 hasta el 14 de noviembre del 2016, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Colombiano arrojó 88 resultados cuando se digitaron las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 11, ANEXO 12, ANEXO 13 y ANEXO 14). En el tercer periodo de búsqueda, que va desde el 18 hasta el 25 de enero del 2017, el motor de búsqueda del sitio web del periódico El Colombiano arrojó 91 resultados cuando se digitaron las palabras “Donald Trump” (Ver ANEXO 3). De estos, apenas veinte (20) correspondieron a la sección de “Columnistas” y sobre esta se trabajó el objeto de estudio de este lapso. Las columnas debieron buscarse de manera manual, es decir, acudir al filtro que dice “Opinión” y buscar, mes a mes, las columnas de opinión de los autores de El Tiempo. Por eso, la búsqueda resultó más dispendiosa, aunque igual de precisa al modelo aplicado en el motor de búsqueda de la información de El Colombiano.com. Para respaldar esa afirmación, tomamos en cuenta los pantallazos de esta búsqueda (Ver ANEXO 7, ANEXO 8, ANEXO 9 y ANEXO 10).

Información de ElColombiano.com

En esta sección, se mostrarán todas las columnas de opinión que arrojaron los motores de búsqueda de la página web de El Colombiano, tras hacer una pesquisa en los tres momentos clave de este trabajo (ver Cronograma de investigación).

Tabla 14. LISTADO DE COLUMNAS DE ELCOLOMBIANO.COM – Periodo 1.

FECHA	AUTOR	TÍTULO	ORIGEN
JULIO 18/2016	JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ	<i>“Las vidas negras importan”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/las-vidas-negras-importan-DJ4586014
JULIO 20/2016	ANDRÉS OPPENHEIMER	<i>“Gran Bretaña, un país a deriva”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/gran-bretana-un-pais-a-la-deriva-Fl4596766
JULIO 21/2016	JORGE RAMOS	<i>“Un verano de odio”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/un-verano-de-odio-NF4601834
JULIO 23/2016	ADRIANA COOPER	<i>“Fragmentos de la semana”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/fragmentos-de-la-semana-FC4613340

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Tabla 15. LISTADO DE COLUMNAS DE ELCOLOMBIANO.COM – Periodo 2.

FECHA	AUTOR	TITULO	ORIGEN
NOV. 14/2016	AUTOR NEW YORK TIMES	<i>“La receta económica de Trump: primero haga daño”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/la-receta-economica-de-trump-primero-haga-dano-DC5361072
NOV. 14/2016	COLUMNISTA INVITADO	<i>“Duro mensaje”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/duro-mensaje-EC5361035
NOV. 13/2016	ALEJO VARGAS	<i>“Cómo esperar un gobierno de Trump”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/como-esperar-un-gobierno-de-trump-FX5356007
NOV. 13/2016	ERICK WOODS	<i>“Erick Erikson: tragando palabras cuanto Donald Trump”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/erick-erikson-tragando-palabras-en-cuanto-a-donald-trump-MX5356817
NOV. 13/2016	JUAN JOSÉ HOYOS	<i>“La maldición de los Simpson”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/la-maldicion-de-los-simpson-LX5356296
NOV. 12/2016	ERNESTO OCHOA	<i>“De victorias y derrotas pírricas”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/de-victorias-y-derrotas-pirricas-BE5350726
NOV. 12/2016	RAÚL TAMAYO	<i>“Trumpadas de la vida”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/trumpadas-de-la-vida-BE5350535
NOV. 11/2016	LAURA BETANCUR	<i>“Trump es nuclear”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/trump-es-nuclear-CD5342316
NOV. 11/2016	CRISTINA DE TORO	<i>“El dulce a mordiscos”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/el-dulce-a-mordiscos-MD5342394
NOV. 11/2016	RICHARD PAINTER	<i>“Es posible que Trump sea buen presidente”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/es-posible-que-trump-sea-buen-presidente-CE5341316
NOV. 10/2016	ÓSCAR DOMÍNGUEZ	<i>“El dinosaurio Trump estaba allí”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/el-dinosaurio-trump-estaba-alli-DD5335151
NOV. 9/2016	ANA CRISTINA RESTREPO	<i>“Make America Great Again”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/make-america-great-again-YH5328023
NOV. 8/2016	HUMBERTO MONTERO	<i>“Un dictador en Washington”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/un-dictador-en-washington-EY5320879
NOV. 8/2016	JUAN DAVID GARCÍA	<i>“Trump y Clinton, ajenos realidad”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/trump-y-clinton-ajenos-a-la-realidad-NY5320825
NOV. 8/2016	JUAN CAMILO HOLGUÍN	<i>“EE.UU.: razón vs emoción”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/estados-unidos-razon-vs-emocion-NY5320791

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Tabla 16. LISTADO DE COLUMNAS DE ELCOLOMBIANO.COM – Periodo 3.

FECHA	AUTOR	TÍTULO	ORIGEN
ENERO 25/2017	ANDRÉS OPPENHEIMER	<i>“El divorcio de Trump con los latinos”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/el-divorcio-de-trump-con-los-latinos-FG5811241
ENERO 25/2017	OSPINA MARÍA CLARA	<i>“Sin precedente”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/sin-precedente-DG5811005
ENERO 25/2017	BEATRIZ DE MAJO	<i>“Cuando los grandes se equivocan”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/cuando-los-grandes-se-equivocan-KX5808639
ENERO 24/2017	DAVID SANTOS	<i>“Lugares comunes para tiempos funestos”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/lugares-comunes-para-tiempos-funestos-YK5804881
ENERO 24/2017	FRANCISCO CORTÉS	<i>“¿El fin del orden liberal global”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/el-fin-del-orden-liberal-global-BK5804993
ENERO 23/2017	AUTOR NEW YORK TIMES	<i>“Por qué el Trumpismo podría no perdurar”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/por-que-el-trumpismo-podria-no-perdurar-FH5797711
ENERO 22/2017	AUTOR NEW YORK TIMES	<i>“Obama no debe irse en silencio”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/obama-no-debe-irse-en-silencio-AK5792637
ENERO 22/2017	RAFAEL NIETO	<i>“El enigma y Colombia”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/el-enigma-y-colombia-CN5791747
ENERO 22/2017	JUAN JOSÉ HOYOS	<i>“Estados Unidos, entre la esperanza y la furia”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/destacada/estados-unidos-entre-la-esperanza-y-la-furia-XN5791725
ENERO 22/2017	ALEJO VARGAS	<i>“Comienza la era Trump”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/comienza-la-era-trump-MN5791385
ENERO 21/2017	COLUMNISTA INVITADO	<i>“Caja negra”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/caja-negra-CE5789242
ENERO 19/2017	JORGE RAMOS	<i>“Trump no es mi jefe”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/trump-no-es-mi-jefe-MG5778068
ENERO 18/2017	HERNÁN GONZÁLEZ	<i>“Cómo trabaja la propaganda”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/como-trabaja-la-propaganda-JX5770931
ENERO 18/2017	ANDRÉS OPPENHEIMER	<i>“¿Hackeará Rusia las elecciones de Alemania, Francia y México?”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/hackeara-rusia-las-elecciones-de-alemania-francia-y-mexico-MX5770493
ENERO 18/2017	MARÍA CLARA OSPINA	<i>“¡Hagan sus apuestas!”</i>	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnista/s/hagan-sus-apuestas-BX5770605

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Información de ElTiempo.com

En esta sección, se mostrarán todas las columnas de opinión que arrojaron los motores de búsqueda de la página web de El Tiempo, tras hacer una pesquisa en los tres momentos clave de este trabajo (ver Cronograma de investigación).

Tabla 17. LISTADO DE COLUMNAS DE ELTIEMPO.COM – Periodo 1.

FECHA	AUTOR	TÍTULO	ORIGEN
AGOSTO 3/2016	MARÍA GARCÍA	<i>“Terminator presidente”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-a-garcia-de-la-torre/terminator-presidente-maria-antonia-garcia-de-la-torre-columna-el-tiempo-52790
AGOSTO 8/2016	HERIBERTO FIORILLO	<i>“Los locos del botón”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/heriberto-fiorillo/los-locos-del-boton-heriberto-fiorillo-columnista-el-tiempo-54243
AGOSTO 14/2016	PETER SINGER	<i>“¿Verdes por Trump?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/peter-singer/verdes-por-trump-peter-singer-columnista-el-tiempo-53553
AGOSTO 23/2016	GUILLERMO MAYA	<i>“EE.UU. y los trabajadores sin futuro”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/guillermo-maya/ee-uu-y-los-trabajadores-sin-futuro-guillermo-maya-columna-el-tiempo-54224

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Tabla 18. LISTADO DE COLUMNAS DE ELTIEMPO.COM – Periodo 2.

FECHA	AUTOR	TÍTULO	ORIGEN
NOVIEMBRE 14/2016	SAÚL HERNÁNDEZ	<i>“El fenómeno Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/saul-hernandez-bolivar/el-fenomeno-trump-saul-hernandez-bolivar-columnista-el-tiempo-53277
NOVIEMBRE 14/2016	SERGIO MUÑOZ	<i>“Trump tranquiliza al mundo”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/sergio-munoz-bata/trump-intranquiliza-al-mundo-sergio-munoz-bata-columnista-el-tiempo-53467
NOVIEMBRE 14/2016	OTROS COLUMNISTAS	<i>“Europa, sola en el mundo de Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/otros-columnistas/europa-sola-en-el-mundo-de-trump-mark-leonard-columnista-el-tiempo-52806
NOVIEMBRE 14/2016	PAOLA OCHOA	<i>“Chibchombia”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/paola-ochoa/chibchombia-paola-ochoa-columnista-el-tiempo-53587
NOVIEMBRE 14/2016	HERIBERTO FIORILLO	<i>“Narciso Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/heriberto-fiorillo/narciso-trump-heriberto-fiorillo-columnista-el-tiempo-54302
NOVIEMBRE 13/2016	MANUEL RODRÍGUEZ	<i>“¿Enemigo del planeta?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/manuel-rodriguez-becerra/enemigo-del-planeta-manuel-rodriguez-becerra-columnista-el-tiempo-52950
NOVIEMBRE 13/2016	MAURICIO VARGAS	<i>“El partido de la rabia”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/mauricio-vargas/el-partido-de-la-rabia-mauricio-vargas-columnista-el-tiempo-53530
NOVIEMBRE 13/2016	GUILLERMO PERRY	<i>“¡Que paren el mundo!”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/guillermo-perry/que-paren-el-mundo-guillermo-perry-columnista-el-tiempo-53804
NOVIEMBRE 13/2016	MARÍA ISABEL RUEDA	<i>“¿Y ahora qué sigue?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-isabel-rueda/y-ahora-que-sigue-maria-isabel-rueda-columnista-el-tiempo-53690
NOVIEMBRE 13/2016	RUDOLF HOMMES	<i>“¿Qué pasó y qué puede suceder?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/rudolf-hombres/que-paso-y-que-puede-suceder-rudolf-hombres-columnista-el-tiempo-53927
NOVIEMBRE 13/2016	CECILIA ÁLVAREZ	<i>“Año bisiesto”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/cecilia-alvarez-correa/ano-bisiesto-cecilia-alvarez-correa-columnista-el-tiempo-53062
NOVIEMBRE 11/2016	LUIS NOÉ OCHOA	<i>“¿Quiénes nos insultan?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/luis-noe-ochoa/quienes-nos-insultan-luis-noe-ochoa-columna-el-tiempo-54135
NOVIEMBRE 11/2016	SERGIO OCAMPO	<i>“La ‘Trumpada’ a la inteligencia”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/sergio-ocampo-madrid/la-trumpada-a-la-inteligencia-sergio-ocampo-madrid-columna-el-tiempo-54066
NOVIEMBRE 10/2016	MARÍA GARCÍA	<i>“Apocalipsis Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-garcia-de-la-torre/apocalipsis-trump-maria-antonia-garcia-de-la-torre-columna-el-tiempo-54654
NOVIEMBRE 10/2016	RICARDO SILVA	<i>“2016”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/ricardo-silva-romero/2016-ricardo-silva-romero-columna-el-tiempo-53918
NOVIEMBRE 10/2016	ENRIQUE SANTOS	<i>“¿El anti-Cristo?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/enrique-santos-molano/el-anti-cristo-enrique-santos-molano-columna-el-tiempo-52989
NOVIEMBRE 9/2016	ABDÓN ESPINOSA	<i>“Jornada electoral en EE.UU.”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/abdon-espinosa-valderrama/jornada-electoral-en-ee-uu-abdon-espinosa-valderrama-columna-el-tiempo-54666
NOVIEMBRE 9/2016	FRANCISCO BARBOSA	<i>“Lo impensable: Trump, presidente”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/francisco-barbosa/lo-impensable-trump-presidente-francisco-barbosa-columna-el-tiempo-53504
NOVIEMBRE 8/2016	LAURA GIL	<i>“Mentiras”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/laura-gil/mentiras-laura-gil-columna-el-tiempo-53975
NOVIEMBRE 8/2016	VLADDO	<i>“Como en cualquier ‘banana republic’”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/vladdo/como-en-cualquier-banana-republic-vladdo-columna-el-tiempo-53693

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Tabla 19. LISTADO DE COLUMNAS DE ELTIEMPO.COM – Periodo 3.

FECHA	AUTOR	TITULO	ORIGEN
ENERO 24/2017	CARLOS CASTILLO	<i>“Él y Trumpiland”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/carlos-castillo-cardona/el-y-trumpiland-carlos-castillo-cardona-columna-el-tiempo-53584
ENERO 24/2017	ALEXANDER CAMBERO	<i>“¿El premio Hugo Chávez para Donald Trump?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/alexander-cambero/el-premio-hugo-chavez-para-donald-trump-alexander-cambero-columna-el-tiempo-53864
ENERO 24/2017	PONCHO RENTERÍA	<i>“Circo romano hubo en Bogotá”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/po-ncho-renteria/circo-romano-hubo-en-bogota-poncho-renteria-columna-el-tiempo-54658
ENERO 23/2017	SERGIO MUÑOZ	<i>“A negociar respetando las lecciones de la historia”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/sergio-munoz-bata/a-negociar-respetando-las-lecciones-de-la-historia-sergio-munoz-bata-columna-el-tiempo-53666
ENERO 23/2017	MARÍA GARCÍA	<i>“Las mujeres sucias de Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-a-garcia-de-la-torre/las-mujeres-sucias-de-trump-maria-antonia-garcia-de-la-torre-columna-el-tiempo-53554
ENERO 22/2017	PAOLA OCHOA	<i>“El fin del mundo”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/pa-ola-ochoa/el-fin-del-mundo-paola-ochoa-columnista-el-tiempo-52938
ENERO 22/2017	JOSÉ ANTONIO OCAMPO	<i>“Trump y las economías latinoamericanas”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/jos-e-antonio-ocampo/trump-y-las-economias-latinoamericanas-jose-antonio-ocampo-columnista-el-tiempo-54218
ENERO 22/2017	MOISÉS NAÍM	<i>“Donald Trump en Guantánamo”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/mois-es-naim/donald-trump-en-guantanamo-columnista-el-tiempo-54476
ENERO 22/2017	MAURICIO VARGAS	<i>“¿Tumbarán a Trump?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/ma-uricio-vargas/tumbaran-a-trump-mauricio-vargas-columnista-el-tiempo-53020
ENERO 22/2017	MARÍA ISABEL RUEDA	<i>“¿Y Colombia, qué tan después?”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-isabel-rueda/y-colombia-que-tan-despues-maria-isabel-rueda-columnista-el-tiempo-53973
ENERO 22/2017	CECILIA ÁLVAREZ	<i>“¡Ojo con lo que se viene!”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/cec-ilia-alvarez-correa/ojo-con-lo-que-se-viene-cecilia-alvarez-correa-columnista-el-tiempo-53029
ENERO 20/2017	ÓSCAR DOMÍNGUEZ	<i>“Oración por Trump”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/oscar-dominguez-giraldo/oracion-por-trump-oscar-dominguez-columna-el-tiempo-54250
ENERO 20/2017	CARLOS CABALLERO	<i>“De la esperanza al... pesimismo”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/carlos-caballero-argaez/de-la-esperanza-al-pesimismo-carlos-caballero-argaez-columna-el-tiempo-52921
ENERO 20/2017	ABEL VEIGA	<i>“El repliegue de América”</i>	http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/ab-el-veiga-copo/el-repliegue-de-america-abel-veiga-columna-el-tiempo-53072

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital disponible.

Tablas de datos y análisis

Una vez fueron seleccionadas y demostradas todas las columnas de opinión sobre de El Tiempo y El Colombiano, que integrarán el objeto puntual de estudio de nuestro trabajo de grado, es momento de explicar cuáles fueron las tablas, tipo matriz, que desarrollamos basados en una metodología (**Velandia, 2015**) ya existente que nos facilitó la recolección de datos, su organización y exposición para analizarlos posteriormente.

Estas tablas de datos y análisis fueron construidas para recoger la mayor cantidad e información básica, posible y existente en el archivo digital, para que posteriormente se le otorgue al trabajo de grado un contexto más amplio.

Cada una de estas, puede dividirse en tres grandes áreas. La primera, corresponde a la “sección básica”, en la que se recopilan datos de las características básicas de cada texto, tales como: nombre del columnista, ciudad de origen o nacionalidad, sección en la que aparece, fecha de publicación de la columna, entre otros.

La segunda, corresponde a una “sección argumentativa”, en la que se le da espacio a un resumen del contenido de la columna de opinión y a la argumentación usada por el columnista para manifestar su posición con respecto al hecho específico; esta puede ser favorable, desfavorable o neutral.

Y, por último, la tercera, corresponde a la “sección social”, en la que se le da un espacio a la información que contiene los datos de cuántas veces y por qué plataformas fue compartida la columna de opinión.

Si bien no existe información certera para medir cuántas veces –que sería lo ideal- ha sido leída la columna, esa limitación metodológica no nos impidió analizar el impacto que tiene en los consumidores, a partir de su interacción en redes sociales tales como Facebook y Twitter.

A continuación, mostramos un ejemplo de una tabla de datos y análisis que será usada a lo largo de esta investigación y que se detallará más adelante (**ver Resultados**).

Tabla 19.1. EJEMPLO DE TABLA DE DATOS Y ANÁLISIS.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
			Twitter	Facebook	Google+
Argumentación					
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros

FUENTE: Elaboración propia con base en la información disponible de la metodología hallada en (Velandia, 2015).

RESULTADOS

En esta sección de nuestro trabajo de grado, nos concentraremos en decir y determinar cuáles fueron los hallazgos que obtuvimos luego de realizar una pesquisa en los motores de búsqueda de El Tiempo y de El Colombiano. Para tal efecto, lo primero que debemos advertir es que nos concentramos en los tres momentos (ver Cronograma de Investigación) que nos planteamos como los ejes transversales de todo este trabajo de grado.

Vale la pena indicar, igualmente, que en esta partado de nuestro trabajo de grado analizaremos en simultánea los resultados obtenidos y consignados en cada una de las matrices informativas que conforman las tablas de datos.

La pesquisa se realizó únicamente con los motores de búsqueda y pese a que varios de los resultados se pueden corroborar o contrastar con la información de la prensa –en sus ejemplares físicos- nos decantamos únicamente por apelar a las versiones digitales que aludían los portales de El Tiempo y de El Colombiano.

En total, desplegaremos un análisis de al menos una treintena de tablas que fueron elaboradas con base en todos los resultados que arrojaron los mencionados motores de búsqueda.

Para darle mayor uniformidad a esta presentación de datos, iniciaremos con la exposición de los hallazgos de ElColombiano.com y, en seguida, con los propios de ElTiempo.com. Con base en todos estos datos y en su disgregación, daremos forma –en la parte final de este trabajo de grado- a las conclusiones del mismo.

Resultados de ElColombiano.com

El primer periodo de esta investigación aplicada al motor de búsqueda del periódico antioqueño El Colombiano, que desde el 17 hasta el 23 de julio del 2016. Si bien ya explicamos el porqué (ver **Cronograma de Investigación**) de la selección de este primer periodo, en seguida daremos más pistas que permiten entender mejor la selección.

En este primer momento, aplicado al motor de búsqueda de ElColombiano.com, se encontraron cuatro (4) columnas de opinión. El primer tema que llamó nuestra atención fue la nacionalidad de los columnistas. En este grupo, encontramos tres nacionalidades distintas: autores mexicanos, argentinos y colombianos.

Esto, sin duda, le da una amplia variedad a la cosmovisión que se tiene sobre el gobierno norteamericano y sobre el desarrollo de las elecciones estadounidenses. Debido a que en este primer momento hay días previos a la nominación oficial de Donald Trump como el candidato único del Partido Republicano, encontramos columnas que hablan sobre la estrategia de “odio” (ver **Tabla 21**) divulgada por el otrora precandidato republicano Trump, para sembrar un halo de inestabilidad en la contienda política.

Esta estrategia, dicen los analistas, le sirvió finalmente para dividir a su propio partido y, de alguna manera, Trump se conectó con la facción más radical de los republicanos, quienes fueron los que finalmente impulsaron su nominación. En este sentido, el *frame* que protagonizó esta sección fue el del “odio”. Dentro de este encuadre, se aglutina la información que hacía ver a los errores de la administración de turno, la de Barack Obama, como una muy débil, lánguida, y que no iba en consonancia con la historia

norteamericana, en la que el radicalismo ha sido una constante:

“El pasado es omnipresente en la vida estadounidense. Los estadounidenses toman habitualmente decisiones monumentales – tales como que las mujeres puedan abortar o los niños rezar en la escuela- pensando en los designios de un grupo de caballeros del siglo XVIII que llevaban paletó hasta las rodillas y pelucas emplumadas. Los políticos se definen de buen grado “jeffersonianos” o “hamiltonianos” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 405)**.

Es decir, que la historia política bipartidista siempre ha marcado la estabilidad o el inicio de una amenaza a la institucionalidad y a la democracia estadounidense.

Sin ir muy lejos (ver **Tabla 20**), los columnistas ya empezaban a notar en esa época que la estrategia del precandidato Trump consistía en apelar a la historia cruenta, atiborrada de guerra, de odio, de inestabilidad, de miedo, para que los norteamericanos sintieran la necesidad de elegir a una persona con el carácter tan fuerte como para evitar un caos.

En los textos de opinión, se advirtió entonces que ese *frame* del “odio” tuvo un ‘caldo de cultivo’ perfecto, pues la seguidilla de atentados terroristas que azotaron, sobre todo, a Europa desde principios del 2015 hasta mediados del 2016, facilitó la generación de pánico en ese país, que difícilmente había olvidado los hechos que le dieron la vuelta al mundo el 11 de septiembre del 2001: el atentado contra las ‘torres gemelas’ del World Trade Center y que dejó, por lo menos, unas tres mil víctimas mortales.

Tabla 20. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Fragmentos de la semana”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Fragmentos de la semana"	El discurso de Donald Trump, en la convención de su partido, fue menos hostil que lo acostumbrado, para evitar polémicas.	EL COLOMBIANO	ADRIANA	COOPER	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	524	23 de julio del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			N.A	N.A	N.A
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	N.A	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

De estos primeros textos de opinión analizados, podemos indicar que la penetración digital no fue la más destacada (ver Tabla 20 y Tabla 21). Quizá, esto se deba a la dificultad que puede suponer para los usuarios la elección de una red social, en el portal web de El Colombiano, para compartir la información. Inclusive, debido a la necesidad de hacer un registro digital para hacer un comentario, este mecanismo de interacción no fue tan significativo.

Y pese a que estas columnas eran prácticamente uniformes en cuanto a su extensión, sí vale la pena anotar que los textos hechos por los extranjeros son mucho más concisos (ver Tabla 21 y Tabla 22) y directos que los elaborados por los connacionales.

Inclusive, aluden a otro tipo de fuentes y estudios internacionales que le dan más rigor a sus opiniones y parecen revertir algunas situaciones llenas de vaguedades en argumentos contundentes.

Tabla 21. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Un verano de odio”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Un verano de odio"	El odio en las campañas políticas de los demócratas y los republicanos ha demostrado que las redes sociales son un reflejo del hartazgo de la población.	EL COLOMBIANO	JORGE	RAMOS	Mexicano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	717	21 de julio del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			N.A.	N.A.	N.A.
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		N.A.	5	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Puntualmente, en el caso del periodista, escritor y analista argentino, Andrés Oppenheimer (ver Tabla 22), el texto de opinión que ofrece va allende del momento político de Estados Unidos y determina que otras naciones estratégicas para un organismo como el Consejo de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas – ONU (Francia y Gran Bretaña) bien podrían ser vulnerables ante un nuevo ataque de injerencia o espionaje de parte del gobierno ruso, un tema que empezó a ser recurrente en la opinión pública norteamericana, desde mediados del año 2016.

Además, se da la oportunidad de ratificar un nuevo *frame*, el “miedo”, que es muy similar al propuesto por los otros columnistas hicieron: “el odio”. Ambos se pueden configurar como los elementos clave en la victoria inicial de Trump al interior del Partido Republicano, donde le dio prioridad a la recuperación de la seguridad social y económica del país.

Tabla 22. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Gran Bretaña, un país a la deriva”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Gran Bretaña, un país a la deriva"	El columnista viajó a Gran Bretaña por unos días y concluyó que el rumbo político de esa región está llena de incertidumbre, en buena medida porque las elecciones de Estados Unidos son un tema que genera expectativa.	EL COLOMBIANO	ANDRÉS	OPPENHEIMER	Argentino
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	695	20 de julio del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			45	53	24
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		33	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 23. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Las vidas negras importan”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Las vidas negras importan"	El columnista hace una crítica social con respecto a los asesinatos selectivos a integrantes de la comunidad afrodescendiente de Estados Unidos.	EL COLOMBIANO	JULIÁN ANDRÉS	GÓMEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	385	18 de julio del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			17	55	11
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		8	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Al final, esta primera etapa analizada con las cuatro (4) columnas que aparecieron en el portal de El Colombiano, demuestra que los *frames* del “odio” y del “miedo” se convirtieron en los primeros ingredientes de una estrategia de comunicación política en la que Donald Trump quiso reivindicar la historia más cruenta de los Estados Unidos de América, la juntó con el temor creciente en varias partes del mundo por el posible auge del terrorismo y, por qué no, logró tocar las fibras de miles de norteamericanos que consideraban esta amenaza como un tema preponderante, y prioritario, dentro de la agenda del futuro presidente norteamericano.

El segundo periodo de esta investigación aplicada al motor de búsqueda del periódico antioqueño El Colombiano, que desde el 8 hasta el 14 de noviembre del 2016. Si bien ya explicamos el porqué (ver **Cronograma de Investigación**) de la selección de este primer periodo, en seguida daremos más luces que permiten entender mejor la selección.

En este periodo estudiado, hallamos quince (15) columnas de opinión. Dentro de estas, lo primero que debemos destacar es que fueron escritas por autores colombianos y norteamericanos. Esto es un elemento que debe tenerse en cuenta porque le otorga un amplio bagaje cultural a los textos, pues los autores conocen de cerca la cultura y el contexto en que se desarrollan las elecciones norteamericanas.

Además, esto genera mayor credibilidad entre los columnistas de El Colombiano, puesto que los lectores tienen claro que, pese a ser un periódico local, cuenta con un equipo de trabajo y de producción intelectual muy cercano a la realidad del país que se está analizando.

Otro de los elementos que llamó nuestra atención fue el de encontrar una alianza informativa (ver Tabla 24) entre El Colombiano y el periódico estadounidense, *The New York Times*, para hacer una réplica –en el diario nacional- de los textos relevantes de aquel renombrado rotativo norteamericano.

Sin duda, esto demuestra que las elecciones en Estados Unidos de América suscitan una relevancia informativa capaz de atraer la atención de un variado grupo de lectores de diversas partes del mundo.

Sobre esto, es claro que los primeros mensajes de Trump en contra de los inmigrantes, y algunos improperios contra la población flotante que ingresaba ilegalmente a Estados Unidos de América fue un tema que atrajo la atención de los columnistas (ver Tabla 25) y que configuró el nacimiento de otro *frame*: “inmigrante”, que muchas veces iba acompañado de otros ‘apellidos’ tales como el de: inseguridad, amenaza, peligro, entre otros.

Tabla 24. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*La receta económica de Trump*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"La receta económica de Trump: primero haga daño"	Habla sobre la fórmula que tiene prevista el candidato presidencial Donald Trump para reactivar la economía estadounidense.	EL COLOMBIANO	COLUMNISTA	INVITADO DEL <i>THE NEW YORK TIMES</i>	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	475	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			33	52	14
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		54	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 25. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Duro mensaje”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Duro mensaje"	Habla sobre el interés general y masivo que han despertado las elecciones norteamericanas en otras partes del mundo.	EL COLOMBIANO	TALLER	COLUMNISTA INVITADO	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	366	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			11	28	61
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	65	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

En esta fase de nuestra investigación, debemos mencionar que hay una coyuntura diferente: el momento en que los norteamericanos asisten a las urnas. La primera gran sorpresa es la victoria de Donald Trump. En este sentido, los columnistas que publicaron por esta época se dedicaron a vaticinar cómo se desarrollaría su eventual gobierno y cómo se la llevaría con sus coequiperos en su nueva residencia: la Casa Blanca.

En este periodo, la incertidumbre fue el factor común de la mayoría de los textos (ver Tabla 25 y Tabla 26) y, en buena medida, se produjo por el rápido ascenso que tuvo Trump en las encuestas previas a la elección y que pudo corroborar cuando fue electo por la mayoría estadounidense.

Cuando esto ocurrió, los *frames* que ya habían sido usados por otros columnistas parecieron replicarse: el “odio” y la propagación del miedo fueron los elementos que más fueron objeto de análisis por los columnistas de El Colombiano.

Tabla 26. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Cómo esperar un gobierno de Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Cómo esperar un gobierno de Trump"	Habla sobre la sorpresa que suscitó la victoria de Donald Trump y resume las principales expectativas de su gestión.	EL COLOMBIANO	ALEJO	VARGAS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	479	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			19	34	8
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	23	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tras la mencionada incertidumbre y la etapa de desasosiego que generó la victoria de Trump, muchos de los textos evocaron aquella época en la que el Partido Republicano resurgía a finales de los años 60 del siglo XX como una suerte de gobierno mesiánico, que prometía salvar a los norteamericanos de las posibles amenazas nucleares de la URSS, de la ascensión de los regímenes populares y dictatoriales de medio oriente, entre otros.

Lo anterior puede sostenerse en un análisis que ya hicieron sobre esta época del partido que condujo a la presidencia a Donald Trump:

“Dirigido por dos californianos, Nixon y Reagan, el Partido Republicano había logrado establecer una coalición de gran éxito. La “Sun Belt Calition” unió los estados en rápido crecimiento del sur y el oeste en torno a un resentimiento común contra el gobierno federal, basado en la economía en el oeste y en la cuestión racial en el sur. Se trataba de una alianza que se apoyaba en que ambas partes

hicieran la vista gorda entre sí. Reagan, por ejemplo, podía parecer un moralista sureño cuando convenía, pero vivía como una estrella de Hollywood. En los doce años que transcurrieron entre la firma por parte del gobernador Reagan de la liberal Ley del Aborto de California, en 1968, y su elección en la presidencia, se habían practicado en el estado 1'444.778 abortos legales. Pero olvidar semejantes temas tenía su utilidad política. En los años noventa, California se desabrochó del resto del “Sun Belt Coalition” republicano y el partido nacional también viró desde el individualismo del oeste hacia el moralismo del sur” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 167).**

En ese sentido, reviven varias polémicas a través de los columnistas que critican (ver Tabla 27) las ‘omisiones’ estratégicas –como históricamente las hizo el Partido Republicano, por ejemplo, en el caso citado de Ronald Reagan, con su actitud frente a la liberalización legal de los abortos en California- de parte del recién electo presidente de los Estados Unidos de América.

En ese momento, los escándalos por presuntos abusos sexuales y maltrato a las mujeres, su inequidad en cuanto a la distribución de los cargos en las empresas que regentaba e, inclusive, sus evasivas para esclarecer sus cuentas fiscales fueron algunos de los temas que más análisis desplegaron en la web de El Colombiano. Esto bastó para que el sentido crítico se agudizara y, por ejemplo, en el caso de Woods, el columnista de origen estadounidense (ver Tabla 27) no escatimó en recelos y contraveniencias para criticar el ‘aval’ desproporcionado que el Partido Republicano le había dado a Trump.

Tabla 27. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Erick Erickson: tragando palabras”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Erick Erickson: tragando palabras en cuanto a Trump"	Habla sobre algunas omisiones que el recién electo presidente Trump tuvo en su campaña.	EL COLOMBIANO	ERICK	WOODS	Norteamericano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	388	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	21	5
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		12	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Quedó claro que el Partido Republicano pareció arriesgarse a implementar hasta la estrategia más macabra para recuperar el poder, luego de los ocho años del poder del demócrata estadounidense (ver Tabla 27) no escatimó en celos y contraveniencias para criticar esta postura facilista.

De hecho, hubo quienes también aprovecharon (ver Tabla 28) este contexto para reforzar la idea de los *frames* del “odio”, el “miedo” y la conducta anti “inmigrante”. Más allá de un recurso como el de la hipérbole o de la hilaridad que puedan suscitar algunos de los símiles (ver Tabla 28) de los columnistas, la preocupación y la incertidumbre nunca se apartaron de la esencia de las columnas de opinión que sucedieron a la elección de Donald Trump, como nuevo huésped de la Casa Blanca.

Este, precisamente, era un momento que solo se había planteado en los guiones de ficción de algunas series de televisión famosas de los Estados Unidos, pero que jamás pensaron en que se convertirían en una realidad.

Tabla 28. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “La maldición de los Simpson”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"La maldición de los Simpson"	Habla de un capítulo de la serie televisiva Los Simpsons, en el que se planteaba de manera ficticia una presidencia de Trump.	EL COLOMBIANO	JUAN JOSÉ	HOYOS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	421	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			55	11	2
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		5	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Lo bueno de estos recursos literarios para construir este tipo de columnas (ver Tabla 28) fue que incrementó la visibilidad de la misma, si tomamos como punto de referencia el impacto que este texto tuvo a través de las redes sociales, puesto que fue la primera que logró un alto número de lectores cuando fue compartida por redes sociales tales como Twitter, Facebook y Google +.

Inclusive, y en contravía de la poca participación de los lectores a través de los comentarios, una herramienta como Whatsapp cobró gran relevancia – comparado con la nulidad de las otras columnas de opinión analizadas hasta este momento- para ser otro replicador de la información. Por ello, se puede determinar que los *frames* del “miedo” y del “inmigrante”, que son a los que más alude este texto pudieron generar un impacto más alto del esperado, toda vez que los lectores del portal web de El Colombiano iban afianzando sus ideas sobre la incertidumbre y el panorama incierto que conllevaba el inicio de la presidencia de Trump.

Tabla 29. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “De victorias y derrotas pírricas”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"De victorias y derrotas pírricas"	Habla de cómo la historia electora estadounidense ha resultado, muchas veces, tan impredecible como interesante.	EL COLOMBIANO	ERNESTO	OCHOA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	455	12 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	9	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	2	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Aunque no haya aprecido tantas veces como los otros *frames* que hemos mencionado hasta el momento, hubo asimismo espacio para que otro columnistas (ver Tabla 29) pusieran en la palestra pública el factor sorpresa con que Trumo había ganado las elecciones de los Estados Unidos de América.

Sobre este apartado, los redactores también empezaron a darle prioridad a la mala imagen que había dejado la contrincante de Trump, Hillary Clinton, tras haber sido incapaz de derrotarlo en las urnas. Su pérdida la catalogaron como una de índole “histórica” y casi comparable con las grandes batallas perdidas por los líderes más prominentes de la historia del mundo, tal como el propio Alejandro Magno.

Esto no reforzó a ninguno de los otros *frames* identificados, pero evidenció el interés de la opinión pública por conocer algo más sobre el pensamiento de Hillary Clinton quien, una vez conocida la derrota, se alejó por ese momento de la esfera pública y también sembró un mar de incertidumbre

entre sus seguidores y entre las huestes del Partido Demócrata.

Al respecto, el columnista Raúl Tamayo (ver Tabla 30) indicó que la victoria del nuevo huésped de la Casa Blanca no solo había dejado perpleja a la opinión pública mundial, sino que invitó a los analistas a concentrarse en el estudio de un fenómeno que muchos pasaron por alto: la incidencia del voto latino en la elección de Trump, pues a diferencia de lo que muchos de ellos anticiparon, estados del sur de los Estados Unidos de América, como Florida, Mississippi y Texas sorprendieron con los porcentajes del voto latino en favor del candidato republicano.

Con este nuevo panorama, los textos digitales de opinión divulgados en El Colombiano parecieron recobrar un nuevo aire, pues la interacción con los lectores empezó a mejorar de forma paulatina. Aumentaron las lecturas de las columnas a través de las redes sociales, por ejemplo.

Tabla 30. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*Trumpadas de la vida*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trumpadas de la vida"	Habla de cómo la victoria de Donald Trump supuso un golpe de gracia a la opinión pública mundial.	EL COLOMBIANO	RAÚL	TAMAYO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	507	12 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			33	13	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	4	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Los columnistas colombianos mantuvieron en este periodo una línea común: tratar la presidencia de Donald Trump como una amenaza global. En este sentido, “amenaza” fue el otro frame que se impuso en esta etapa de estudio de nuestro trabajo de grado, pues (ver Tabla 31) la opinión pública global –que no era ajena al ambiente que se vivía en los influenciadores del periódico El Colombiano- no dejaba de preguntarse cómo empezaría el 2017 de la mano de un presidente que, pese a ser un septuagenario millonario ataviado de miles de polémicas por las mujeres, dineros, bancarrotas y legado familiar que sostenía, no tenía mucha experiencia en el entorno político. Aquí, lo más importante era robustecer el *frame* de la “amenaza” que emulaba Donald Trump en la Casa Blanca y en la alerta que esto debía generar no solo en las potencias mundiales, sino en los países en vías de desarrollo como Colombia, que tenían en Estados Unidos de América un aliado comercial importante.

Tabla 31. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Trump es nuclear”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trump es nuclear"	Habla de la posible amenaza que representa para la seguridad global la llegada a la presidencia de Trump. En campaña, dio atisbos de cómo sería su estrategia nuclear.	EL COLOMBIANO	LAURA	BETANCUR	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	388	11 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			25	66	21
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		15	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

La victoria de Trump (ver Tabla 32) fue impactante y, sobre todo, generó un halo de duda en la legalidad y transparencia del sistema electoral norteamericano. Los columnistas que intentaron encauzar a la opinión pública colombiana sobre este manto de duda lo hicieron porque, quizás, no salían del desconcierto que produjo en la segunda semana de noviembre del 2016 la elección de Donald Trump como sucesor de Barack Obama, en la presidencia de los Estados Unidos de América.

Este comportamiento analítico bien puede estar sustentado en ese comentario que hizo Trump sobre su eslógan de campaña: *Make America Great Again*. Para devolverle ese estatus al país, una de las principales fuerzas electorales que debió recobrar fue la de los norteamericanos de antaño que desde el siglo XX se enriquecieron y sobrevivieron por el auge del sector industrial en los Estados Unidos de América.

Esta alusión ya la habían mencionado y explicado otros expertos como un antiguo recurso de los republicanos para reconectarse –sobre todo cuando el Partido Demócrata había hecho de las suyas y había robado parte de la credibilidad republicana en el electorado- con los electores de la base:

“Los sindicatos pueden ser máquinas recolectoras de votos desproporcionadamente eficaces, pero siguen en retroceso, en particular los sindicatos industriales (...). Más que ser la columna vertebral de la industria estadounidense, los sindicatos son desproporcionadas criaturas del sector público” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 307)**.

A pesar de que la recesión económica del final de la primera década del siglo XXI golpeó con vehemencia a los sindicatos estadounidenses, en el colofón de la administración Obama, y tras una ligera recuperación de los

precios del petróleo y de la reactivación lenta de la economía norteamericana, estas fuerzas y huestes políticas llamaron la atención de Trump. Se dirigió a ellos. En ese sentido, lució mucho más astuto que la experimentada Hillary Clinton quien, a pesar de haber sido Secretaria de Estado del gobierno saliente de Obama, debió pagar el precio de la mala gestión de este en asuntos como la generación de empleo en las industrias históricas de ese país, como la automotriz.

Tabla 32. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El dulce a mordiscos”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El dulce a mordiscos"	Habla de la agri dulce victoria de Trump, en medio de un escandaloso proceso electoral estadounidense.	EL COLOMBIANO	CRISTINA	DE TORO	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	509	11 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	9	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		9	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

En este punto de nuestra investigación, hemos detallado que la mayoría de los columnistas, aún sin importar su nacionalidad, utilizar una rgumentación “en contra” de Trump. El primer viraje en este patrón se marca en un texto (ver Tabla 33) en el que se despoja a Trump de cualquier mote o crítica. Todo lo contrario, le da una connotación positiva a la posición de *rookie*, novato o *outsider* del entorno político.

En este contexto, los columnistas apelan a la vasta experiencia que tiene el septuagenario presidente en el mundo de los negocios. Esto tampoco es

una novedad, pues la colectividad republicana siempre ha estado en consonancia con el poder económico –basta recordar as estrategias cuantiosas y ampulosas de la familia Bush, en la década de los 90 del siglo XX e inicios del siglo XXI para asirse al poder, con el respaldo de los altos precios del petróleo y de la bonanza económica de territorios clave como el estado de Texas-.

La posible buena gestión de Trump puede estar amparada en su experiencia como empresario. Si bien fue acusado de haber quedado en bancarrota en varias oportunidades y de no saber administrar la opulenta herencia de su padre, también es cierto que ha mantenido su status de millonario, y eso, a la luz del análisis de algún columnista (ver Tabla 33), es algo que el Partido Republicano no dejó pasar por alto, pues su propia historia tiene la condición de asociarse con estos hombres poderosos, en el sector financiero, para garantizar un proceso de campaña electoral masiva y altamente efectiva:

“En Estados Unidos, los grupos de expertos están desarrollando buena parte de las estrategias políticas que en otros países van a expensas de los partidos políticos. Describir la organización del Partido Republicano como intelectualmente yerma sería algo injusto, pero, en la actualidad, su principal función consiste en ser vehículo de recaudación y distribución de las aportaciones económicas a sus campañas.

En la medida en que el partido nacional [así es como los autores suelen nominar al Partido Republicano] o sus equivalentes estatales tienen departamentos de investigación, estos se dedican principalmente a sacar trapos sucios sobre los demócratas, antes que, pongamos por caso, a redefinir el papel del Estado (sus

competidores demócratas también escarban lo suyo). Mientras tanto, todo republicano ambicioso en el Congreso es un emprendedor de política semiindependiente en busca de una idea que le valga una reputación” (Mickletwait & Wooldridge, 2006: 214).

Tabla 33. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*Posible que Trump sea buen presidente*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Es posible que Trump sea buen presidente"	Habla de la controvertida victoria de Trump y de cómo él puede usar eso a su favor para dejar un buen legado presidencial.	EL COLOMBIANO	RICHARD	PAINTER	Norteamericano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	522	11 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			23	9	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
X			12	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Aunque la pluralidad de autores que conforman el grupo de columnistas de El Colombiano incluye tanto a colombianos como norteamericanos, es verdad que hay un ligero sesgo –hasta lo que se puede analizar en esta etapa de nuestra investigación- por asociar a Donald Trump con la incertidumbre, con una amenaza global y, en general, como una semilla de incertidumbre de la cual nadie es capaz de excluirse.

Por tal motivo, varios le siguieron dando un despliegue considerable a estudiar (ver **Tabla 34**) cuál fue el origen de la estrategia de Trump. Si bien muchos lo criticaron porque se lanzó al poder sin saber realmente a lo que se enfrentaba, otros le dieron rienda suelta a las suposiciones para

considerar que sí sabía perfectamente lo que hacía y que sí estaba muy bien asesorado. Inclusive, llegaron a insinuar que la propia conducta antipática, desmedida, casi folclórica que en muchas oportunidades mostró Trump, era consensuada y bien planeada.

Esto suscitó sorpresa entre los lectores, pues esta postura le generó buenos dividendos de consumo entre los usuarios de El Colombiano que, siguiendo la línea de los comentarios, bien podrían estar en desacuerdo con este columnista (ver Tabla 34) por considerarlo muy apresurado en sus juicios de valor.

Tabla 34. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El dinosaurio Trump estaba allí”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El dinosaurio Trump estaba allí"	Habla de la estrategia que usó Trump para conquistar el poder estadounidense, desde mucho antes de ser electo presidente.	EL COLOMBIANO	ÓSCAR	DOMÍNGUEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	498	10 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			31	18	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		9	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

En este momento de nuestra investigación, aún nos encontramos con textos que seguían otorgándole un amplio despliegue (ver Tabla 35) a la búsqueda racional de respuestas que sustentaran la victoria de Donald Trump contra Hillary Clinton.

En un primer término y debido a que este texto (ver Tabla 35) fue publicado apenas un día después de que Trump quedó electo presidente de los Estados Unidos de América, el argumento de la autora fue el de traer de nuevo al debate los *frames* del “miedo”, “inmigrante”, y que llevó a construir una dialéctica, sobre todo contra los medios de comunicación, como guardianes de la ilegalidad, toda vez que para recuperar el espíritu de ese país era necesario denunciar a aquellos medios de comunicación que usaron la temática de los inmigrantes latinos como una estrategia en favor del Partido Demócrata que, con Obama recién salido del mandato, había dado nuevos estatus de permanencia a esta población.

Tabla 35. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*Make America Great Again*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Make America Great Again"	Habla del lema de campaña de Trump y cómo este servirá de derrotero para ejercer su mandato en la Casa Blanca.	EL COLOMBIANO	ANA CRISTINA	RESTREPO	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	495	9 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			41	17	2
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		9	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

En otras palabras, los demócratas tenían a su favor el supuesto voto latino luego de que Obama les diera ciertas prerrogativas para vivir y trabajar, aún cuando habían ingresado de manera ilegal al país. Pero esto no quedó claro ni fue cierto, pues como hemos mencionado, varios analistas se equivocaron con esta previsión.

Y por más que en otras columnas (ver Tabla 36) se le daba prelación a la figura energúmena e ineficiente de Trump para comandar el país, los argumentos siempre se centraron más en sus comportamientos personales que en su actuación política, que por entonces había sido muy débil, en comparación con la cantidad y el nivel de los escándalos en los que Trump estuvo involucrado días antes de su elección, en la primera semana de noviembre del 2016.

Tabla 36. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Un dictador en Washington”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Un dictador en Washington"	Habla de cómo Trump puede ser un dictador al mando de una de las economías más poderosas del mundo: la de Estados Unidos.	EL COLOMBIANO	HUMBERTO	MONTERO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	522	8 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			23	9	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		12	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Pero, también fue verdad que hubo otros analistas que se dedicaron a pensar en cuál fue el balance general del proceso electoral (ver Tabla 37) de los norteamericanos. Una primera revisión dejó claro que el gran problema no fue la elección de Donald Trump, sino la fría y casi nula conexión que existió entre los representantes de los partidos Demócrata y Republicano con el norteamericano elector, quien depositaba finalmente el voto y ejercía presión sobre el colegio electoral y en las grandes maquinarias políticas.

Atrás quedaron esas peleas entre demócratas y republicanos que ostentaban candidatos fuerte y carismáticos. Esta fue la excepción (ver Tabla 37), según las perspectivas de los analistas. Y en buena medida de esto culpan a la actuación de ciertos medios de comunicación.

Queda claro que las constantes peleas de Trump con la prensa lo alejaron cada vez más de ser el candidato carismático que divertía a la prensa, como lo hizo alguna vez un antecesor suyo:

“Durante décadas, los conservadores se lamentaron lo que era imposible que la televisión difundiera su mensaje.

Con George W. Bush, Fox News alcanzó la mayoría de edad al sustituir en 2002 a la CNN (o Canal de Noticias Clinton [porque en inglés se leía como *Clinton News Network*, en lugar del *Cable News Network* que en realidad significa], como lo denominaban los conservadores) como el canal de noticias más popular y proporcionar al movimiento conservador una forma completamente nueva de difundir ideas.

El canal de noticias por cable había nacido realmente en 1996. Rupert Murdoch, propietario del canal, era consciente de que la inclinación de izquierdas de la mayoría de los canales de noticias creaba un espacio por la derecha entre los “sí, señor” que escuchaban a Rush Limbaugh” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 215).**

Tabla 37. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Trump y Clinton, ajenos a la realidad”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trump y Clinton, ajenos a la realidad"	Habla de cómo los candidatos presidenciales Donald Trump y Hillary Clinton no representaban los intereses de la mayoría de norteamericanos.	EL COLOMBIANO	JUAN DAVID	GARCÍA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	489	8 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			15	2	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	9	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 38. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Estados Unidos: emoción vs. razón”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Estados Unidos: emoción vs. razón"	Habla de cómo las elecciones norteamericanas basaron sus consignas en la pugna entre las emociones y los análisis más sesudos.	EL COLOMBIANO	JUAN CAMILO	HOLGUÍN	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	398	8 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			23	19	1
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	7	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Finalmente, este momento de nuestra investigación nos lleva a deducir que la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos de América desató una ola de críticas masivas entre los columnistas de El

Colombiano, quienes, como bien lo refiere un autor (ver Tabla 38) de este medio de comunicación para referirse a la polarización en la que se fraguaron estas elecciones, se dedicaron a robustecer los *frames* del “miedo”, el “odio” y los “inmigrantes” con una connotación negativa.

Por último, el tercer periodo de esta investigación aplicada al motor de búsqueda del periódico antioqueño El Colombiano, que desde el 18 hasta el 25 de enero del 2017. Si bien ya explicamos el porqué (ver Cronograma de Investigación) de la selección de este primer periodo, en seguida daremos más pistas que permiten entender mejor la selección.

En total, se hallaron quince (15) columnas de opinión. El tema principal de estas fue el análisis de la posesión de Donald Trump y el inicio oficial de su mandato como el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos de América.

En este periodo, igualmente participaron autores norteamericanos, mexicanos, argentinos y colombianos. De estos, la mayoría eran los últimos y se difereciaron del resto porque sus columnas muchas veces analizaban el impacto de la presidencia de Trump en Latinoamérica y, una que otra vez, puntualizaron el parangón con el caso de Colombia.

Los demás, entre tanto, mantuvieron sus visiones más amplias y le dieron un contexto sociopolítico e incluso económico, más detallado en sus textos de opinión.

En esta última etapa de la investigación correspondiente a las columnas de opinión recopiladas en el portal web de El Colombiano, descubrimos asimismo que hay mayor especialización en la crítica.

A diferencia de los otros dos momentos (el de la nominación oficial del Partido Republicano y el de la elección como presidente, tras derrotar a Hillary Clinton), en esta etapa los columnistas se especializaron en temas puntuales, con la necesidad de saber cómo los gestionaría en su administración presidencial.

Atrás quedaron esos textos en los que hubo varias ambigüedades en torno a la inmigración, a la política internacional, a la recuperación de la economía, a la relación comercial con México y Canadá, a la relación diplomática y comercial con América Latina, entre otros.

Por ejemplo (ver Tabla 39), se ahondó en la relación que Trump tenía con la comunidad latina residente en los Estados Unidos. En este contexto, y ya conociendo perfectamente los resultados que lo llevaron a la presidencia, varios analistas hablaron de un ligero viraje en el discurso de Trump para ‘suavizar’ su mirada escéptica y radical con respecto a esta minoría de su país.

Por eso, el único *frame* que pudimos identificar en el inicio de este periodo de investigación fue el de “inmigrante”. A través de este encuadre, la prensa colombiana –sustentada en sus columnistas- denominó la política presidencialista de Trump como una muy ajena a la realidad de millones de inmigrantes que habían encontrado en el gobierno demócrata anterior, el de Obama, un alivio a su situación legal en el país. Este fue el primero de varios temas que marcaron el debate digital, por entonces.

Tabla 39. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El divorcio de Trump con los latinos”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El divorcio de Trump con los latinos"	Habla sobre cómo el presidente Trump anunció de frente su descontento con la población latina que reside en Estados Unidos.	EL COLOMBIANO	ANDRÉS	OPPENHEIMER	Argentino
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	511	25 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			66	35	12
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		16	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Ahondando más en la información publicada por los columnistas de El Colombiano, en este periodo de análisis, nos dimos cuenta que si bien la victoria de Trump seguía suscitando sorpresa, los ánimos ya estaban mucho más calmados y los textos mostraron posiciones un poco más mesuradas (ver Tabla 40), aunque esto no significaba que la posición se trastocara y dejara de estar en contra de Trump.

De esta forma, se ratificaba la importancia de mantener un gobierno federal que, pese a que en su centro tenía a una persona como Trumo que podía cometer cualquier suerte de situación inesperada, había un grupo fuerte de mandatarios en cada estado que no solo le podía ejercer un contrapoder, sino que, a la luz de varios expertos y estudiosos del sistema político de los Estados Unidos de América, era una balanza más que necesaria porque representaba la imposibilidad de que una sola persona gobernara a perpetuidad o sin ningún control:

“Por encima de los Estados que conservaban su soberanía, se erigía un Estado federal igualmente soberano en su esfera. Entre ellos, la Constitución operaba una repartición de las competencias: al Estado federal correspondía por derecho la política externa, la defensa, el comercio con el Extranjero y entre los Estados; todo lo que no era expresamente delegado al gobierno federal era competencia exclusiva de los Estados.

Dentro de los límites de sus atribuciones, las dos soberanías eran completas y se ejercían sin ninguna limitación. Así, los ciudadanos se hallaban simultáneamente bajo la autoridad de dos Estados; uno dentro del límite de sus derechos reservados, y el otro –el federal– dentro del límite de sus derechos delegados, y estaban sometidos a dos órdenes de deberes. En lo sucesivo, la vida política se desarrollaría en dos niveles superpuestos. Los Estados Unidos ofrecían así al mundo el primer ejemplo de un federalismo aplicado” **(Rémond, 2002: 31-32).**

Con ese contexto de la historia política y federal de los Estados Unidos de América, podemos decir que las columnas de opinión carecían de un amplio proceso de recordación o de contextualización para que los lectores no solo estuvieran más al tanto de las diferencias del sistema político de ese país, con respecto a la mayoría de regímenes presidencialistas de América Latina, sino que también pudiese haber contribuido a la racionalización de los hechos, pues según el índice de penetración de las columnas de opinión de esta tercera etapa de nuestra investigación ya iba en aumento, y cada vez recobrabra mayor visibilidad. Aquello pudo haber sido apenas, dándole otra lectura menos optimista a los datos, un efecto del *boom* que suscitó la posesión de Donald Trump y el adiós definitivo a

un presidente tan carismático como Barack Obama.

Tabla 40. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Sin precedente”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Sin precedente"	Habla sobre la victoria atípica de Donald Trump, entendiendo el contexto y el legado de los presidentes estadounidenses.	EL COLOMBIANO	MARÍA CLARA	OSPINA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	466	25 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	8	1
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		24	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 41. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Cuando los grandes se equivocan”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Cuando los grandes se equivocan"	Habla sobre la pifia de los analistas, las mayores firmas encuestadoras y todos los grandes representantes políticos que vaticinaron la derrota de Trump.	EL COLOMBIANO	BEATRIZ	DE MAJO	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	537	25 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			34	17	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		12	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Las pifias y los desaciertos de las grandes firmas encuestadoras de los Estados Unidos fueron otro ingrediente de la temática que invadieron las columnas de opinión estudiadas en esta tercera etapa clave de El Colombiano.

En este nuevo contexto, otro de los grandes ausentes del análisis en los periodos de nominación del Partido Republicano hacia Trump y en su eventual victoria contra Clinton fueron las encuestas. Salvo en esta ocasión (ver Tabla 42), sí se le dio un despliegue analítico que llevó a la conclusión de que la impredecibilidad de Donald Trump sorprendió inclusive a las estadísticas.

Pese a que muchos eran conscientes del notable crecimiento que este precandidato tuvo hacia septiembre y octubre del 2016, a tan solo pocas semanas de los comicios, nadie pensó que el desafío numérico sería tan grande como para vaticinar una derrota de los demócratas.

Tabla 42. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Lugares comunes, tiempos funestos”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Lugares comunes, tiempos funestos"	Habla sobre la victoria de Donald Trump, en medio de un panorama geopolítico marcado por la inestabilidad e incertidumbre.	EL COLOMBIANO	DAVID	SANTOS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	543	24 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			34	22	5
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	13	6	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

La derrota de Hillary Clinton también sirvió para que los analistas reforzaran nuevamente el *frame* del “miedo”. A eso atribuían principalmente la victoria de Trump (ver Tabla 43): no solo al miedo que suscitó el ala más conservadora de los Estados Unidos para resguardar la seguridad del país ante una inminente y creciente ola de terrorismo, sino también al miedo que tuvo la propia Hillary Clinton de dar las explicaciones suficientes cuando, en plena semana de comicios electorales, estalló un escándalo destapado por el FBI en el que se le acusaba de haber sido laza con la seguridad informática de sus correos electrónicos personales, cuando ejercía como secretaria de Estado de Obama y que, en definitiva, eso pudo representar un gran riesgo contra la seguridad nacional de los Estados Unidos de América.

Tabla 43. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿El fin del orden liberal global?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿El fin del orden liberal global?"	Habla sobre la victoria de Trump y su representación ideológica en un mundo cada vez menos liberal, que caracteriza varios gobiernos de Occidente.	EL COLOMBIANO	FRANCISCO	CORTÉS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	566	24 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	18	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	11	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Más allá de los *frames* que hemos mencionado, en esta parte de nuestro análisis queremos hacer énfasis en que los columnistas invitados el periódico *The New York Times* (ver tabla 44) fueron los únicos que ‘refrescaron’ la mirada negativa –y muchas veces visceral- de los demás columnistas de El Colombiano.

No solo ellos tenían un contacto, quizá, más directo con la realidad política del país que estaban analizando, sino que también demostraron tener una especial empatía con la situación social de América Latina, lo cual quedaba demostrado cada vez que le otorgaban un lugar en su análisis.

Y de esta novedad también parecen haberse dado cuenta los lectores de este portal digital, pues también fueron estas columnas (ver Tabla 44) elaboradas por articulistas foráneos las que tuvieron un repunte en la diculgación de los textos de opinión a través de las redes sociales.

Tabla 44. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*Por qué el Trumpismo no perduraría*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Por qué el Trumpismo no perduraría"	Habla de la estrategia política fallida de Donald Trump para ganar adeptos a su filicación ideológica, siendo presidente.	EL COLOMBIANO	COLUMNISTA	INVITADO DEL <i>THE NEW YORK TIMES</i>	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	543	23 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	17	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		11	5	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

El otro aspecto que también salió a la luz entre los columnistas, y que también había sido igual o más olvidado que el análisis de las encuestas, fue el concerniente a la posición misma de Obama como expresidente de los Estados Unidos de América.

En este legado (ver Tabla 45), muchos le hicieron una crítica por haber sido tan cauto en la sucesión de mando a Donald Trump. Al primer mandatario afroamericano de los estadounidenses se le reclamó, en su momento, mayor vehemencia con algunas cosas salidas de tono de su sucesor.

Y lo interesante del asunto es que aquí también surgió un contrapeso, pues fue precisamente un columnista de *The New York Times* quien (ver Tabla 45) se dio cuenta del ‘prolongado silencio’ de Obama y alertó a la opinión pública para que hiciera eco de su observación.

Tabla 45. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Obama no debe irse en silencio”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Obama no debe irse en silencio"	Habla de la desconcertante actitud del saliente presidente Barack Obama, de la Casa Blanca, y lo exhorta a pronunciarse vehementemente sobre Trump.	EL COLOMBIANO	COLUMNISTA	INVITADO DEL <i>THE NEW YORK TIMES</i>	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	413	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			31	16	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	9	2	N.A.

En esta etapa, los columnistas adscritos (ver Tabla 46, Tabla 47 y Tabla 48) a El Colombiano se dieron cuenta de que los dos primeros días de gobierno de Trump iban a ser más agitados de lo normal. De ahí surgieron nuevas dudas e incertidumbre con respecto a la relación que el mandatario norteamericano iba a tener con Colombia, teniendo en cuenta que en su campaña electoral no había dicho prácticamente nada de cómo serían sus relaciones estratégicas con varios países latinos, y en especial con aliados históricos como Colombia.

En medio de esos enigmas, se revivieron los orígenes de un acuerdo como el TLC y de otros (ver Tabla 47) hechos históricos que han marcado la relación entre ambos países.

De hecho, es justamente esta relación la que ha impedido, en ese momento, que Colombia fuera un tema prioritario en la agenda de Trump, puesto que su foco estaba centrado en México y Brasil, dos países que con la inmigración y la corrupción le generaban más demandas.

Además, no era la primera vez que un mandatario de casta republicana pasaba por alto a Colombia. Basta recordar el tinglado de peripecias que debió hacer el otrora presidente colombiano Álvaro Uribe cuando su homólogo norteamericano –también de corte republicana- George W. Bush mantuvo en vilo al país por no acelerar los procesos de negociación del entonces incipiente Tratado de Libre Comercio entre ambos países:

“La viabilidad política del TLC entre Estados Unidos y Colombia, es decir, lograr un acuerdo Nivel I, que fuera ratificado en el Nivel II [con estos Niveles, el autor se refería a la capacidad de negociación de

cada país en sus Congresos] colombiano, estuvo en gran parte mediada por el presidente colombiano. Álvaro Uribe siempre fue un acérrimo defensor del tratado y aunque no compartiera las mismas preferencias (con respecto al TLC) de varios actores internos, logró el apoyo de los gremios más importantes del país para garantizar que tuviera acogida la negociación: el de los grandes industriales y el de los grandes latifundistas” (Silva, 2007: 127).

El entorno político de aquella época fue evocado por los columnistas que consideraban aún más crítica y desventajosa la relación entre Estados Unidos de América –con Trump al mando- y Colombia.

No en vano, este enfoque de opinión hizo que el *frame* del “miedo” se trasladara del electorado norteamericano a los colombianos, pues sentían, de acuerdo con algunos comentarios suscitados en las columnas de opinión, que el país era vulnerable.

A lo anterior también hay que agregarle que surgió en un contexto histórico para Colombia, toda vez que se habían recién firmado los Acuerdos para la Terminación del Conflicto Armado Interno, suscritos entre la exguerrilla de las Farc y el Gobierno Nacional.

Entonces, ante ese panorama en el que el país estaba profundamente dividido políticamente –a favor o en contra de los acuerdos de paz con la guerrilla de corte marxista-leninista-, el ascenso de Trump dejaba aún más interrogantes en el aire, y un creciente temor porque la subvención, en la lucha contra el narcotráfico y de apoyo militar, pudiese disminuirse notablemente, como después sería oficializado meses después por la propia administración presidencial de Donald Trump.

Tabla 46. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El enigma y Colombia”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El enigma y Colombia"	Habla de lo que representa la elección de Donald Trump para la política colombiana, sumida en una crisis de la implementación de los acuerdos de paz entre el Gobierno Nacional y las Farc.	EL COLOMBIANO	RAFAEL	NIETO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	488	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			55	23	5
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		23	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 47. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “EE.UU., entre la esperanza y la furia”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"EE.UU., entre la esperanza y la furia"	Habla de cómo la polarización entre demócratas y republicanos fue crucial para que Trump saliera victorioso, en medio de un mar de miedo e incertidumbre.	EL COLOMBIANO	JUAN JOSÉ	HOYOS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	511	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	3	1
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

La administración de Trump también le sirvió a los columnistas de El Colombiano para preguntarse por la viabilidad y la duración de la misma. En este panorama (ver Tabla 48 y Tabla 49), el pasado de Trump como magnate y como figura del entretenimiento norteamericano le ‘pasaban una cuenta de cobro’ en la que no salía muy favorecido.

Esta conducta tampoco era novedosa entre los representantes del Partido Republicano de los Estados Unidos de América. Todo lo contrario, como lo hemos advertido líneas arriba, este ascenso de Trump –sin negar que fue sorpresivo y amparado en las opiniones de varios columnistas pudo haber sido hasta “nocivo” para la estabilidad democrática de los estadounidenses- no está tan alejado de la historia ni de la realidad de quienes optan por representar a ese partido:

“Cualquier opinión sobre las fuerzas relativas de los republicanos y los demócratas ha de tener en cuenta una combinación de maniobras políticas a corto plazo (los altibajos de una presidencia concreta) y posicionamiento a largo plazo (los periodo largos que favorecen a cualquiera de los dos partidos [se refiere también al Demócrata]). En general, parece que los republicanos cuentan, en ambos casos, con una estrecha ventaja.

La reciente historia [esto se refería a los inicios del siglo XXI] electora “a corto plazo” favorece claramente a los republicanos. En lo que va de siglo, han ganado elecciones presidenciales, han incrementado gradualmente sus mayorías en ambas cámaras del Congreso y han obtenido un claro liderazgo en cuanto a gobernadores y asambleas en los estados.

A finales de la década de 1990, ¿quién hubiera pensado en un presidente republicano y una mayoría del 55 por ciento frente al 45 por ciento en el Senado? ¿O que habría un gobernador republicano en California? ¿O que los afiliados al Partido Republicano igualarían a los del Partido Demócrata?” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 297-298).**

Esta lectura sobre la historia del Partido Republicano bien puede servir para despejar más dudas sobre sus recientes filiaciones hacia personajes que sean disruptivos, o que jamás se hayan configurado para comandar a los Estados Unidos de América, como el propio Donald Trump.

Pero es que esta táctica le ha funcionado muy bien a este partido para desviar la atención y las críticas de sus copartidarios, los demócratas. Ellos, por el contrario, han tendido a mantener un respeto por las castas políticas no tradicionales y, salvo el caso de la propia Hillary Clinton que de alguna manera cultivó su pasado político como exprimera dama de la nación, son contados los casos en los que hay un patrón recurrente en los talentos, en las personalidades o en los bagajes de quienes optan a la presidencia de los Estados Unidos de América, en representación del Partido Demócrata.

Ante esos lineamientos, los columnistas de El Colombiano que revisamos en este apartado aprecen desconocer todo ese legado, pues aún después de haber quedado elegido y de hacer una crítica acérrima contra su modelo de campaña y su forma de hacer política, varios (ver **Tabla 50** y **Tabla 51**) siguieron encasillados en posiconarse como adalides de la lucha de los latinoamericanos contra todo el andamiaje que revestía al gobierno de

Donald Trump.

Los esfuerzos resultaron exiguos, pues los argumentos que usaron muchas veces eran ejemplificaciones de situaciones personales, como le ocurrió al periodista mexicano Jorge Ramos, quien en su texto (ver Tabla 50) evidencia aún cierto resquemor por el incidente que tuvo con el Trump-candidato cuando fue expulsado de una rueda de prensa, en Iowa, tras hacer una pregunta incómoda al entonces candidato oficial del Partido Republicano.

El problema, entonces, con esas situaciones es que no tiene el suficiente espacio para ser explicadas y contextualizadas y, por ende, pierden contundencia en la capacidad de argumentación. Por eso, en esta etapa de investigación que hacemos referencia los *frames* del “miedo”, del “inmigrante” o de “amenaza” eran raramente tratados. La atención y el enfoque eran totalmente distintos, pese a que (ver Tabla 48, Tabla 49, Tabla 50 y Tabala 51) los redactores no solamente eran colombianos y habían tenido contacto directo con la administración Trump.

Tabla 48. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Comienza la era Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Comienza la era Trump"	Habla de las principales proyecciones sociales, políticas y económicas que traería el mandato de Trump.	EL COLOMBIANO	ALEJO	VARGAS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	417	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	8	2

A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	16	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 49. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Caja negra”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Caja negra"	Habla del pasado oscuro que revisten algunas conductas de Donald Trump, en el entorno comercial.	EL COLOMBIANO	COLUMNISTA	INVITADO	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	462	21 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	4	2
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		2	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 50. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Trump no es mi jefe”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trump no es mi jefe"	Habla de la mala representación social y moral que tiene Trump ante los millones de inmigrantes latinos que trabajan en Estados Unidos.	EL COLOMBIANO	JORGE	RAMOS	Mexicano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	421	19 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			45	32	5
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		17	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 51. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Cómo trabaja la propaganda”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Cómo trabaja la propaganda"	Habla de la efectividad de la propaganda del miedo y de la negatividad que usó Trump, en campaña, para ganar las elecciones.	EL COLOMBIANO	HERNÁN	GONZÁLEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	519	18 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			11	23	6
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
	X		11	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

En esta etapa de nuestra investigación, notamos que solo hay un columnista que trata de emanciparse de la retórica común del resto. Se trata del periodista argentino –y presentador reconocido y galardonado de la cadena CNN en Español-: Andrés Oppenheimer. En esta oportunidad (ver Tabla 52), su enfoque nuevamente trascendió los ámbitos norteamericano y latinoamericano para trasladarse a territorio europeo.

En esta etapa, el tema principal fue la injerencia comprobada del gobierno ruso en las elecciones de los estadounidenses, en noviembre del 2016. Esto no solo marcó un hito de inconformismo en la naciente relación Trump-Putin, como lo señala (ver tabla 52) el columnista, sino que marcó de igual manera una nueva forma de gestionar las políticas de relaciones exteriores del país y la manera de relacionarse con sus homólogos.

En ese camino, también se habló de la vulnerabilidad de otros países como

Francia para evitar la injerencia rusa en sus asuntos internos, pero eso al final de cuentas podía tornar a la presidencia de Donald Trump en un bastión político que transformara la misma geopolítica, como en su momento el expresidente republicano George W. Bush lo hizo con la segunda invasión a Iraq, en respuesta a los atentados terroristas que había sufrido en septiembre del 2001.

En ese contexto, Bush –otro republicano impredecible, aunque no tan radical como el propio Trump- debió enfrentar en 2003 una fuerza política de los conservadores más radicales, denominados *neocons*, que no estaban del todo de acuerdo con su manera de intervenir en oriente Medio. Le reclamaban mayor vehemencia, pero al final terminaron por entender que lo hecho fue la mejor opción y, de paso, transformó la forma en que otras potencias como Gran Bretaña y Francia se involucraban en el conflicto de esa parte del mundo:

“Los problemas con que tuvo que enfrentarse Estados Unidos en Irak en el verano de 2003 agrandaron la división entre el núcleo de asesores de Bush [hijo] **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 286)**.

Una vez más queda evidenciada la estrategia que implementó el Partido Republicano en aquellos momentos históricos en los que debe recobrar el poder o cuando debe, por el contrario, sostenerse y demostrar una posición firme, tras haber tomado una decisión que tenga alguna polémica, sobre todo si esta se encuentra implicada directamente con la forma de hacer política del Partido Demócrata.

En este sentido, los columnistas también deben enfocarse más en analizar el contexto histórico de esta colectividad para no denominar como “sorpresa” o “inesperado” cualquier acción del actual presidente Trump.

Tabla 52. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Hackeará Rusia las elecciones de Alemania, Francia y México?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Hackeará Rusia las elecciones de Alemania, Francia y México?"	Habla de la intromisión que, aparentemente, el gobierno ruso tuvo en las elecciones estadounidenses y de cómo este modelo podría replicarse, peligrosamente, en otros países.	EL COLOMBIANO	ANDRÉS	OPPENHEIMER	Argentino
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	398	18 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	12	4
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros
		X	9	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tabla 53. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¡Hagan sus apuestas!”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¡Hagan sus apuestas!"	Habla de todo lo que se puede vaticinar acerca de la presidencia de Trump y cómo esta elección entrega más incertidumbres que aciertos.	EL COLOMBIANO	MARÍA CLARA	OSPINA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	507	18 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			10	11	3
A favor	En contra	Neutral	Whatsapp	Comentarios	Otros

		X	11	4	N.A.
--	--	---	----	---	------

FUENTE: Elaboración propia con base en información digital del medio.

Tal como lo tituló la última columnista que analizamos durante este tercer periodo del periódico (ver Tabla 53) El Colombiano, es momento de que los influenciadores de la opinión no solamente se dediquen a revisar con mayor sentido crítico sus textos, de nutrirlos con un contexto histórico más amplio, sino que también deben recurrir a otro tipo de *frames* que no hayan sido impuestos, por ejemplo, por la prensa internacional.

Resultados de ElTiempo.com

El primer periodo de esta investigación aplicada al motor de búsqueda del periódico El Tiempo, que desde el 18 hasta el 25 de enero del 2017. Si bien ya explicamos el porqué (ver Cronograma de Investigación) de la selección de este primer periodo, en seguida daremos más pistas que permiten entender mejor la selección.

En este primer momento, aplicado al motor de búsqueda de ElTiempo.com, se encontraron catorce (14) columnas de opinión. El primer tema que debemos revisar es la apelación a figuras de la literatura para titular las columnas y la creatividad que muchos autores tienen para nominar sus textos de opinión.

Además, debemos señalar que a diferencia de los hallazgos obtenidos en el portal web del periódico El Colombiano, en El Tiempo no existe una variedad tan amplia de nacionalidades de sus columnistas. El 95% de ellos son de origen colombiano y el resto son de orígenes australiano y argentino, claro está, con un amplio bagaje y conocimiento de la situación política de Colombia.

Tabla 54. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Él y Trumpiland”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Él y Trumpiland"	Habla sobre cómo han sido los primeros cuatro días del gobierno de Trump, en medio de los ataques de la prensa y la oposición demócrata.	EI TIEMPO	CARLOS	CASTILLO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	431	24 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			17	11	3
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

En el primer caso (ver Tabla 54), notamos que la perspectiva crítica va en sintonía con las hechas –en igual periodo de tiempo analizado- con las de El Colombiano.com. Es decir, se produce una acérrima crítica sobre los primeros días del mandato de Donald Trump, a pesar de que no se otorgue un contexto político ni histórico tan amplio como para que el consumidor de las columnas de opinión también tenga más elementos de juicios que, bajo su criterio, le permitan formarse una sola opinión sobre el asunto sugerente que comenta el columnista.

Otro detalle que consideramos relevante es que en EITiempo.com existe una interacción mayor, con respecto a lo que observamos en ElColombiano.com. Quizás se deba a que la interfaz para compartir la información es mucho más amigable e intuitiva con el usuario. Al margen de ello, la penetración en las redes sociales es mucho mayor, y aunque los títulos son más llamativos (ver Tabla 54) y cautivan más al lector, en primera instancia.

Tabla 55. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿El premio H. Chávez para D. Trump?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿El premio Hugo Chávez para Donald Trump? "	Habla sobre cómo las acciones del expresidente venezolano Hugo Chávez bien podrían compararse con la estrategia política del presidente norteamericano, Donald Trump.	EI TIEMPO	ALEXANDER	CAMBERO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	513	24 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	9	2
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

En otro caso (ver Tabla 55), evidenciamos que la proximidad geográfica de Colombia hacia Venezuela genera una influencia marcada en los columnistas, pues no solo se usa como un Estado de parangón, sino que también sirve como asidero histórico para utilizar un recurso y titular la columna de opinión con un fundamento que bien podrían entender los latinoamericanos que vivieron de cerca el ejercicio político del expresidente venezolano –fallecido- Hugo Chávez.

Por el momento, no hay una clara afiliación o apego a un *frame* específico. Con base en los que ya tratamos, en todo el apartado investigativo de ElColombiano.com, vale decir que en el caso de El Tiempo es mucho más complicado detectarlo por la variedad con que sus columnistas, al menos en esta primera fase exploratoria que trata las columnas acaecidas en enero del 2017, cuando Trump se posesionó oficialmente como nuevo presidente de los Estados Unidos de América.

Tabla 56. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "Circo romano hubo en Bogotá".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Circo romano hubo en Bogotá"	Habla de la fatídica, a su juicio, elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos y analizó las principales repercusiones que esto tendría en Colombia.	EI TIEMPO	PONCHO	RENERÍA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	432	24 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	2	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 57. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "A negociar respetando la historia".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"A negociar respetando las lecciones de historia"	Habla sobre cómo los demócratas y republicanos deben llegar a un consenso sobre sus candidatos presidenciales, basados en el pasado político de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	SERGIO	MUÑOZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	617	23 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			24	16	2
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	1	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Para los siguientes casos de nuestro estudio sobre EITiempo.com (ver **Tabla 56** y **Tabla 57**), comprendimos que la comparación con los regímenes y desarrollos de las administradoras locales –como es el caso de Bogotá– también es una herramienta usada por los columnistas para tratar de darle una dimensión a la sorpresiva presidencia de Donald Trump.

Esto bien podría compararse con la manera en que los columnistas, en el pasado, se referían a los cambios y a las decisiones impopulares de demócratas y republicanos de turno, en la presidencia de los Estados Unidos de América.

Con base en ello, podríamos indicar que los textos revisados no tienen tampoco en cuenta –como ocurrió en muchas columnas de opinión analizadas, en el portal de El Colombiano– la disparidad histórica que ha caracterizado a los partidos Demócrata y Republicano en el país norteamericano.

Si esta rivalidad fuera más comprendida y estudiada, quizás las columnas de opinión trascenderían el hecho mismo de la elección de Donald Trump para darle paso a una nueva de hacer crítica política: ampararse en el carácter histórico de las prominentes figuras de los partidos políticos de los Estados Unidos de América, analizarlas, hallar diferencias y similitudes y construir un nuevo diálogo que enriquezca a la opinión pública, en lugar de estar ‘bombardeando’ juicios de valor (ver **Tabla 57** y **Tabla 58**) en los que no solo se hacen acusaciones sin mayores fundamentos, sino que se desvía la atención hacia un terreno desconocido para quien las lea.

Quien las escribe, bien puede emitir su opinión y juicio de valor, pero no debe olvidar la responsabilidad que conlleva ser un influenciador de la

opinión pública.

Por tal motivo, consideramos oportuno reseñar otro apartado histórico sobre los rifirrafes ya no tan comunes entre los demócratas y republicanos y en los que se ha ratificado a ese país como uno de ideología conservadora, de 'derecha', pero que ineludiblemente ha dejado de combatir contra su propia estructura para ser cada vez más liberal:

“Llegados hasta aquí, vale la pena insistir en la brecha entre el Estados Unidos conservador el otro Estados Unidos [que bien puede asociarse con el país ideado por los demócratas, de un corte más liberal y de 'izquierda']. A pesar de su exaltación del populismo, el conservadurismo estadounidense no es tan popular como pretende. La derecha puede ocupar el asiento del conductor y puede ayudar a explicar por qué Estados Unidos es diferente, pero la derecha no es Estados Unidos. En 2000, George W. Bush perdió el voto popular a la presidencia por unos mil votos” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 33).**

Esa pelea propia entre establecerse como un país de 'derecha' o de 'izquierda' es una característica que ha marcado la política estadounidense, con más intensidad, desde que se culminó la Segunda Guerra Mundial, a mediados del siglo XX.

Por eso es que la campaña contra la manera impredecible de actuar de Trump parece haberse convertido en una obsesión para los columnistas que hasta el momento hemos repasado en EITiempo.com y que no tienen una uniformidad ni continuidad en sus ideas, pues prefieren exponerlas desde los ángulos viscerales y no racionales. De ahí el porqué de varios de

sus títulos, por ejemplo.

Tabla 58. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “*Las mujeres sucias de Trump*”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Las mujeres sucias de Trump"	Habla de los escándalos por presunto abuso y maltrato sexual que reposan en contra del presidente Donald Trump.	EI TIEMPO	MARÍA	GARCÍA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	518	23 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			45	21	6
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	4	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Otra de las características que presentan estos trabajos de opinión (ver Tabla 58) es la creciente alusión a los escándalos bajo los cuales fue elegido Donald Trump. No solo sobre sus posibles asuntos pendientes fiscales, sino por su manera de tratar a las mujeres.

Todo empezó con una propia presentadora de la cadena televisiva Fox que fue insultada por Trump, cuando aludió a su incapacidad intelectual y a su molesta manera de actuar, presumiblemente, por efecto de su ciclo menstrual. Luego vinieron otros asuntos en los que, en el pasado, el propio Trump había emitido más comentarios injuriosos en contra de otras mujeres.

En resumen, la vida marital de Trump –que quedó expuesta por cuenta de varias revistas populares de Estados Unidos de América en las que, entre otras cosas, le recordaron al entonces candidato republicano que su esposa también era una inmigrante y que sabía en carne propia los

vejámenes por los que esta población debía pasar para sobrevivir en ese país- quedó expuesta y más escándalos y presuntas historias de abuso y agresiones física y verbal, en contra de las mujeres, sucedieron los primeros días de enero del 2017.

Quizás en ese contexto fue que los columnistas de ElTiempo.com decidieron recolectar toda esa información y divulgarla mediante sus juicios de valor en sus columnas de opinión.

El panorama en Estados Unidos de América ha marcado, al menos en las tres últimas décadas, una constante lucha entre la política y el escándalo. De hecho, el ejemplo que utilizaremos en seguida ni siquiera es de un republicano, sino el del propio expresidente Clinton –del ala demócrata- que siendo presidente del país debió enfrentar unos de los momentos críticos más agudos por cuenta de un escándalo sexual con una relación extramarital que, al parecer, sostuvo con una compañera de trabajo.

Aquella situación bien puede resumirse y retratarse de la siguiente manera:

“Durante toda la campaña [lo escriben para referirse a la década de 1990] electoral, Clinton fue estigmatizado como prófugo, adúltero, inversor inmobiliario poco de fiar y marido de una feminista radical. Nada de ello funcionó. Clinton se ció a ala economía y Bush se quedó sencillamente en blanco.

En abril de 1992, los tumultos de Los Ángeles suscitaron un aluvión de sugerencias de Clinton y Gingrich, pero ninguna de la Casa Blanca. Hasta el índice de aceptación del propio Bush cayó 57 puntos entre la guerra del Golfo y la Convención Republicana de Houston” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 143).**

Pero es que la intensidad de un mal comportamiento con las mujeres no parece haber sido suficiente como para ‘tumbar’ a un presidente en la era reciente de las elecciones norteamericanas. Si bien Clinton estaba casado, su afiliación al Partido Republicano pudo haberle significado un nuevo salvavidas, en medio de la tormenta política que desató el caso de Mónica Lewinski, la protagonista de su *affair*.

“La otra razón para que el segundo mandato de Clinton pareciera tan insustancial es, por supuesto, Mónica Lewinsky. Bastante tinta se ha desperdiciado ya sobre el escarceo de Clinton con la becaria, su negación del mismo y el fallido intento de los republicanos por emprender un proceso de *impeachment* contra el presidente, como para añadir aquí un minucioso relato del mismo. (...) A la larga, la insensatez del caso Lewinsky fue una miniseria de despropósitos por ambas partes.

Con respecto a Clinton, este creyó que podría salirse con la suya una vez más (...). Craso error: si los estadounidenses le habían apoyado, fue en gran medida porque desconfiaban aún más de los republicanos.

Considerado en general un presidente de éxito, en la actualidad se le suele recordar en los programas de televisión de medianoche, en chistes sobre puros e intentando redefinir la palabra ‘es’”
(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 165).

Así que pese a muchos movimientos feministas y de reivindicación de los derechos, la mala actitud y comportamiento reprochable de Trump no amplió titulares de prensa y, por ese momento, salió ‘invicto’.

Tabla 59. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El fin del mundo”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El fin del mundo"	Habla de lo imprevisible que resultó la victoria de Donald Trump y su desarrollo, inédito, como presidente estadounidense.	EI TIEMPO	PAOLA	OCHOA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	616	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			19	8	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 60. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Trump y economías latinoamericanas”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trump y las economías latinoamericanas"	Habla sobre el impacto que generará en la economía latinoamericana la elección de Donald Trump, como presidente de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	JOSÉ A.	OCAMPO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	631	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			4	2	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Más adelante, en las columnas que estudiamos de EITiempo.com, también podemos notar que (ver Tabla 59, Tabla 60 y Tabla 61) que, a medida que pasa el auge de la posesión de Donald Trump, en la Casa Blanca, como presidente de los Estados Unidos de América, se van abriendo nuevas perspectivas para hacer nuevos aportes críticos al desarrollo del sistema electoral estadounidense.

También, se nota un marcado interés por –como en algún momento lo advertimos con las columnas de opinión investigadas en el motor de búsqueda del portal web de El Colombiano- enfocarse en temas más particulares, aunque igual de trascendentales en cualquier proceso de elección.

En esta oportunidad, temas como la economía marcaron la agenda y permitieron redescubrir la dimensión y la participación política de países como Colombia ante una potencia como la que ahora dirigía Trump.

De igual modo, se hicieron unos ligeros comentarios y se abordaron, aunque por encima, nuevamente los claroscuros que rodeaban la vida familiar y económica del propio Trump. En estos apartados, los columnistas comprendieron que la mejor manera de generar un debate era haciendo memoria de esos temas que fueron muy fuertes en la época de la campaña electoral, pero que con el *boom* estético, mediático y político de la posesión presidencial, a finales de enero del 2017, parecieron quedar en un segundo plano.

La respuesta a esta táctica fue inmediata. Según los propios registros encontrados en las columnas citadas, notamos que la interacción con la audiencia siempre se mantuvo en niveles mucho más altos, en el caso de EITiempo.com, en comparación con los límites obtenidos en el sitio web de

El Colombiano.

Dentro de estas observaciones, queda claro que en este periodo analizado la preferencia de los usuarios es por compartir y consumir la información de las columnas de opinión a través de Facebook. A esta red social, le sigue en preferencia el uso de Twitter y, ya un poco rezagada, se encuentra Google +.

Tabla 61. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Donald Trump en Guantánamo”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Donald Trump en Guantánamo"	Habla sobre el pasado oscuro que puede tener Donald Trump con el manejo de sus finanzas y vaticina su política exterior como una muy polémica.	EI TIEMPO	MOISÉS	NAÍM	Venezolano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	578	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			42	22	4
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	5	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

También es notable que en estas columnas de opinión (ver Tabla 61 y Tabla 62) hay espacio para la especulación. Y es justamente en esta etapa en la que reaparece uno de los *frames* acaecidos en la investigación adelantada en las columnas de opinión publicadas, en igual periodo, en el portal web de El Colombiano: “miedo” y “amenaza”. Ambos se refieren a la manera en que Trump puede echar a perder su mandato.

Tabla 62. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Tumbarán a Trump?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Tumbarán a Trump?"	Habla sobre la posible teoría de que el gobierno de Trump sea un caos y los líderes económicos, sociales y políticos de ese país decidan boicotear su mandato.	EI TIEMPO	MAURICIO	VARGAS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	456	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			32	26	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 63. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Y Colombia, qué tan después?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Y Colombia, qué tan después?"	Habla sobre la repercusión política y económica que tendría Colombia por no figurar en las prioridades del presidente Trump.	EI TIEMPO	MARÍA ISABEL	RUEDA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	608	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			19	4	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Nuevamente, Colombia reaparece en el panorama de las preocupaciones de los columnistas, pues la consideran como una de las grandes perjudicadas con al elección de Trump (ver tabla 63 y Tabla 64), no solo porque su manera beligerante de actuar parece ir en contravía de lo que Colombia ha desarrollado, en materia de política exterior –más abierta, neutra y pausada- desde la ascensión al poder del hoy Nobel de Paz 2016, Juan Manuel Santos.

Asuntos como el apoyo al desarme de las Farc y la implementación de los acuerdos de paz están entre los principales argumentos usados por los columnistas para manifestar su preocupación con respecto al futuro del país, teniendo como aliado a los Estados Unidos.

Tabla 64. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¡Ojo con lo que se viene!”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¡Ojo con lo que se viene!"	Habla de la preocupante situación futura que genera el presidente Trump, en medio de la incertidumbre política.	EI TIEMPO	CECILIA	ÁLVAREZ	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	471	22 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			11	3	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Pero debido a la amplia variedad de columnistas –por sus profesiones, ideologías y trabajos- que están vinculados a El Tiempo, los temas también suelen ser diametralmente opuestos a las coyunturas, otra de las grandes diferencias con respecto a los artículos estudiados en EIColombiano.com. Se le abre paso, por ejemplo (ver Tabla 65), a analizar qué tanto impacto tendrá en la política internacional la injerencia directa del estilo de gobierno de Trump.

Tabla 65. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Oración por Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Oración por Trump"	Habla de cómo la política internacional puede ser la única herramienta para guiar a Trump, en medio de un mandato que no tiene precedentes con un novato político al frente del mismo.	EI TIEMPO	ÓSCAR	DOMÍNGUEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	672	20 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			7	1	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Pero, también existe un respaldo por mantener al *frame* del “miedo” como el preferido (ver Tabla 66) por algunos de los columnistas de ElTiempo.com, que consideran como una real “amenaza” para la democracia estadounidense el ascenso al poder de Donald Trump. Sobre este punto, vale la pena aclarar que no hace una explicación profunda del tema, sino que más bien se mantienen en emitir juicios de valor sin datos duros, concretos, que sustenten ese temor, a diferencia de otros columnistas.

Tabla 66. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “De la esperanza... al pesimismo”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"De la esperanza... al pesimismo"	Habla de cómo la elección de Trump sembró un halo de duda en la política norteamericana y cómo esto podría desencadenar un ambiente pesimista.	EI TIEMPO	CARLOS	CABALLERO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	674	20 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	12	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 67. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El repliegue de América”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El repliegue de América"	Habla de cómo la elección de Trump demuestra un retroceso en la política liberal que ha caracterizado a Estados Unidos, en los últimos años.	EI TIEMPO	ABEL	VEIGA	Español
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	529	20 de enero del 2017	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			8	3	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

En resumen, en la etapa estudiada de EITiempo.com, encontramos que los columnistas prefieren tratar temas tan variados, que la audiencia tiene a quién y qué tema escoger, de acuerdo con sus preferencias principales.

Ahora, con respecto al segundo momento, que va desde el 8 hasta el 14 de noviembre del 2016, aplicado al motor de búsqueda de EITiempo.com, se encontraron veinte (20) columnas de opinión. El primer tema que debemos revisar es la apelación a figuras de la literatura para titular las columnas y la creatividad que muchos autores tienen para nominar sus textos de opinión.

En una primera revisión, se mantiene la hegemonía en la presencia de autores colombianos, por encima de los extranjeros y, en buena medida, también se mantiene la buena interacción y penetración digital que tienen casi todas las columnas de EITiempo.com, en comparación con las analizadas en igual periodo de EIColombiano.com, gracias a las redes sociales.

Por eso nos llama la atención que en las primeras columnas (ver **Tabla 68** y **Tabla 69**) que revisamos nos encontramos con el *frame* del “miedo” y nuevamente el del “inmigrante” como un hilo conductor en la argumentación de los autores de estos trabajos de opinión. En estos casos, también se notó un ingente esfuerzo por ampliar el contexto, las fuentes de información y de nutrir los elementos de juicio para ofrecer una mirada más equilibrada a la ya vilipendiada expresión de “fenómeno Trump”, por ejemplo. De entrada, esto marca una profunda diferencia con respecto a las columnas estudiadas, en El Tiempo.com, correspondientes al mes de enero del 2017.

Tabla 68. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El fenómeno Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El fenómeno Trump "	Habla de cuáles fueron las claves para que Donald Trump ganara la presidencia de los Estados Unidos y de cómo este fenómeno sorprendió a la opinión pública.	EI TIEMPO	SAÚL	HERNÁNDEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	544	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	9	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 69. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Trump tranquiliza al mundo”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Trump tranquiliza al mundo"	Habla del impacto geopolítico que tendrá la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	SERGIO	MUÑOZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	629	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			8	23	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
X			1	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Otro de los elementos que se pueden evidenciar en este apartado de columnas estudiadas de EITiemp.com es el que se refiere a la amplitud de la mirada con que se analiza la ascensión de Trump al poder.

En este sentido (ver Tabla 70, tabla 71 y Tabla 72), los columnistas demuestran un marcado esfuerzo por comparar las situaciones políticas de los países más influyentes del mundo y vaticinar cómo reaccionará ante una ya irreversible presidencia –pues en este momento es cuando justo surgen las comiciones electorales- de Donald Trump.

En estos apartados, lo más importante es ratificar el bagaje con que cuentan estos columnistas para escribir de manera profunda sus argumentos. Los *frames* que nuevamente aparecen en esta sección de nuestro análisis son “miedo”, “inmigrante” y “amenaza”, los cuales se encuentran dirigidos a tratar de dilucidar cómo un equipo de gobierno puede ser la única salida para que el mandato de Trump no resulte tan novato ni tan atribulado, como lo fue su propia campaña electoral.

Aquí se puede recordar un apartado que también va en consonancia con lo que implica la elección de un presidente republicano y conservador en los Estados Unidos de América:

“Así pues, ¿tiene algún sentido hablar de ‘conservadurismo estadounidense’? Creemos que sí, por dos razones. La primera es que, a pesar de tantos afluentes turbulentos, el conservadurismo estadounidense dispone bien a las claras de una corriente principal. (...) La segunda razón es que la corriente principal del conservadurismo estadounidense es distinta del conservadurismo de otro lugar” (**Mickletwait & Wooldridge, 2006: 435**).

Tabla 70. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "Europa, sola en el mundo de Trump".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Europa, sola en el mundo de Trump"	Habla del posible aislacionismo al que se someta Estados Unidos debido a las agresivas políticas internacionales que Donald Trump manifestó en su campaña electoral.	EI TIEMPO	OTROS	COLUMNISTAS	N.A.
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	566	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			18	12	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 71. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "Chibchombia".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Chibchombia"	Habla del impacto diplomático que pueda tener la elección de Trump como presidente, así como critica la pasividad del gobierno colombiano para criticas a Trump.	EI TIEMPO	PAOLA	OCHOA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	654	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			9	2	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 72. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Narciso Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Narciso Trump"	Habla de la megalomanía de Trump para autoproclamarse como el salvador y redentor de los estadounidenses.	EI TIEMPO	HERIBERTO	FIORILLO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	487	14 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			15	13	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 73. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Enemigo del planeta?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Enemigo del planeta"	Habla de la agresiva política ambiental que Donald Trump planteó en campaña y que posiblemente ponga en marcha, como presidente de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	MANUEL	RODRÍGUEZ	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	528	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	13	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

En este proceso, también identificamos la manera en que varios autores (ver **Tabla 74**, **Tabla 75**, **tabla 76** y **Tabla 77**) retoman la idea de analizar el futuro del mundo con base en la reciente elección de Donald Trump.

En estos casos, lo más destacado es también la clara diferencia que existe entre el estilo de los temas y la manera de abordarlos, por parte de los columnistas de **EIColombiano.com**, quienes deciden centrarse en una sola situación hecho y explicarlo con un poco más de profundidad.

En cambio, los autores consignados e investigados en **EITiempo.com**, poseen una tendencia más marcada a contextualizar sus textos. Dentro de los parámetros de la columna de opinión como un género periodístico (ver **Marco Teórico**), podríamos señalar que los autores del periódico **El Tiempo** están más cerca de cumplir con esas características de rigor.

Claro está, aún hay varios que (ver **tabla 74**) que aún prefieren sustentar sus textos en opiniones personales, olvidándose del análisis sesudo de los hechos, de corroborar la información con información estadística disponible, de corroborar las distintas versiones que respaldan los acontecimientos.

No obstante, es innegable la capacidad que tienen ellos de generar un mayor impacto –si se entiende la consecución de este por el número de veces que un texto puede ser transferido digitalmente a través de las redes sociales o del eventual número de comentarios que, a manera de *feedback*, tenga un texto- que tienen las columnas de opinión (ver **Tabla 75** y **Tabla 77**), de **EITiempo.com**, en comparación con las publicadas en el portal web de **El Colombiano**.

Tabla 74. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “El partido de la rabia”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"El partido de la rabia"	Habla de cómo el Partido Republicano difundió un discurso de odio, en campaña electoral, para generar pánico entre los norteamericanos y enaltecer a Trump como un redentor.	EI TIEMPO	MAURICIO	VARGAS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	551	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			16	13	2
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 75. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¡Que paren el mundo!”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¡Que paren el mundo!"	Habla de cómo el mundo debe prepararse ante un eventual mandato de Trump, lleno de polémicas y de decisiones impredecibles.	EI TIEMPO	GUILLERMO	PERRY	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha		Impacto de la columna	
Opinión	512	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	25	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 76. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Y ahora qué sigue?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Y ahora qué sigue?"	Habla de la incertidumbre general que tiene en vilo a los Estados Unidos, luego de que Donald Trump resultara electo presidente.	EI TIEMPO	MARÍA I.	RUEDA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	527	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			18	15	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 77. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿Qué pasó y qué puede suceder?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Qué pasó y qué puede suceder?"	Habla de algunas opciones que deparan el panorama político y económico guiado por las decisiones de Donald Trump.	EI TIEMPO	RUDOLF	HOMMES	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	634	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			11	10	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Con respecto a esta parte de nuestra investigación, debemos indicar que los columnistas dejaron de concentrarse (ver Tabla 78, Tabla 79, Tabla 80 y Tabla 81) en el sistema electoral norteamericano o en el impacto que la elección de Trump tuviese en otras partes del mundo.

Se concentraron en analizar nuevamente el impacto que esto podría tener para Colombia, en materia política y económica, y curiosamente también se centraron en qué tanto afectaría esta elección las posteriores en un sistema electoral cada vez más complejo.

Pero no lo dicen precisamente porque el régimen presidencialista les genere alguna incomodidad, sino más bien porque relatan el hartazgo que en varias partes de Estados Unidos existe hacia la figura de los partidos políticos tradicionales. A diferencia de otros países en donde este panorama bipartidista está casi en el olvido, y reemplazado por un sistema multipartidista más robusto, consideran que la elección de Trump le envió una alerta al Partido Demócrata –e inclusive al mismo Republicano- para que encuentren rápido una figura de renovación entre sus filas, pues la candidatura y elección de Trump es vista como algo “transitorio” o “pasajero”.

Inclusive hay quienes se animan a predecir que debido a la intensidad de su mandato, Trump no alcanzará a durar los cuatro años en la Casa Blanca para los cuales fue seleccionado. De nuevo, en este apartado, el *frame* de la amenaza es el más común y corriente entre este tipo de columnistas, quienes también gozan de la buena acogida de sus textos debido a la alta interacción que estos producen entre los lectores que los consumen en las diferentes redes sociales.

Tabla 78. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "Año bisiesto".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Año bisiesto"	Habla de las dos elecciones que causaron sorpresa en un mismo año: la derrota del "Sí", en el plebiscito de Colombia para respaldar los acuerdos de paz, y la elección de Trump.	EI TIEMPO	CECILIA	ÁLVAREZ	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	611	13 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			7	4	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 79. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: "¿Quiénes nos insultan?".

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿Quiénes nos insultan?"	Habla de qué tan bien puede describirse al electorado que eligió a Donald Trump y cómo este fue clave para elegirlo como presidente de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	LUIS NOÉ	OCHOA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	533	11 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			12	14	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 80. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “La ‘Trumpada’ a la inteligencia”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"La 'Trumpada' a la inteligencia"	Habla de qué significa la victoria de Donald Trump en una de las democracias más sólidas y antiguas del mundo.	EI TIEMPO	SERGIO	OCAMPO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	623	11 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			26	28	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 81. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Apocalipsis Trump”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Apocalipsis Trump"	Habla de la posible catástrofe que devenga de la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos.	EI TIEMPO	MARÍA	GARCÍA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	499	10 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			18	11	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 82. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINI3N: "2016".

DATOS DE INFORMACI3N					
Columna			Columnista		
T3tulo	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"2016"	Habla de los hechos que m3s sorpresa suscitaron en el 2016. Entre ellos, la elecci3n de un 'outsider' de la pol3tica como Donald Trump.	EI TIEMPO	RICARDO	SILVA	Colombiano
Secci3n	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opini3n	522	10 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentaci3n			12	9	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
		X	0	0	N.A.

FUENTE: Elaboraci3n propia con base en la informaci3n digital del medio.

En esta parte de nuestra investigaci3n, notamos que los columnistas (ver Tabla 82 y Tabla 83) se decantaron por revivir el *frame* del "miedo". Inclusive, fueron mucho m3s lejos y recavaron informaci3n que desacredita la elecci3n de Trump, a solo un par de d3as de haberse producido. Ellos le dan espacio a nutrir un 'halo de duda' sobre la veracidad de las elecciones, toda vez que el esc3ndalo de la injerencia rusa en las mismas estaba apenas fragu3ndose.

Inclusive, en otros trabajos (ver Tabla 84, Tabla 85 y Tabla 86) se animaron a criticar a todo el entorno republicano de los Estados Unidos de Am3rica, argumentando que se hab3a visto tan acorralado por el posible 3xito de los dem3cratas, adem3s del desgaste natural de sus figuras pol3ticas hist3ricas, que hab3a tenido que recurrir al extremismo y al radicalismo de una figura como Donald Trump para hacerle competencia y generar, de cierta manera, un contrapeso a la ampl3sima trayectoria pol3tica de la dem3crata Hillary Clinton.

El problema fue que los cálculos fallaron y quedaron insertos en un mar de incertidumbre. Pero eso lo dicen los columnistas desde sus argumentos y desde su opinión, porque con respecto a la historia republicana para acercarse o alejarse del extremismo, los estudiosos del tema tienen sus propias convicciones y comentarios.

“Vale la pena añadir un aspecto final de la excepcionalidad del conservadurismo, por el que hasta los liberales estadounidenses deberían estar contentos: la marginalización de la extrema derecha. En muchos aspectos, el conservadurismo estadounidense convencional es más extremado que el conservadurismo europeo: más desabrido, más populista, más dispuesto a coquetear con los entusiastas de las armas y con los activistas antigubernamentales. Sin embargo, Estados Unidos ha tenido mucho más éxito que Europa –en especial, que la Europa continental- en mantener bajo control a la derecha radical” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 444).**

Por eso es que sería insensato decir que tras la victoria de Trump, la extrema derecha fue la más beneficiada, puesto que los principales detractores de varias de sus políticas fueron los propios extremistas que le criticaban la falta de una postura clara y recia ante asuntos trascendentales de la economía y del trato de la política en el país.

Para tales efectos, lo más importante es considerar que Trump concilió, hasta donde pudo, a los extremistas del Partido Republicano, con los líderes tradicionales del mismo y con una facción de renovación que empezaba a surgir. Aunque, claro está, este consenso no fue tan duradero y muchos se apartaron públicamente de él, tras conocer sus escándalos.

Tabla 83. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿El anti-Cristo?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿El anti-Cristo?"	Habla de la mala reputación que tiene Donald Trump en la esfera pública y de cómo esta puede afectar el desarrollo de su presidencia.	EI TIEMPO	ENRIQUE	SANTOS	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	487	10 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			11	4	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 84. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Jornada electoral en EE.UU.”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Jornada electoral en EE.UU."	Habla de la sorpresiva victoria de Donald Trump en la presidencia de los Estados Unidos y de un futuro complejo, debido a su perfil de novato.	EI TIEMPO	ABDÓN	ESPINOSA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	562	9 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			3	4	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 85. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Lo impensable: Trump, presidente”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Lo impensable: Trump, presidente"	Habla de la inesperada victoria de Donald Trump para ser el presidente norteamericano y destaca algunos errores en la estrategia de su contendiente, Hillary Clinton, durante la campaña electoral.	EI TIEMPO	FRANCISCO	BARBOSA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	456	9 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			5	8	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	3	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 86. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Mentiras”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Mentiras"	Habla de toda la campaña de posibles mentiras difundidas por el equipo de Donald Trump, para desprestigiar a su rival, Hillary Clinton, en campaña electoral.	EI TIEMPO	LAURA	GIL	Argentina
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	478	8 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			18	23	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 87. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Como en cualquier ‘banana republic’”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Como en cualquier 'banana republic'"	Habla sobre la inverosimilitud de la estrategia de Donald Trump, para suceder a Barack Obama en la Casa Blanca.	EI TIEMPO	VLADDO	N.A.	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	517	8 de noviembre del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			21	20	2
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Sobre esta segunda etapa de estudio de los columnistas que analizados de EITiempo.com, debemos reseñar que abordaron temas más amplios, como corolario de la elección de Trump. Sin duda, el impacto en las redes sociales se mantuvo muy por encima del promedio de los hallazgos que obtuvimos en EIColombiano.com y, además, hay una amplia gama de miradas que enriquecen el análisis.

Por último, el tercer periodo que decidimos estudiar de EITiempo.com, a través de las columnas de opinión que hallamos en su motor de búsqueda, corresponde al lapso entre el 3 y el 23 de agosto del 2016.

Tal como aparece reseñado y detallado en otra sección de este trabajo de grado (ver Marco Metodológico) debimos modificar el tiempo de búsqueda –con respecto al usado en EIColombiano.com- porque el archivo digital arrojó “0” resultados cuando incluimos el lapso atinente al momento en que el Partido Republicano oficializó la candidatura de Trump. Por tal motivo, escogimos las cuatro primeras columnas publicadas en ese semestre.

Tabla 88. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Terminator presidente”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Terminator presidente"	Habla de qué tan similares son la figura política de Donald Trump la película de acción, 'Terminator'.	EI TIEMPO	MARÍA	GARCÍA	Colombiana
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	434	3 de agosto del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			3	7	0
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	0	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 89. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “Los locos del botón”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"Los locos del botón"	Habla de un posible escenario político cargado de incertidumbre, entre un eventual Donald Trump presidente con el líder norcoreano.	EI TIEMPO	HERIBERTO	FIORILLO	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	566	8 de agosto del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			15	11	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	1	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

En este campo, los columnistas también son variados, pero debido a que ya se sabía de la elección de Trump como candidato único del Partido Republicano, los influenciadores de opinión de este periodo parecieron restarle importancia (ver Tabla 89, Tabla 90 y Tabla 91).

De acuerdo con las descripciones que hicieron, parecían repetir lo que muchos analistas dijeron e hicieron a comienzos del siglo XXI cuando el hijo de George H. Bush llegó al poder, en sucesión del demócrata Bill Clinton. Muchos decían que George W. Bush no estaba preparado para asumir el cargo o que, simplemente, no tenía las capacidades para desarrollarlo y no presentaba una amenaza.

Pero, justamente, todo cambió con el primer y mayor atentado terrorista que sufrieron los Estados Unidos, en el siglo XXI:

“El 10 de septiembre de de 2001 se podría haber dicho lo mismo de la administración Bush. Para empezar, es cierto que había sobrepasado las expectativas: ahí estaban los días gloriosos del recorte de impuestos y la ley de educación.

Pero había una creciente sensación de desengaño con a administración, particularmente entre los intelectuañes y los soldados rasos. La agenda de Bush parecía estar limitándose a admoniciones para ser buenos con los vecinos. (...) En su libro – comprensivo, en líneas generales- sobre Bush, Frank Bruni, del *New York Times*, describir sus propias dudas: ‘En muchos aspectos, el Bush que yo conocía no parecía preparado para lo que tenía delante.

El Bush que yo conocía era chapucero e inepto, un despreocupado estudiante de club universitario sin idea del tiempo, una rata de gimnasio los días laborales y dormilón los fines de semana, un adulto con un niño dentro que solía desbordarse o hundirse por completo” **(Mickletwait & Wooldridge, 2006: 260-261).**

Tabla 90. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “¿‘Verdes’ por Trump?”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"¿‘Verdes’ por Trump?"	Habla de un llamativo apoyo de toda la comunidad medioambientalista, ante unas declaraciones polémicas de Trump sobre el calentamiento global.	EI TIEMPO	PETER	SINGER	Australiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	601	14 de agosto del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			2	8	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Tabla 91. MATRIZ DE LA COLUMNA DE OPINIÓN: “EE.UU. y los trabajadores sin futuro”.

DATOS DE INFORMACIÓN					
Columna			Columnista		
Título	Sumario	Medio	Nombre	Apellido	Origen
"EE.UU. y los trabajadores sin futuro"	Habla de cómo una eventual presidencia de Donald Trump podría afectar la generación de empleo y el crecimiento económico de Estados Unidos.	EI TIEMPO	GUILLERMO	MAYA	Colombiano
Sección	No. de palabras	Fecha	Impacto de la columna		
Opinión	604	23 de agosto del 2016	Twitter	Facebook	Google+
Argumentación			6	9	1
A favor	En contra	Neutral	LinkedIn	Comentarios	Otros
	X		0	2	N.A.

FUENTE: Elaboración propia con base en la información digital del medio.

Finalmente, podemos decir que las columnas publicadas en EITiempo.com son más variadas en cuanto a la temática, pero tampoco –según este periodo analizado- poseen la suficiencia argumentativa o la capacidad de persuasión necesaria para abordar los temas de una manera más profesional, racional, y menos visceral.

CONCLUSIONES

GENERALES:

- Los medios de comunicación en Colombia incluyen en sus autores a periodistas y profesionales de otras ramas del saber para nutrir y diversificar su plantilla de columnistas de opinión. Con base en ello, prácticamente aseguran la cobertura y generación de opinión sobre los hechos más relevantes del mundo.
- La presidencia de Donald Trump ha supuesto uno de los principales temas de discusión y debate en los medios más tradicionales de Colombia, pues en estos sus plantillas de columnistas se han ocupado, en gran medida, en analizar y entender los pormenores de la ascensión al poder de este *outsider* de la política de los Estados Unidos de América.
- Los contenidos de opinión de los periódicos El Tiempo y El Espectador, en los momentos clave del ascenso de Trump al poder estadounidense, no siempre tienen la suficiente argumentación ni el bagaje histórico necesarios para abordar el análisis.
- Los periódicos El Colombiano y El Tiempo han dedicado ingentes esfuerzos para organizar sus archivos digitales y, entre otros, demostrar el peso de la historia que llevan sus centenarios de existencia en el país.

ESPECÍFICAS:

- La teoría del *framing* es una aplicable a varios campos de las ciencias sociales, pero es pertinente para el análisis de los contenidos producidos por los medios de comunicación.
- Los *frames* más utilizados por los columnistas de ElTiempo.com fueron: “Donald Trump es una amenaza”, que podría interpretarse a escala local o global; “Trump ganó la presidencia porque difundió miedo” y “Trump quiere acabar con la inmigración”.
- Los *frames* más utilizados por los columnistas de ElColombiano.com fueron: “Donald Trump es una amenaza”; “Trump gobierna a través del miedo” y “Trump está en contra de la inmigración”.
- Pese a los ingentes esfuerzos por los académicos y escuelas de comunicación por robustecer conceptualmente la teoría del *framing*, aún no hay un consenso sobre qué significa, es decir, no existe un concepto particular que la defina.
- La opinión pública colombiana tiene un gran abanico de columnistas que, con orígenes profesionales e ideológicos muy variados, les ofrecen una multiplicidad de puntos de vista para que se formen su propio criterio a un tema de impacto global, como la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos de América.
- La mayoría (77%) de los columnistas de El Tiempo y de El Colombiano son mujeres. De ellas, tan solo el 5% escribió comentarios neutrales o favorables en sus columnas de opinión, por lo que se ratifica la idea de que el machismo publicitado por Trump,

antes y durante su presidencia, lo ha ratificado como un misógino, de acuerdo con las influenciadoras de opinión de estos periódicos colombianos.

- Los portales web de El Tiempo y El Colombiano aún están muy lejos de propiciar una interacción con su audiencia. En la mayoría de los casos (56%) las columnas de opinión no tenían comentarios, de acuerdo con la interfaz de medio. Además, solo el primer periódico tenía una constante transmisión digital de las columnas a través de las redes sociales (Facebook, Twitter y Google+) porque El Colombiano apenas tuvo el 27% de sus columnas compartidas a través de estas plataformas.
- La mayoría de los columnistas no cree que Trump sea capaz de hacer una buena gestión de su mandato y considera como un problema la gestión en su cargo, el cual podría atentar contra la democracia. Lo anterior se sustenta en que el 89% de los columnistas de El Tiempo y El Colombiano usó argumentos en contra de Trump, bien sea sobre su estrategia política, su discurso de posesión o sus primeros días en la presidencia de los Estados Unidos de América. Tan solo el 2% manifestaron una opinión/posición neutral con respecto al presidente norteamericano.

ANEXOS

ANEXO 0.1

The screenshot shows the El Colombiano website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and several featured topics: TEMAS DEL DÍA, PUENTE DE REYES, PARO CÍVICO EN URABÁ, SALIDA DE FUJIMORI, and SALIDA DE FRANCO ARMANI. Below this is a horizontal menu with categories: ANTIOQUIA, COLOMBIA, INTERNACIONAL, NEGOCIOS, DEPORTES, OPINIÓN, CULTURA, TENDENCIAS, TECNOLOGÍA, and ENTRETENIMIENTO. A search bar is located on the right side of the top bar.

On the left side, there is a search filter section with a search bar, date range selectors (DESDE and HASTA), and a button to 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO'. Below this are two filter sections: 'FILTRAR CONTENIDOS POR' with a 'COLUMNISTAS (5)' filter, and 'FILTRAR POR SECCIÓN' with filters for 'INTERNACIONAL (3)', 'COLOMBIA (2)', and 'NEGOCIOS (1)'. The 'INTERNACIONAL (3)' filter is currently selected.

The main content area features a section titled 'ELECCIONES NORTEAMERICANAS (37 RESULTADOS)'. The first article is dated 28 / 12 / 2017 and is titled 'Gobierno en desacuerdo con aumento de aporte pensional'. The article text states: 'El ministro visitará calificadoras para exponer fortalezas económicas. En 2018, Colombia ingresará a la Oede...'. The author is identified as MAURICIO CÁRDENAS. The second article is dated 01 / 06 / 2017 and is titled 'Escenarios posibles ante la salida de Estados Unidos del Acuerdo de París'. The article text states: 'Tras meses de especulaciones, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, anunció este jueves su decisión de sacar a su país del Acuerdo de París, ante la cual que se pueden abrir los siguientes escenarios. Si Trump anuncia que se retira del acuerdo, que 195 países adoptaron en París en 2015 y que a día de hoy ya está en vigor con la ratificación de 147 estados...'. The author is identified as AFP.

ANEXO 0.2

The screenshot shows the search interface of the 'EL TIEMPO' website. At the top, the logo 'EL TIEMPO' is on the left, and a search icon and 'SUSCRIBIRSE' link are on the right. The search query 'Elecciones norteamericanas' is entered in the search bar, with a 'BUSCAR' button to its right. Below the search bar, the 'BÚSQUEDA AVANZADA' section includes filters for 'Fecha', 'Sección', 'Desde', and 'Hasta', each with a calendar icon. There are also checkboxes for 'Artículos', 'Galerías', and 'Videos', all of which are checked. A 'FILTRAR' button is located at the end of this section. Below the filters, there are two tabs: 'NOTICIAS DIGITALES' (active) and 'NOTICIAS IMPRESAS'. Underneath, a section titled 'LO MÁS BUSCADO DEL DÍA' lists several trending topics: 'OPTIMISMO RAFAEL CORREA', 'CENSO POBLACIONAL', 'CESE DEL FUEGO CON ELN', and 'RELACIÓN DE LAS COREAS'. At the bottom of the search results area, it states 'Se encontraron 236 resultados por Elecciones norteamericanas'.

ANEXO 0.3

The screenshot shows the El Colombiano website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and social media icons. Below it, a horizontal menu lists various news categories. The main content area features a search bar and a filter section on the left. The primary article is titled "Los genios y diseñadores que se visten igual todos los días" and includes a sub-header "ELECCIONES DE ESTADOS UNIDOS (2867 RESULTADOS)". The article text discusses how tech and science personalities reuse the same clothing. A second article snippet is visible below, titled "Presidente de Estados Unidos Donald Trump se califica de genio", with a sub-header "06 / 01 / 2018".

EL COLOMBIANO TEMAS DEL DÍA PUENTE DE REYES PARO CÍVICO EN URABÁ SALIDA DE FUJIMORI SALIDA DE FRANCO ARMANI

ANTIOQUIA COLOMBIA INTERNACIONAL NEGOCIOS DEPORTES OPINIÓN CULTURA TENDENCIAS TECNOLOGÍA ENTRETENIMIENTO

BUSCADOR DE NOTICIAS

BUSCADOR

DESDE 8 enero 1970

HASTA 8 enero 2018

ORDENAR POR LO MÁS LEIDO

FILTRAR CONTENIDOS POR

- COLUMNISTAS (227)
- ESPECIALES (8)
- IMÁGENES (3)
- VIDEOS (3)
- INFOGRAFÍAS (2)

ELECCIONES DE ESTADOS UNIDOS (2867 RESULTADOS)

00:01 AM

Los genios y diseñadores que se visten igual todos los días

Diseñadores y personalidades de la tecnología y la ciencia usan y reusan la misma pinta. Y no es por ahorrar dinero. ...

ELCOLOMBIANO.COM | MODA | CLAUDIA ARANGO HOLGUÍN

ENTRETENIMIENTO MODA MARK ZUCKERBERG

06 / 01 / 2018

Presidente de Estados Unidos Donald Trump se califica de genio

El presidente estadounidense, Donald Trump, se consideró a sí mismo este sábado como "un genio muy estable", respondiendo a la polémica generada por un explosivo libro publicado la víspera que desató todo tipo de comentarios sobre su salud mental.

"A lo largo de mi vida mis dos grandes valores han sido la estabilidad mental y ser, algo así como realmente inteligente",...

ANEXO 0.4

The screenshot shows the search interface of the website 'EL TIEMPO'. At the top, there is a blue navigation bar with the logo 'EL TIEMPO' on the left and a search icon and 'SUSCRIBIRSE' on the right. Below the navigation bar, the search query 'Elecciones de Estados Unidos' is entered in a search box. To the right of the search box is a dark blue button labeled 'BUSCAR'. Below the search box, there is a section titled 'BÚSQUEDA AVANZADA' (Advanced Search). This section includes several filters: 'Filtrar por:' followed by two dropdown menus for 'Fecha' (Date) and 'Sección' (Section), and two date range selectors for 'Desde' (From) and 'Hasta' (Until), each with a calendar icon. To the right of these filters are three checkboxes: 'Artículos' (Articles), 'Galerías' (Galleries), and 'Videos', all of which are checked. Below the filters, there are two links: 'NOTICIAS DIGITALES' (Digital News) and 'NOTICIAS IMPRESAS' (Print News).

LO MÁS BUSCADO DEL DÍA

OPTIMISMO
RAFAEL CORREA

CENSO POBLACIONAL

CESE DEL FUEGO CON ELN

RELACIÓN DE LAS COREAS

Se encontraron 14.016 resultados por Elecciones de Estados Unidos

ANEXO 0.5

EL TIEMPO SUSCRIBIRSE

Elecciones de EE.UU. X BUSCAR

BÚSQUEDA AVANZADA

Filtrar por: Fecha Sección Desde Hasta Artículos Galerías Videos FILTRO

[NOTICIAS DIGITALES](#) [NOTICIAS IMPRESAS](#)

LO MÁS BUSCADO DEL DÍA

OPTIMISMO
RAFAEL CORREA

CENSO POBLACIONAL

CESE DEL FUEGO CON ELN

RELACIÓN DE LAS COREAS

Se encontraron **1.373** resultados por **Elecciones de EE.UU.**

ANEXO 0.6

The screenshot shows the top navigation bar of the El Colombiano website. It features a main header with 'DOS PUNTOS MEDELLÍN' and a sub-header 'A LA VANGUARDIA DE LAS OPORTUNIDADES'. A green button says 'Descúbrelo aquí'. Below this is a secondary navigation bar with links for 'INICIO', 'ANUNCIE', 'CONTÁCTENOS', 'SUSCRÍBASE', 'CLUB INTELLECTO', 'CLASIFICADOS', 'MULTIMEDIA', 'IMPRESO', 'APPS', 'REGISTRARSE', and 'INICIA SESIÓN'. A third bar contains the 'COLOMBIANO' logo, 'TEMAS DEL DÍA', and several news snippets: 'PUENTE DE REYES', 'PARO CÍVICO EN URABÁ', 'SALIDA DE FUJIMORI', and 'SALIDA DE FRANCO ARMANI'. There are also social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and Google+, and a search bar labeled 'BUSCADOR DE NOTICIAS'. A horizontal menu below lists categories: 'ANTIOQUIA', 'COLOMBIA', 'INTERNACIONAL', 'NEGOCIOS', 'DEPORTES', 'OPINIÓN', 'CULTURA', 'TENDENCIAS', 'TECNOLOGÍA', and 'ENTRETENIMIENTO'. The main content area shows a search filter on the left with a search box, 'DESDE' (from) and 'HASTA' (to) date pickers, and a button 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO'. The main article is titled 'ELECCIONES DE EE UU (234 RESULTADOS)' and 'Peligros monetarios para mercados en 2018', dated '03 / 01 / 2018'. The article text discusses market analysts' caution for 2018 growth and mentions the IMF. The author is 'JUAN FELIPE SIERRA SUÁREZ' and the article is categorized under 'ECONOMÍA' and 'MERCADO BURSÁTIL'.

ANEXO 1

The screenshot displays the El Colombiano website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'INICIO', 'ANUNCIE', 'CONTÁCTENOS', 'SUSCRÍBASE', 'CLUB INTELLECTO', 'CLASIFICADOS', 'MULTIMEDIA', 'IMPRESO', 'APPS', 'REGISTRARSE', and 'INICIA SESIÓN'. Below this is a header section with the El Colombiano logo and several featured articles: 'TEMAS DEL DÍA', 'DERRUMBE CERCA AL TÚNEL DE OCCIDENTE', 'AÑO NUEVO 2018', 'HOMICIDIOS EN MEDELLÍN', and 'LO MEJOR DEL 2017'. A search bar is located on the right side of the header.

The main content area is divided into two columns. The left column contains a search filter section with a search box, date range selectors for 'DESDE' (17 julio 2016) and 'HASTA' (23 julio 2016), and options to 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO', 'FILTRAR CONTENIDOS POR' (COLUMNISTAS (4)), and 'FILTRAR POR SECCIÓN'.

The right column displays search results for 'DONALD TRUMP (23 RESULTADOS)'. The first result is dated '23 / 07 / 2016' and has the headline 'Tim Kaine será el coequipero de Hillary'. The sub-headline reads 'La candidata demócrata a la presidencia de Estados Unidos, Hillary Clinton anoche al senador Tim Kaine como su compañero de fórmula para las elecciones presidenciales de ese país, una decisión que la ayudará a mostrarse como una alternativa segura ante el republicano Donald Trump.' The main text states 'La elección de Kaine, de 58 años, podría ayudar a Clinton a sumar a los votantes...'. Source information includes 'ELCOLOMBIANO.COM | INTERNACIONAL | REUTERS' and a category tag 'ELECCIONES EN ESTADOS UNIDOS'.

The second result is also dated '23 / 07 / 2016' and has the headline '¿Convencerá Trump a EE. UU. con su radicalismo?'. The sub-headline reads 'Expertos se muestran escépticos de que el magnate pueda ganar el apoyo de la mayoría mediante una retórica del miedo. ...'. A small image of Donald Trump is visible next to the headline.

ANEXO 2

The screenshot shows a news website interface with a search bar at the top left containing the text 'BUSCADOR'. To the right of the search bar are navigation links for 'INICIO', 'SECCIONES', and 'MULTIMEDIA', along with social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and Google+. A search button with a magnifying glass icon is located to the right of the search bar.

Below the search bar, there are date filters for 'DESDE' (From) and 'HASTA' (Until). The 'DESDE' filter is set to '6' for the month of 'noviembre' in '2016'. The 'HASTA' filter is set to '13' for the month of 'noviembre' in '2016'. Below these filters, there is a button labeled 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO'.

Two filter sections are visible: 'FILTRAR CONTENIDOS POR' and 'FILTRAR POR SECCIÓN'. The 'FILTRAR CONTENIDOS POR' section includes checkboxes for 'COLUMNISTAS (15)', 'VIDEOS (3)', 'IMÁGENES (1)', and 'INFOGRAFÍAS (1)'. The 'FILTRAR POR SECCIÓN' section includes checkboxes for 'INTERNACIONAL (64)', 'NEGOCIOS (7)', 'COLOMBIA (4)', and 'ANTIOQUIA (1)'. The 'FILTRAR POR SECCIÓN' section is highlighted in yellow.

The main content area displays search results for 'DONALD TRUMP (100 RESULTADOS)'. The first result is dated '14 / 11 / 2016' and has the title 'La receta económica de Trump: primero haga daño'. The article text reads: 'Donald J. Trump está posicionado para lograr la remodelación más radical de la política económica desde Ronald Reagan. Incluso bajo Reagan, los republicanos nunca controlaron a ambas cámaras del Congreso. Dado que Trump aún no ha ofrecido muchos datos específicos, yo no puedo analizar profundamente el impacto general de su plan. Pero al menos, si cumple con sus...'. The article is attributed to 'ELCOLOMBIANO.COM | COLUMNISTAS | THE NEW YORK TIMES' and is categorized as 'OPINIÓN'. The second result is also dated '14 / 11 / 2016' and has the title 'Duro mensaje'. The article text reads: 'Nunca antes unas elecciones en los Estados Unidos nos causó tanto interés, fue tanto que las tomamos como propias. Así mismo, por las posiciones y frases del presidente electo en contra de los latinos y mujeres, la mayoría de colombianos queríamos que ganara la candidata. Además, porque sería un precedente que después de un presidente negro llegara una mujer a...'. The article is attributed to 'ELCOLOMBIANO.COM | COLUMNISTAS | TALLER DE OPINIÓN' and is categorized as 'OPINIÓN'. The third result is partially visible and has the title 'Trump nombra a Betsy DeVos jefe de gabinete'.

ANEXO 3

The screenshot displays the El Colombiano website interface. At the top, there is a navigation bar with links for INICIO, ANUNCIO, CONTACTENOS, SUSCRÍBASE, CLUB INTELLECTO, CLASIFICADOS, MULTIMEDIA, IMPRESO, APPS, REGISTRARSE, and INICIA SESIÓN. Below this is a header section with the El Colombiano logo and several featured news items: TEMAS DEL DÍA, PARO CÍVICO EN URABÁ, DERRUMBE CERCA AL TÚNEL DE OCCIDENTE, SALIDA DE FRANCO ARMANI, and FEMINICIDIOS EN ANTIOQUIA. A search bar labeled 'BUSCADOR DE NOTICIAS' is also present.

The main content area features a secondary navigation bar with categories: ANTIOQUIA, COLOMBIA, INTERNACIONAL, NEGOCIOS, DEPORTES, OPINIÓN, CULTURA, TENDENCIAS, TECNOLOGÍA, and ENTRETENIMIENTO. On the left side, there is a search filter section with a 'BUSCADOR' input field, 'DESDE' (18 enero 2017) and 'HASTA' (24 enero 2017) date pickers, and a button to 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO'. Below this is a 'FILTRAR CONTENIDOS POR' section with checkboxes for COLUMNISTAS (15), IMÁGENES (3), and VIDEOS (2).

The search results for 'DONALD TRUMP (91 RESULTADOS)' are displayed in a list. The first result is dated 25 / 01 / 2017 and titled 'El sello de Trump en solo 100 horas como presidente'. The article text reads: 'Salirse del Acuerdo Transpacífico, acelerar construcción de oleoductos sin consulta previa y comenzar el fin del Obamacare fueron las primeras fichas del mandatario. ...'. The author is identified as MARIANA ESCOBAR ROLDÁN. Below the text are several tags: INTERNACIONAL, POLÍTICA INTERNACIONAL, LÍDERES DEL MUNDO, PRESIDENTE DE ESTADOS UNIDOS, NORTEAMÉRICA, ESTADOS UNIDOS, FRONTERA ESTADOS UNIDOS - MÉXICO, MÉXICO, and DONALD TRUMP. The second result is also dated 25 / 01 / 2017 and titled 'El divorcio de Trump con los latinos'. The text states: 'El presidente Donald Trump merece elogios por haber prometido en su discurso inaugural hacer que Estados Unidos sea un país próspero "para todos", pero el hecho concreto es que su gobierno tendrá el gabinete con menor diversidad racial de las últimas décadas, y no incluye a ningún hispano.'

ANEXO 4

The screenshot shows the search interface of the website 'EL TIEMPO'. At the top, there is a blue navigation bar with the logo 'EL TIEMPO' on the left and a search icon, 'SUSCRIBIRSE', and a small green icon on the right. Below the navigation bar, the search query 'Donald Trump' is entered in a light gray search bar. To the right of the search bar is a dark blue button labeled 'BUSCAR'. Below the search bar, there is a section titled 'BÚSQUEDA AVANZADA'. Under this section, there are several filters: 'Filtrar por:' followed by 'Fecha' (with a dropdown arrow), 'Sección' (with a dropdown arrow), two date range filters '16-07-17' and '16-07-23' (each with a calendar icon), and three content type filters: 'Artículos' (checked), 'Galerías', and 'Videos'. To the right of these filters is a dark blue button labeled 'FILTRAR'. Below the filters, there are two links: 'NOTICIAS DIGITALES' and 'NOTICIAS IMPRESAS'.

LO MÁS BUSCADO DEL DÍA

SALARIO MÍNIMO
EX- FARC EN LA JEP

CASO REFICAR

SEMAFORIZACIÓN

CANDIDATOS INHABILITADOS

Se encontraron 24 resultados por Donald Trump

ANEXO 5

The screenshot shows a news website interface with a search bar at the top containing 'DONALD TRUMP' and '100 RESULTADOS'. The left sidebar includes a search filter with 'DESDE' (6 noviembre 2016) and 'HASTA' (13 noviembre 2016) options, and two filter sections: 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO' and 'FILTRAR CONTENIDOS POR' (listing COLUMNISTAS (15), VIDEOS (3), IMÁGENES (1), and INFOGRAFÍAS (1)), and 'FILTRAR POR SECCIÓN' (listing INTERNACIONAL (64), NEGOCIOS (7), COLOMBIA (4), and ANTIOQUIA (1)). The main content area displays two articles from 14/11/2016. The first article, 'La receta económica de Trump: primero haga daño', features a New York Times logo and a snippet about Trump's economic plan. The second article, 'Duro mensaje', features a 'Taller de OPINIÓN' logo and a snippet about the impact of the 2016 US election on Colombians. A third article title, 'Trump nombra a Bianca Prihue jefe de gabinete', is partially visible at the bottom.

ANEXO 6

The screenshot shows the top navigation bar of the El Colombiano website. It includes links for 'INICIO', 'ANUNCIE', 'CONTACTENOS', 'SUSCRIBASE', 'CLUB INTELLECTO', and 'CLASIFICADOS'. There are also icons for 'MULTIMEDIA', 'IMPRESO', and 'APPS', along with buttons for 'REGISTRARSE' and 'INICIA SESIÓN'. Below the navigation bar, there are several featured news items: 'TEMAS DEL DÍA', 'PARO CÍVICO EN URABÁ', 'DERRUMBE CERCA AL TÚNEL DE OCCIDENTE', 'SALIDA DE FRANCO ARMANI', and 'FEMINICIDIOS EN ANTIOQUIA'. A search bar is located on the right side of the navigation bar.

The main content area is divided into two columns. The left column contains a search bar with the text 'BUSCADOR' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are filters for 'DESDE' (18 enero 2017) and 'HASTA' (24 enero 2017). A button labeled 'ORDENAR POR LO MÁS LEIDO' is also present. Below the search bar, there is a section titled 'FILTRAR CONTENIDOS POR' with three options: 'COLUMNISTAS (15)', 'IMÁGENES (3)', and 'VIDEOS (2)'. The right column displays search results for 'DONALD TRUMP (91 RESULTADOS)'. The first result is dated '25 / 01 / 2017' and has the headline 'El sello de Trump en solo 100 horas como presidente'. The text below the headline reads: 'Salirse del Acuerdo Transpacífico, acelerar construcción de oleoductos sin consulta previa y comenzar el fin del Obamacare fueron las primeras fichas del mandatario. ...'. Below the text, there are several tags: 'ELCOLOMBIANO.COM | INTERNACIONAL | MARIANA ESCOBAR ROLDÁN', 'INTERNACIONAL', 'POLÍTICA INTERNACIONAL', 'LÍDERES DEL MUNDO', 'PRESIDENTE DE ESTADOS UNIDOS', 'NORTEAMÉRICA', 'ESTADOS UNIDOS', 'FRONTERA ESTADOS UNIDOS - MÉXICO', 'MÉXICO', and 'DONALD TRUMP'. The second result is also dated '25 / 01 / 2017' and has the headline 'El divorcio de Trump con los latinos'. The text below the headline reads: 'El presidente Donald Trump merece elogios por haber prometido en su discurso inaugural hacer que Estados Unidos sea un país próspero "para todos", pero el hecho concreto es que su gobierno tendrá el gabinete con menor diversidad racial de las últimas décadas, y no incluye a ningún hispano.'

ANEXO 7

MÁS OPINIÓN ENERO 23 DE 2017

Precisión de Álvaro Uribe

Ayer fue publicada por ustedes una nota titulada 'Uribe se equivocó en un trino de 'Semana'...



COLUMNISTAS ENERO 23 DE 2017

A negociar respetando las lecciones de la historia

Ahora que Trump quiere socavar la confianza entre Estados Unidos y México, Peña Nieto debe recordar el patrimonio histórico de su país y negociar con valor, dignidad e inteligencia.



COLUMNISTAS ENERO 23 DE 2017

Las mujeres sucias de Trump

Más de tres millones de ciudadanos -en su mayoría mujeres- demostraron que la sociedad estadounidense no se dejará quitar el terreno conquistado en materia de equidad.

ANEXO 8

EL TIEMPO | ARCHIVO Q | SUSCRIBIRSE

EDITORIAL ENERO 24 DE 2017
Editorial: La pesadilla del 'Chapo'
Su extradición es una señal de que la era de los grandes capos podría estar llegando a su fin.


 **COLUMNISTAS** ENERO 24 DE 2017
Él y Trumpiland
Prefiero estar así, acurrucado, como a quien le van a asestar un golpe, esperando que Trump no cumpla promesas de campaña, tal como hacen todos los que ganan una elección.

 **COLUMNISTAS** ENERO 24 DE 2017
¿El premio Hugo Chávez para Donald Trump?
El Gobierno venezolano picó adelante concediéndole el premio a Putin, que es como pedirle una ayuda para saldar diferencias con Trump.

ANEXO 9

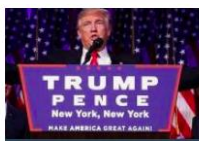
EL TIEMPO | ARCHIVO Q | SUSCRIBIRSE

 **COLUMNISTAS** NOVIEMBRE 14 DE 2016
El fenómeno Trump
Trump carece de carisma, pero lejos está de ser el anticristo, de convertirse en un dictador.

 **COLUMNISTAS** NOVIEMBRE 14 DE 2016
Trump intranquiliza al mundo
Preocupan la ignorancia abismal del presidente electo en los temas de política exterior y su aparente disposición a trastocar el orden existente.

COLUMNISTAS NOVIEMBRE 14 DE 2016
Europa, sola en el mundo de Trump
Existen cuatro razones para esperar que los Estados Unidos de Trump sean la mayor fuente única de desorden global.

ANEXO 10



EDITORIAL | NOVIEMBRE 9 DE 2016

¿Cuál es la trayectoria del nuevo presidente de Estados Unidos?

Donald Trump inició su carrera liderando un imperio inmobiliario consolidado por su padre, entre las manzanas más codiciadas de Manhattan. Consiguió la fama en el mundo de los negocios y el entretenimiento de Hollywood. Esta es la trayectoria del magnate sin experiencia en cargos públicos, que ahora llega a la presidencia de ese país.



COLUMNISTAS | NOVIEMBRE 8 DE 2016

Mentiras

Las elecciones no les dejaron a Colombia, Estados Unidos o el Reino Unido sociedades más democráticas. Cuando la verdad pierde, no puede haber más democracia.



COLUMNISTAS | NOVIEMBRE 8 DE 2016

Como en cualquier 'banana republic'

Esta campaña presidencial de Estados Unidos parecía más digna de un país subdesarrollado del tercer mundo que de la primera potencia mundial.

ANEXO 11



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 9 DE 2016

El costo internacional

Un nuevo mandato por la paz parece abrirse paso, con un profundo arraigo en la ciudadanía y una expresa solidaridad del mundo entero.



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 9 DE 2016

Jornada electoral en EE. UU.

La victoria de Donald Trump pocos la esperaban. Bien vale la pena abrirle prudente compás de espera.



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 9 DE 2016

Lo impensable: Trump, presidente

Para Cuba, Colombia y Venezuela, el golpe será directo. La política de Obama será revertida y nos pondrá en una difícil situación.

ANEXO 12

LO MÁS BUSCADO DEL DÍA

SALARIO MÍNIMO
EX- FARC EN LA JEP

CASO REFICAR

SEMAFORIZACIÓN

CANDIDATOS INHABILITADOS

Se encontraron 448 resultados por Donald Trump



COLUMNISTAS | NOVIEMBRE 10 DE 2016

Apocalipsis Trump

El temor ha invadido a ese 50 % de ciudadanos que ven en él el fin de 'Obamacare', de las visas para profesionales, y un incremento del racismo.

<http://eltiempo.com/opinion/columnistas/maria-a-garcia-de-la-torre/apocalipsis-trump-maria-antonia-garcia-de-la-torre-columna-el-tiempo-54654>

ANEXO 13



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

¿Y ahora, qué sigue?

Que Trump hubiera ganado sin la complacencia de las grandes élites de su partido da, por lo menos, la garantía de que el republicanismo no le ayudará a despelotarse, sino a serenarse.



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

¿Qué pasó y qué puede suceder?

Se olvidó que una parte muy importante de la población de EE. UU., los blancos con un bajo nivel de educación, son una mayoría que se siente excluida.



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

Año bisiesto

Las victorias de Trump o el 'No' a la paz son ejemplos que encajan en la superstición de mi padre.

ANEXO 14

EL TIEMPO

| ARCHIVO



| SUSCRIBIRSE



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

¿Enemigo del planeta?

Si Trump cumple con sus promesas, el Acuerdo de París podría convertirse en un fiasco.



COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

El partido de la rabia

Ojo con 2018: cuando la gente vota por rabia, no mira por quién sino contra quién lo hace.

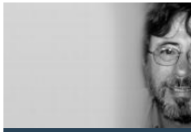


COLUMNISTAS NOVIEMBRE 13 DE 2016

¡Que paren el mundo!

En contraste con el Brexit y Trump, en Colombia están pasando cosas buenas después del No.

ANEXO 15



COLUMNISTAS AGOSTO 5 DE 2016

Mohamed Alí, un hombre con carácter

Las vidas y acciones de Bush, Clinton y Trump tienen fallas de carácter gravísimas. Pero Alí sobresale entre todos ellos como un faro en las tinieblas.



COLUMNISTAS AGOSTO 3 DE 2016

Terminator presidente

El estadounidense que apoya a Trump ha fusionado en su mente ficción y realidad, creando dos categorías de seres humanos: ellos, los ciudadanos de bien, y las peligrosísimas bestias salvajes, o sea, el resto del mundo.



COLUMNISTAS AGOSTO 3 DE 2016

Vaivenes del proselitismo político

Si las Farc van a convertirse en partido, nada habrá de escatimarseles en actividades propias de esta condición, pero previamente han debido entregar las armas a la ONU y congregarse en los sitios convenidos.

ANEXO 16

Se encontraron 198 resultados por Donald Trump



COLUMNISTAS AGOSTO 14 DE 2016

¿'Verdes' por Trump?

Entiendo la importancia de cambiar el sistema bipartidista. EE. UU. necesita una reforma electoral.



COLUMNISTAS AGOSTO 8 DE 2016

La Cuba que Obama soñó

Inevitablemente, al mundo poco le importa la lucha de Guillermo Fariñas y otros disidentes, o contrarios al régimen castrista.

BIBLIOGRAFÍA

ARUGUETE, Natalia (2011). *“Framing. La perspectiva de las noticias”*. La Trama de la Comunicación, Vol. 15, UNR Editora, pp. 67 – 80.

BANCO DE LA REPÚBLICA, Colombia (2017). *“Historia del periodismo en Colombia”*. Enciclopedia Digital del Banco de la República. Red Cultural. Disponible en: http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Historia_del_Periodismo_en_Colombia.

BARRERA, Carlos (2004) (Coordinador). *“Historia del periodismo universal”*. Editorial Ariel Comunicación. Barcelona, España. ISBN: 84-344-1300-0. 420 p.

BASTENIER, Miguel Ángel (2009). *“Cómo se escribe un periódico. El chip colonial y los diarios en América Latina”*. Fondo de Cultura Económica & Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano Gabriel García Márquez & Corporación Andina de Fomento – CAF. Bogotá, Colombia. ISBN: 978-958-38-0155-6. 345 p.

BENÍTEZ, José Antonio (2000). *“Los orígenes del periodismo en nuestra América”*. Grupo Editorial Lumen. 190 p. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?id=QUEvAAAAYAAJ&q=jos%C3%A9+benitez+periodismo&dq=jos%C3%A9+benitez+periodismo&hl=es&sa=X&v>

ed=0ahUKEwiLg76UqMrYAhVE7CYKHfGhAy4Q6AEIJjAA.

EDO, Concha (2009). *“Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros”*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 2da. Edición. Sevilla – Zamora, España. Versión digital E-book. ISBN: 978-84-96082-97-7. 189 p. Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8xV-hH2JQMUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=g%C3%A9neros+de+opini%C3%B3n+periodismo&ots=oYAWkl-h47&sig=_gfy9qgwWKwq3XQzFcmhY71HTyQ#v=onepage&q=g%C3%A9neros%20de%20opini%C3%B3n%20periodismo&f=false.

ENTMAN, Robert (1993). *“Framing toward a clarification of a fractured paradigm”*. Journal of Communication. Volumen 43. Número 3. Pp. 51 – 58.

GILARD, J (2015). *“Prólogo”* En: *Gabriel García Márquez. Textos costeños. Obra periodística 1. 1948 – 1952*. Literatura Random House. Grupo Editorial Penguin Random House. Bogotá, Colombia. ISBN: 978-958-8894-28-7. 815 p.

GIMÉNEZ, Pilar (2006). *“Una nueva visión del proceso comunicativo: la teoría del enfoque (framing)”*. Revista Comunicación y Hombre. Número 2. Pp. 55 – 66.

GOMIS, Lorenzo (1991). *“Teoría del periodismo. Cómo se forma el*

presente". Editorial Paidós Comunicación. Colección dirigida por José Manuel Pérez Tornero. Barcelona, España. ISBN (Versión impresa): 84-7509-655-7. 212 p. Disponible en: <http://mariapalacio.udem.edu.ni/wp-content/uploads/2014/11/Teoria-del-periodismo-Como-se-forma-el-presente-Lorenzo-Gomis.pdf>.

GURGUREVICH, Juan (1999). *“De periodistas a comunicadores: Crónica de una transición de nuestro siglo”*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Pp. 1 – 8. Disponible en: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/74/74-revista-dialogos-periodistas-a-comunicadores.pdf>.

HERNÁNDEZ, Alicia (2016). *“Presidencialismo y sistema político: México y los Estados Unidos”*. Fondo de Cultura Económica. Edición electrónica E-book. Ciudad de México, México. ISBN (Versión electrónica para Colombia y México): 978-607-462-981-1. 184 p. Disponible en: https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=API2DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=sistema+electoral+eeuu&ots=WC4740zbBn&sig=iCXBj5_9d_4tyOqA2peSSv5DMos&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

HUMANES, María Luisa (2001). *“El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativo en televisión”*. Revista Estudios de la Comunicación (Zer). Vol. 6. Pp. 119 – 141. Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/6072/5754>.

IGARTUA, Juan José, MUNIZ, Carlos & OTERO, José Antonio (2006).

“El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing”. Global Media Journal. Vol. 3. Número 5. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/687/68730501.pdf>.

MARÍN, Carlos (2003). *“Manual de periodismo”*. Editorial Grijalbo. Grupo Editorial Random House Mondadori. Ciudad de México, México. ISBN: 970-05-1505-8. 347 p.

MARIÑO, Miguel Vicente (2006). *“Reseña de ‘Framing: una teoría para los medios de comunicación’ de Teresa Sádaba”*. Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Communication & Society. Pamplona, España. Disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resena.php?art_id=48.

MARIÑO, & LÓPEZ-RADABÁN, (2009). *“Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España”*. Revista Estudios de la Comunicación (ZER). Vol. 14, Número 26. Pp. 13 – 34. Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/2750/2364>.

MARTÍN ALBERTOS, J (1996). *“Lo primero, aprender a informar”*. La voz de la Escuela. Madrid, España.

MARTINI, Stella (2000). *“Periodismo, noticia y noticiabilidad”*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia. ISBN (Versión impresa): 958-04-6004-3. 133 p. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dSITRGdycwsC&oi=fnd&pg=PA13&dq=periodismo&ots=XiOOV0QvS9&sig=Xh773-7AbTfTzKdh25TiCl7qxvw#v=onepage&q=periodismo&f=false>.

MICKLETWAIT, John & WOOLDRIDGE, Adrian (2006). *“Una nación conservadora. El poder de la derecha en Estados Unidos”*. Editorial Debate. Grupo Editorial Penguin Random House.

MORENO-ESPINOSA, Pastora (2007). *“Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura”*. Revista Ámbitos. Número 16. Sevilla, España. Pp. 123 – 149. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/168/16801608.pdf>.

NAVARRO, Lizy (2007). *“El editorial en la prensa mexicana”*. Revista Estudios sobre el mensaje periodístico. Número 13. Pp. 499 – 509. Disponible en: <http://www.a360grados.net/sumario.asp?id=2405>.

PENA DE OLIVEIRA, Felipe (2009). *“Teoría del periodismo”*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla – Zamora, España. ISBN (Versión digital E-book): 978-84-92860-00-5. 244 p. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?id=CRUcMrdaTXoC&printsec=frontcover&dq=luis+beltrao+periodismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjhrbazp8rYAh>

VQxCYKHUx3D9sQ6AEISTAG#v=onepage&q&f=false.

PIEDRAHITA, Manuel (2003). *“Periodismo moderno: historia, perspectivas y tendencias hacia el año 2000”*. Editorial Paraninfo. Madrid, España. 204 p.

RAMONETT, Ignacio (1998). *“La tiranía de la comunicación”*. Editorial Paidós. España, Madrid. 233 p.

RÉDMOND, René (2002). *“Historia de los Estados Unidos”*. Colección ¿Qué sé? 1ª Edición. Ciudad de México, México. ISBN (Versión impresa): 968-20-04-14-4. 132 p. Disponible en: https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=TfahlaEwhEUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=republicanos+y+dem%C3%B3cratas+usa&ots=rVfirZQQlp&sig=GH5RWMngdzPfh_WepuK7-xUO5I0#v=onepage&q&f=false.

SÁDABA, Teresa (2001). *“Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (framing)”*. Revista Comunicación y Sociedad. Vol. 24. Número 2. Pp. 143 – 175.

SÁDABA, Teresa (2006). *“Framing: una teoría para los medios de comunicación”*. Ulzama. Pamplona, España. 241 p.

SÁDABA, Teresa & RODRÍGUEZ-VIRGILI, Jordi (2012). *“propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política”*. Observatorio (OVS). Vol. 6. Número 2. Pp. 109 - 126.

SCHEUFLE, Dietram (1999). *“Framing as a theory of media effects”*. Journal of Communication. Vol. 49. Issue 1. Pp. 103 – 122.

SILVA, Laura Cristina (2007). *“El proceso de negociació del TLC entre Estados Unidos y Colombia”*. Revista Colombia Internacional. Bogotá, Colombia. Pp. 112 – 133. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/812/81206506/>.

TEJEIRO SALGUERO, Ricardo & LEÓN, Teodoro (2009). *“Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión”*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Pp. 1 – 9. Disponible en: file:///Users/hijodeputa/Downloads/Las_vinetas_de_prensa_como_expresio_n_del_periodism.pdf.

URIBE, Lina (2012). *“¿Qué es una columna de opinión?”* Entrada del Blog Lina Uribe. Disponible en: <https://sites.google.com/site/linau92/home/concepto-de-columna-de-opinion>.

VELANDIA, Juan (2015). *“Aplicación de la teoría del framing al cubrimient periodístico del conflicto armado interno, en Colombia”*. Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Bogotá, Colombia. Link disponible en: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/15454/Juan%20Camilo%20Velandia%20Alvarado%20%20%28tesis%29..pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

VIVALDI, Martín (1973). *“Géneros periodísticos”*. Editorial Paraninfo. Madrid, España. ISBN: 8428303614. 400 p.