

## “Mea culpa”: los medios después de la victoria de Trump

Prejuicios, “pensamiento mágico”, aires de superioridad... Estos son los pecados que el periodismo norteamericano ha aceptado tras la victoria del candidato republicano. Los medios hicieron una cobertura muy amplia de Trump tanto en las primarias republicanas como en la carrera hacia la Casa Blanca. No obstante, nunca creyeron *de verdad* que pudiera ganar las elecciones presidenciales y tendieron a menospreciar a sus votantes. La analista de medios del *Washington Post*, Margaret Sullivan, [asume](#) la culpa: “Aunque muchos periodistas y organizaciones periodísticas hicieron historias sobre la frustración y la privación de derechos de estos estadounidenses, no nos los tomamos suficientemente en serio” En la misma línea escribe Jim Rutenberg, columnista del *New York Times* sobre medios, cuando [dice](#): “Retrataron a los seguidores de Trump que aún creían que tenía posibilidades como fuera de la realidad. Al final, resultó que era justo contrario”.

A estos americanos -dice Rutenberg- todas las mentiras que pusieron de manifiesto los *fact-checkers* les importaban menos que “la percepción de los males nacionales que Mr. Trump señalaba y prometía arreglar”. ¿Cómo es que no se dieron cuenta los medios? ¿Cómo no detectaron la ola de indignación contra el *establishment*, que Trump pretendía capitalizar? Quizá la clave esté en que los mismos medios forman parte de la clase dirigente. Las palabras de Sullivan parece que van en esta línea: “Trump -que llamó a los periodistas escoria y corruptos- consiguió que nos ofuscásemos de tal forma que no vimos lo que teníamos delante de los ojos. Seguimos tranquilizándonos con nuestras webs de predicciones favoritas a pesar que todo el mundo sabe que los resultados de las encuestas no equivalen a votos”. “Los periodistas no cuestionaron los datos de las encuestas cuando confirmaban su intuición de que Mr. Trump no lo conseguiría ni en un millón de años”, admite Rutenberg.

La búsqueda del efecto de refuerzo -la selección de medios e informaciones que apoyan las ideas preconcebidas del ciudadano- no afecta exclusivamente a los públicos: los periodistas también están expuestos. Así, la primera realidad que se habían negado a afrontar los medios *yankees* era la suya propia: formar parte de una élite trasnochada que se cree infalible. Si la victoria de Trump consigue que los periodistas reaccionen, quizá ya habrá traído algo bueno.

[@miquel\\_urmeneta](#)

---

## Lo que los norteamericanos piensan, y lo que los medios piensan que piensan

Si uno se deja llevar por la narrativa de los principales medios de comunicación norteamericanos, parecería que la sociedad estadounidense está más desencantada que nunca con la economía del país, los efectos de la globalización y los candidatos a la presidencia. Aunque hay algo de cierto en todo esto, los datos de encuestas matizan algunas de estas ideas, y desmienten completamente otras. Un artículo de Vox [recoge 21 gráficos](#) que contradicen muchas de las “certezas” frecuentemente repetidas por los periódicos.

En cuanto al estado de la economía, los norteamericanos han recuperado su confianza después de un fuerte descenso durante los años de crisis. Actualmente, está en los niveles normales en periodos de crecimiento. Ciertamente, hay motivos para el optimismo: los ingresos del hogar medio aumentaron más de un 5% entre el 2014 y el 2015. Además, la subida fue aún más pronunciada en las familias pobres.

Tampoco parece que haya razones para declarar una epidemia de desencanto político. Solo uno de cada cuatro encuestados señala que no le gusta ninguno de los dos encuestados. En 2012, cuando se enfrentaban Obama y Romney, el porcentaje era del 11%. La proporción ha aumentado, pero sigue siendo minoritaria.

Por otro lado, la valoración que los estadounidenses hacen de la globalización no es tan mala como se suele decir, o como los candidatos creen. En la última encuesta de *Gallup* sobre la percepción del comercio exterior como algo positivo o negativo para la sociedad, la primera opción alcanzó su máximo histórico. Otra encuesta realizada en 2016, en este caso por el *Pew Research Institute*, señalaba que casi un 60% de los norteamericanos considera que la diversidad racial es algo enriquecedor, una proporción mucho mayor a la de los principales países europeos. En cambio, sí que ha aumentado considerablemente el miedo a un ataque terrorista asociado a la inmigración, a pesar de que, como demuestra otro gráfico, la probabilidad de sufrir uno es bastante menor a la de ser atropellado por un tren.

Otro dato de interés muestra que, según las encuestas, si solo votaran los hombres, Trump ganaría claramente, y si solo lo hicieran las mujeres, la victoria de Hillary sería aún más abultada. La polarización por sexo parece al menos tan importante como la socioeconómica, en la que tanto han insistido los medios.