



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**El Cuarto Poder y la investidura de Trump:
Influencia cultural e ideológica en la prensa de
Estados Unidos y España**

Marta Rivera Alonso

Tutora: María Díez Garrido

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América y
Periodismo**

Curso: 2023-24

Resumen

El Cuarto Poder, entendido como el conjunto de medios de comunicación, es un pilar fundamental en las sociedades democráticas por su capacidad de supervisar a los poderes establecidos e influir en la opinión pública.

Este estudio examina la influencia de las variables ideológicas y culturales en la cobertura mediática de un mismo acontecimiento: la toma de posesión de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos. Mediante un análisis de contenido, se comparan dos medios estadounidenses (*Fox News* y *The New York Times*) y dos españoles (*El País* y *ABC*) durante el período del 20 de enero al 5 de febrero de 2025. Los resultados buscan identificar diferencias significativas en los enfoques narrativos y el uso del lenguaje, evidenciando cómo la ideología y la cultural influyen en la neutralidad del periodismo y compromete su función de Cuarto Poder.

Palabras clave: Cuarto Poder, ideología, medios de comunicación, análisis de contenido, polarización mediática.

Abstract

The Fourth Estate, understood as the set of media, is a fundamental role of democratic societies due to its ability to oversee established powers and influence public opinion.

This study examines the influence of ideological and cultural variables on media coverage of the same event: the inauguration of Donald Trump as president of the United States. Through a content analysis, two US media (Fox News and The New York Times) and two Spanish media (El País and ABC) are compared during the period from January 20 to February 5, 2025. The results seek to identify significant differences in narrative approaches and the use of language, evidencing how ideology and culture influence the neutrality of journalism and compromise its function as a Fourth Estate.

Keywords: Fourth Estate, ideology, media, content analysis, media polarization.

Índice

1. Introducción	6
2. Objetivos e hipótesis.....	8
3. Marco Teórico.....	10
3.1 El papel del periodismo como Cuarto Poder.....	10
3.2. Variables culturales e influencia en el Cuarto Poder.....	11
3.2.1. Modelos de sistemas mediáticos	12
3.3. Variables ideológicas e influencia en el Cuarto Poder	14
3.4. La polarización y politización mediática	15
3.4.1. Estrategias mediáticas en la cobertura de Trump.....	16
4. Metodología	18
4.2. Muestra	18
4.3. Ficha de análisis	18
5. Resultados.....	22
5.1. Resultados ideológicos	22
5.2. Resultados culturales.....	25
6. Conclusiones	29
7. Bibliografía.....	32
8. Anexos.....	34

1. Introducción

El concepto del Cuarto Poder, aunque hace referencia históricamente a Edmund Burke, fue formulado en realidad por el político, periodista e historiador Thomas Babington Macaulay en el siglo XIX. Esta expresión define el papel del periodismo como un actor clave en la vigilancia de los poderes políticos y económicos, promoviendo la transparencia y fortaleciendo la democracia. (Hernando, 2004)

Sin embargo, en la actualidad, esta función del periodismo está siendo cuestionada al estar influenciado por una creciente polarización ideológica y cultural. Según Cuéllar Rivero (2024, p.185), “la fragmentación de audiencias y el auge de medios con marcada tendencia ideológica han fomentado la polarización afectiva, lo que refuerza marcos ideológicos en lugar de cuestionarlos”.

A partir de este contexto, esta investigación analiza el Cuarto Poder y su función como "perro guardián" en la actualidad, examinando en qué medida su objetivo está influenciado por factores como la cultura y la ideología. Para ello, se estudia la cobertura mediática de un evento que generó una fuerte polarización en la opinión pública internacional: la toma de posesión de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos el 20 de enero de 2025.

En el marco de los estudios de comunicación y periodismo, esta investigación examina la relación entre ideología, cultura y narrativa mediática. A través del análisis de medios estadounidenses y españoles, se busca comprobar si estos factores condicionan el papel del periodismo como Cuarto Poder. La relevancia de este estudio radica en que los medios no solo informan, sino que también interpretan y moldean la realidad, afectando directamente en la formación de la opinión pública.

La muestra seleccionada se ha definido con el objetivo de representar dos posturas ideológicas contrarias en cada país, reflejando así la polarización mediática de los últimos años. En Estados Unidos, *Fox News* y *The New York Times* representan dos posiciones opuestas: el primero, identificado como un “bastión del conservadurismo” con gran respaldo entre los republicanos, y el

segundo, una de las fuentes más consultadas por los demócratas (Anchorena, 2020, p. 21).

Por otro lado, en España también se observa un consumo mediático condicionado por la orientación ideológica. Según el estudio de Humanes (2014, p. 790), los lectores de *El País* muestran una mayor cercanía al PSOE, mientras que los de *ABC* se alinean en mayor medida con el Partido Popular. Esta afirmación refuerza la idea de que la audiencia tiende a seleccionar medios afines a sus preferencias políticas, lo que contribuye a la fragmentación del debate público.

Asimismo, en un mundo interconectado y globalizado, la información no verificada, sesgada o incompleta puede fomentar la polarización y disminuir la confianza en las democracias. Como señala Martín Guardado (2023, p.4), "este nuevo ecosistema comunicacional conduce a consolidar la polarización, el odio y la exclusión del diferente, afectando al pluralismo como valor esencial en la democracia".

En este contexto, para conseguir un periodismo más transparente y equilibrado, es fundamental el papel de los medios en la construcción de las narrativas. Es por esto que esta investigación no solo examina el papel fiscalizador de los medios, sino también su responsabilidad y su función como garantes de la democracia y formadores de opinión pública.

2. Objetivos e hipótesis

El objetivo general de este Trabajo de Fin de Grado es analizar el papel del Cuarto Poder como "perro guardián" en la cobertura mediática actual, examinando cómo las variables ideológicas y culturales influyen en la representación de un mismo hecho político: la toma de posesión de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos el 20 de enero de 2025.

A través de un análisis comparativo de medios de comunicación estadounidenses (*Fox News* y *The New York Times*) y españoles (*El País* y *ABC*), se busca comprender hasta qué punto estas variables condicionan la cobertura informativa y la responsabilidad del periodismo en la formación de la opinión pública.

Se plantean los siguientes objetivos específicos se plantean para el desarrollo de esta investigación:

- O1. Evaluar el uso de un lenguaje polarizador en la cobertura de la toma de posesión de Donald Trump entre los medios estadounidenses y españoles, durante el período comprendido entre el 20 de enero y el 5 de febrero de 2025.
- O2. Examinar cómo las variables ideológicas influyen en la construcción de las narrativas en los medios de comunicación seleccionados, evaluando en qué medida sus enfoques reflejan distintas posturas políticas.
- O3. Analizar el impacto de los factores culturales y del contexto nacional en la manera en que los medios estadounidenses y españoles abordan la investidura de Trump.
- O4. Identificar los temas principales dentro de la agenda mediática en los medios seleccionados durante el período de investidura, con el fin de determinar qué aspectos fueron más destacados y cómo varía dicha selección temática según el medio y el país.

Las hipótesis planteadas en esta investigación son las siguientes:

- H1. La cobertura de la toma de posesión de Donald Trump reflejará distintos enfoques lingüísticos en el periodismo. Mientras *The New York Times* y *El*

País priorizarán un tono neutro, *Fox News* y *ABC* podrían enfatizar la polarización.

- H2. La cobertura estará condicionada por la línea ideológica de cada medio. Mientras que los medios conservadores (*Fox News* y *ABC*) proyectarán una imagen favorable de Trump, los medios progresistas (*The New York Times* y *El País*) pondrán el foco en sus aspectos más controvertidos.
- H3. La cobertura de Estados Unidos será más intensa, detallada, patriótica y polarizada por la implicación directa en su política nacional y su papel en la formación de opinión pública de su propia sociedad, mientras que en España el enfoque estará más orientado a la política internacional y su impacto en la UE.
- H4. La cobertura mediática estará condicionada por los sistemas culturales y mediáticos de cada país. En Estados Unidos predominarán las secciones de Sociedad, Cultura, Política e Inmigración, abordando aspectos sociales, políticos y personales; mientras que en España el tratamiento será más institucional y económico, con mayor predominancia en la sección Internacional.

Las hipótesis 2, 3 y 4 se fundamentan en la teoría del *framing*, que puede definirse el proceso por el cual los medios seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los presentan de manera que influyen en la percepción de la audiencia (Entman, 1993). También se apoyan en la teoría de la *agenda-setting*, formulada por McCombs y Shaw en 1972, que formula como los medios influyen en la agenda pública al determinar qué temas son prioritarios en la sociedad e influyen en la formación de opinión pública. Además, se sustentan en el estudio *Sistemas mediáticos comparados* de Hallin y Mancini (2004), quienes demuestran que el Cuarto Poder no opera de manera homogénea, sino que su funcionamiento está condicionado por el contexto político y cultural de cada país.

3. Marco Teórico

3.1 El papel del periodismo como Cuarto Poder

El concepto de Cuarto Poder hace referencia a la influencia que los medios de comunicación tienen en la sociedad, destacando su papel en la vigilancia de los poderes políticos y económicos. Asimismo, según en el estudio anteriormente mencionado, *En qué ha quedado el cuarto poder* del autor M. Hernando (2004, p.86), a través de su capacidad transversal para informar, fiscalizar y generar opinión pública, el periodismo contribuye a la transparencia y al fortalecimiento de la democracia.

El origen de este término se remonta al siglo XIX, cuando la prensa comenzó a ser reconocida como una fuerza comparable a los tres poderes del Estado: ejecutivo, legislativo y judicial. Aunque a menudo se atribuye su autoría al político irlandés Edmund Burke, fue el historiador y periodista británico Thomas Babington Macaulay quien consolidó su significado en el ámbito político, destacando la influencia de la prensa como un contrapeso del poder (Hernando, 2004, p. 74). Sin embargo, más que un poder independiente, el periodismo ha sido definido como “un fenómeno transversal, presente en todos los ámbitos y, en ocasiones, confundido con ellos” (Hernando, 2004, p. 73).

Este concepto está relacionado con la teoría de la división de poderes de Montesquieu, quien defendía “la necesidad de distribuir el poder del Estado en esferas diferenciadas, confiando la creación de leyes a una asamblea representativa, su aplicación a una autoridad central y la interpretación jurídica a órganos especializados” (García-Pelayo, 1983, p.9). En este contexto, la prensa comenzó a influir en temas fundamentales para la sociedad como la elaboración de leyes o la supervisión del sistema judicial, lo que le otorgó un papel determinante como garante de las libertades ciudadanas y protector social ante los abusos de poder por parte del Estado.

Alexis de Tocqueville, en la obra *La democracia en América* (1835), destacó la importancia de los medios como “impulsores del debate público y la participación ciudadana”, subrayando su papel en la construcción de sociedades democráticas (Álvarez-Peralta, 2016, p. 97). Su función de “perro guardián”, al

vigilar a quienes ejercen el poder, refuerza la idea de que el periodismo no es solo un emisor de información, sino un actor fundamental en la democracia.

Sin embargo, el papel del Cuarto Poder sigue siendo tema de debate. Tal como expone Álvarez-Peralta (2016, p.99), “el poder mediático se ha concentrado [...] en un reducido número de grupos de comunicación multimedia globales que controlan la mayor parte de los flujos de información, a menudo en estrecha vinculación con otros poderes políticos y económicos”. Esta concentración, lejos de fomentar la democracia, potencia una estructura dominada por intereses económicos que limita la función fiscalizadora de los medios (Álvarez-Peralta, 2016, p. 99–100).

3.2. Variables culturales e influencia en el Cuarto Poder

El Cuarto Poder no actúa de forma independiente, sino que está relacionado con los poderes políticos y económicos, así como las estructuras sociales de cada nación. En este marco, las variables culturales tienen un papel importante en el funcionamiento del “perro guardián” al influir en la selección y relevancia de las informaciones, condicionando en la percepción ciudadana y su pensamiento crítico. Como señala Vaquerizo Domínguez (2020, p.48), “los medios contribuyen a mantener un determinado orden social y político al reflejar los modelos culturales e ideológicos dominantes de la sociedad en la que operan, su vínculo con la élite de poder condiciona profundamente su discurso y agenda mediática”.

En el contexto de la globalización mediática, estas dinámicas se potencian debido a la concentración del poder informativo en un reducido número de conglomerados transnacionales (Martín Guardado, 2023, p. 11). Este fenómeno ha favorecido una homogeneización cultural en el discurso mediático, donde, según Vaquerizo Domínguez (2020, p.49), “las narrativas dominantes tienden a alinearse con los intereses económicos y estratégicos de las élites que controlan dichos conglomerados”. No obstante, cada país tiene una cultura y unas estructuras sociopolíticas características que condicionan y configuran su sistema mediático, lo que da lugar a modelos diferenciados.

3.2.1. Modelos de sistemas mediáticos

Los modelos de sistemas mediáticos propuestos por Hallin y Mancini (2004) han sido una referencia clave en este estudio y en la investigación de la relación entre medios de comunicación y las particularidades de cada país. Esto se debe al análisis comparativo que presenta su investigación, permitiendo establecer este marco teórico y la identificación de distintos modelos mediáticos y su vínculo con la sociedad.

Asimismo, investigaciones posteriores han tomado como referencia estas teorías, adaptándolas a diferentes contextos geográficos y temporales para comprender mejor el periodismo y su evolución en el ámbito internacional (Rodríguez Arechavaleta, 2014, p.198). Esto ha ocurrido, según el mismo autor, porque los medios han experimentado una transformación debida, entre otros factores, al impacto de la globalización, la privatización y la expansión tecnológica, “lo que ha favorecido la lógica mediática por encima de la lógica política tradicional” (Rodríguez Arechavaleta, 2014, p. 197).

Por ello, este estudio parte del marco teórico de Hallin y Mancini (2004), pero lo complementa con investigaciones recientes que permiten adaptar su aplicación a la actualidad mediática, como los trabajos de Vaquerizo Domínguez (2020), que analiza los flujos culturales y mediáticos desde una perspectiva crítica, o el de Cicchini et al. (2021), que examina la fragmentación de la agenda mediática y la polarización en plataformas como Twitter, actual X.

En este sentido, Hallin y Mancini (2004) identificaron tres modelos de sistemas mediáticos: el modelo liberal, el modelo pluralista polarizado y el modelo democrático corporativo. Cada uno de ellos refleja diferencias en la relación entre medios, Estado y sociedad.

No obstante, esta investigación se centrará en el modelo liberal y el modelo pluralista polarizado, ya que son los que mejor representan los sistemas mediáticos de los países analizados: Estados Unidos y España.

Modelo liberal y globalización mediática

El modelo liberal, predominante en países como Estados Unidos y Canadá, se caracteriza, según el estudio anteriormente mencionado, por la independencia

de los medios respecto al Estado y por un fuerte enfoque en las dinámicas del mercado. En este sistema, los medios suelen evitar estar vinculados de forma directa con partidos políticos y funcionan como empresas privadas que compiten entre sí. Esta estructura ha favorecido la concentración mediática por parte de grandes conglomerados, lo que ha limitado la pluralidad informativa y el pensamiento crítico

Además, este modelo se ha transformado en las últimas década debido a la globalización mediática, lo que ha facilitado una expansión de estas empresas a nivel internacional. Como explica Vaquerizo Domínguez (2020, p. 45), sus contenidos no solo dominan el mercado nacional, sino que también ejercen influencia a escala global. La autora explica que el sistema mediático ha evolucionado hacia “una concentración cada vez más evidente, integrada en la lógica de mercado capitalista” (Vaquerizo Domínguez, 2020, p. 50).

A ello se añade el impacto de las redes sociales, que han reforzado la fragmentación del consumo mediático. Tal como señalan Cicchini et al. (2021, p. 16), la afinidad ideológica de los usuarios condiciona el intercambio de información en estas plataformas, potenciando la formación de comunidades polarizadas y reduciendo notablemente la pluralidad informativa.

Modelo pluralista polarizado y características

Según Hallin y Mancini (2004), el modelo pluralista polarizado, característico de países del sur de Europa como España, Italia o Grecia, se define por una politización de los medios. En este sistema, la prensa no solo informa, sino que también actúa como un actor político.

Como apunta Hall (1972), citado por Vaquerizo Domínguez (2020, p. 49), “la autoridad última para programar los medios deriva del Estado y, en última instancia, es el Estado de quien son responsabilidad”. Esta influencia puede facilitar que los medios se conviertan en herramientas para reforzar determinados discursos.

Además, al igual que en el modelo liberal, la digitalización y el uso de redes sociales han modificado la forma de consumir información. Según Cicchini et al.

(2021, p.1,20), el consumo de noticias en estas plataformas refuerza las divisiones de la sociedad y contribuye a una fragmentación de la agenda mediática.

3.3. Variables ideológicas e influencia en el Cuarto Poder

Las variables ideológicas desempeñan un papel clave en la configuración del Cuarto Poder, influyendo directamente en la selección y la interpretación de la información por parte de los medios de comunicación. Este hecho no solo afecta a la percepción de la realidad por parte de la audiencia, sino que también condiciona su confianza en los medios (Masip et al. 2020). Como resultado, se refuerza la polarización mediática debido a que la elección del medio suele estar determinada por la ideología del consumidor, limitando su pensamiento crítico. Según señala Vaquerizo Domínguez (2020, p. 48), “los medios de comunicación, lejos de ser actores neutrales, reflejan el modelo cultural e ideológico dominante de las sociedades a las que pertenecen, actuando como herramientas al servicio de una determinada estructura de poder”.

En este contexto, los medios con una orientación política definida seleccionan que noticias cubrir y enmarcan la información de estas conforme a su línea editorial, generando discursos que refuerzan su posicionamiento ideológico (García y Clemente, 2010, p.270).

En el caso español, esta dinámica ha consolidado un sistema mediático pluralista polarizado, en el que los ciudadanos perciben a los medios como actores con un claro sesgo ideológico (Masip et al., 2020, p.3).

Según el anterior estudio de Masip et al. (2020, p. 10), esta percepción se intensifica hasta el punto de que, según los autores, parte de la ciudadanía no reconoce como periodismo a los medios ideológicamente contrarios, lo cual contribuye a una desconfianza generalizada.

3.4. La polarización y politización mediática

Una de las principales consecuencias de esta politización en los medios es la polarización mediática. Según el estudio *Posicionamientos ideológicos, agenda mediática y blogosfera* de García y Clemente (2010), los medios no solo reflejan las divisiones ideológicas de la sociedad, sino que también las refuerzan a través de su línea editorial, el enfoque y selección informativa, influyendo en la percepción de la realidad por parte de la sociedad y reafirmando sus ideologías.

El caso de España: ideologización de la información

En España, el sistema mediático también está dividido por la ideología. Diarios como *El País* y *ABC* representan posturas políticas opuestas. Según el estudio de Humanes (2014, p. 790), *El País* se asocia con una ideología progresista, mientras que *ABC* mantiene una orientación conservadora y monárquica. Esta diferencia se puede observar en la selección de noticias o el lenguaje empleado.

El estudio de Guerrero-Solé (2022) afirma que en los periódicos no solo se expresa la ideología del medio en las secciones de opinión, sino también en la selección de noticias, el diseño de portadas y la redacción de titulares. En este mismo estudio, el autor analiza la interacción de los usuarios en Twitter, ahora X, con medios de comunicación españoles y confirma que *El País* es identificado como “un medio cercano al PSOE”, mientras que *ABC* está alineado con el Partido Popular y Vox. Esto refuerza la idea de que el enfoque periodístico en España tiende a limitar la pluralidad informativa al presentar una perspectiva sesgada por la ideología y el partido político.

El caso de Estados Unidos: polarización y desconfianza mediática

El sistema mediático estadounidense, por su parte, está dividido entre medios conservadores, como *Fox News*, y liberales, como *The New York Times* y *CNN*. Esta división ha generado un ecosistema en el que los ciudadanos consumen información alineada con su ideología, reforzándolas y reduciendo su exposición a perspectivas opuestas. Un estudio del *Pew Research Center* (2020) reveló que el 65 % de los republicanos confía en *Fox News*, mientras que los demócratas prefieren fuentes como *CNN* y *The New York Times*.

Durante la presidencia de Donald Trump (2017-2021), esta polarización en el país aumentó significativamente. En numerosas ocasiones, el presidente Donald

Trump utilizó el término *fake news* para desacreditar a medios de la oposición que eran críticos con su gestión, como *CNN* y *The New York Times*, fomentando la desconfianza y favorecieron la división.

El regreso de Trump a la Casa Blanca en 2025 reforzó aún más esta situación de polarización. Su reelección no solo confirmó la influencia del *Trumpismo*, “caracterizado por su retórica populista, el rechazo al grupo de poder y una fuerte presencia en redes sociales” (RTVE, 2024), sino que también intensificó la diferencia entre los medios conservadores y liberales.

La investidura de Trump fue seguida por aproximadamente 24,6 millones de espectadores, una cifra inferior a los 31 millones en 2017 y los 33,8 millones en 2021 (El HuffPost, 2025). Mientras *Fox News* registró un aumento en su audiencia, consolidándose como el medio de preferencia para los seguidores de Trump, los medios liberales experimentaron una disminución en comparación con investiduras anteriores.

3.4.1. Estrategias mediáticas en la cobertura de Trump

Los enfoques narrativos en la cobertura de Trump han estado influenciados por estrategias mediáticas como el *framing*, la propagación de *fake news* y la selección de temas dentro del *agenda setting*.

- **Framing.** Según Entman (1993), el *framing* es el proceso por el cual los medios influyen en la percepción de la audiencia al seleccionar la perspectiva con la que presentan ciertos aspectos de la realidad. En este caso, la investidura de Trump fue enmarcada de manera distinta según la ideológica del medio: mientras que *Fox News* lo presentó como un "retorno del liderazgo", *The New York Times* lo retrató como “un peligro para la democracia”.
- **Fake News.** Trump ha utilizado el término *fake news* para deslegitimar a los medios que critican su gestión (Elías, 2022). Esta estrategia refuerza la desconfianza en la prensa tradicional y promueve fuentes de información alternativas, algunas de las cuales reproducían desinformación.

- **Agenda Setting.** La teoría de la *agenda setting*, formulada por McCombs y Shaw (1972), enuncia que los medios determinan no qué pensar, sino en qué pensar.

En este contexto, la cobertura mediática de la investidura de Trump en 2025 se convierte en un caso que ejemplifica la polarización mediática en Estados Unidos y su impacto en la percepción pública.

4. Metodología

Este trabajo adopta un enfoque cuantitativo basado en el análisis de contenido, con el objetivo de observar y comparar cómo influyen la ideología y la cultura en el tratamiento informativo de la investidura de Donald Trump en 2025 por parte de diferentes medios de comunicación. Este método permite identificar cómo el Cuarto Poder determina la percepción pública de un acontecimiento político internacional siendo influenciado por estas variables.

4.2. Muestra

La muestra está compuesta por un total de 108 noticias publicadas, 27 por medio, entre el 20 de enero y el 5 de febrero de 2025, periodo que abarca los primeros quince días tras la toma de posesión de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos. Este extracto temporal se ha seleccionado por su alta relevancia informativa, ya que concentra tanto el acto de investidura como las primeras decisiones presidenciales y sus reacciones políticas y sociales.

Se han analizado noticias de cuatro medios: dos estadounidenses (*Fox News* y *The New York Times*) y dos españoles (*ABC* y *El País*). La selección responde a un criterio de contraste ideológico y cultural. En ambos países, se escogieron un medio de orientación conservadora (*Fox News* y *ABC*) y otro progresista (*The New York Times* y *El País*), con el objetivo de identificar cómo la ideología de cada medio influye en la construcción informativa.

Las noticias fueron seleccionadas mediante una búsqueda por la palabra clave “Trump” en los sitios web oficiales de cada medio. Se excluyeron las columnas de opinión y los editoriales, con el fin de centrarse en las piezas informativas aparentemente objetivas y analizar si existe sesgos en ese tipo de contenidos.

4.3. Ficha de análisis

Para realizar el análisis de contenido de las piezas informativas seleccionadas, se elaboró una ficha específica que permitiera recoger los elementos más relevantes del discurso periodístico. Esta ficha fue diseñada expresamente para el estudio, con el objetivo de facilitar la comparación entre medios y detectar patrones en el tratamiento informativo sobre la toma de sucesión de Donald

Trump. A continuación, se explican las variables analizadas siguiendo el orden en el que aparecen en la ficha, que está disponible en los anexos de este TFG:

1. Datos de identificación

Se recogieron los datos básicos de cada noticia: nombre del medio, autor/a, fecha de publicación, país de origen y titular. Esta información permite contextualizar la pieza periodística en su marco mediático.

2. Uso del lenguaje

Se examinó el lenguaje utilizado para describir al presidente o sus políticas, clasificando tanto valoraciones como adjetivos positivos y negativos para observar posibles sesgos ideológicos. Esta diferencia se utilizaría para medir el grado de neutralidad utilizado en cada medio.

4. Fuentes informativas

Las fuentes citadas en cada noticia se clasificaron en:

- Gobierno (favorables al presidente estadounidense).
- Oposición.
- Ciudadanas.
- Expertas.

Esta clasificación permitió observar la pluralidad de las fuentes empleadas con diferentes objetivos como las ciudadanas, reflejando preocupación o conexión con la realidad social, mientras que las expertas aportan profundidad y contexto técnico.

5. Citas textuales y datos numéricos

Se contabilizó la cantidad de citas directas y datos numéricos (procedentes de fuentes oficiales o estudios), para evaluar el nivel de soporte en las afirmaciones.

6. Tipo de titular

Se analizó si el titular era informativo o si incluía interpretaciones, lo que podía evidenciar un sesgo ideológico.

7. Sección

Se registró la sección del medio en la que fue publicada la noticia (Política, Internacional, Sociedad, Economía, etc.). Esto permite identificar qué temas se priorizan en función del país de origen del medio.

8. Perspectiva

Se identificó el enfoque territorial dominante: nacional, internacional o europeo. Esta variable sirve para detectar la mirada predominante desde la que se aborda la información.

9. Problemáticas destacadas

Se identificaron y clasificaron las principales controvertidas tratadas en las noticias, organizadas en las siguientes categorías:

- **Problemas económicos:** referencias a consecuencias financieras, aranceles o crisis.
- **Conflictos políticos:** disputas partidistas, desacuerdos institucionales, controversias en el Gobierno.
- **Aspectos sociales:** protestas, deportaciones o consecuencias para minorías.
- **Escándalos o polémicas:** tratamiento de hechos sensacionalistas o controvertidos en referencia al presidente estadounidense.

10. Apelación al patriotismo: discursos identitarios o referencias emocionales para evidenciar la intensidad de la información y su influencia en la polarización.

Todas las variables fueron establecidas y analizadas mediante una lectura directa de todas las muestras seleccionadas y una clasificación manual, apoyadas en una tabla de categorías previamente definida.

Además, para el tratamiento cuantitativo de los datos obtenidos a partir de la ficha de análisis, se utilizó Microsoft Excel como herramienta de procesamiento. Se crearon hojas de cálculo individuales para cada medio analizado y generales de cada variable, donde se introdujeron los resultados manualmente.

Posteriormente, se aplicaron fórmulas básicas para obtener porcentajes que pudieran comparar los resultados que se presentan a continuación.

5. Resultados

Tras el análisis de las noticias seleccionadas de los medios *Fox News*, *The New York Times* y *El País* durante la toma de posesión del presidente estadounidense se recopilaron unos datos que pretenden averiguar el funcionamiento del Cuarto Poder ante las variables expuestas.

5.1. Resultados ideológicos

En cuanto al enfoque ideológico de la cobertura en la investidura de Donald Trump, se observaron diferencias significativas entre los cuatro medios analizados. En primer lugar, al analizar las expresiones valorativas y adjetivos se aprecia que *Fox News* presenta un tratamiento marcadamente positivo: el 87 % de sus expresiones fueron positivas, y el 86 % de los adjetivos utilizados tuvieron una connotación favorable hacia el presidente. En contraste, *El País* y *The New York Times* mostraron una orientación claramente negativa, con un 79 % y un 75 % de expresiones negativas respectivamente. Por ejemplo, *El País* tituló una de sus noticias: “*Trump lanza un aviso a América Latina al obligar a Colombia a aceptar a sus migrantes deportados*” (El País, 27/01/2025), lo que evidencia una carga valorativa negativa desde el propio encabezado.

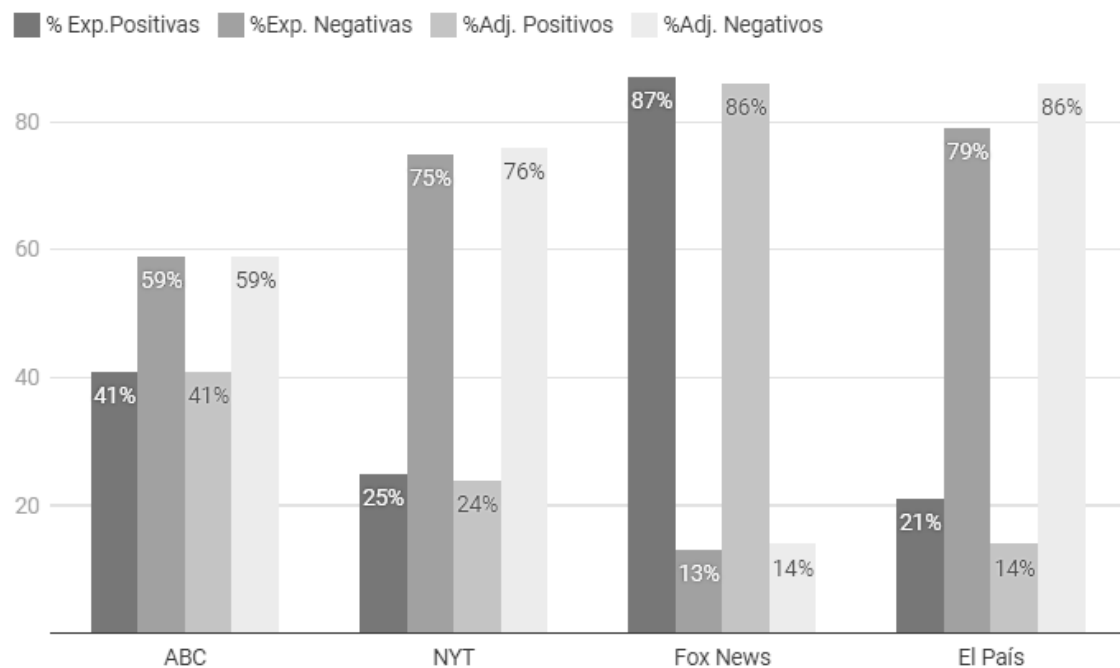
Figura 1. Captura de pantalla de la noticia " *Trump lanza un aviso a América Latina al obligar a Colombia a aceptar a sus migrantes deportados* ", publicada el 27 de enero de 2025



Fuente: El País (2025)

Por otro lado, *ABC* se situó en una posición intermedia, con un 59 % de expresiones negativas y un 41 % de positivas.

Gráfico 1: *Porcentajes de expresiones y adjetivos con carga positiva o negativa por medio*



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, al analizar la imparcialidad de las fuentes empleadas, se observó una mayor presencia de fuentes del Ejecutivo estadounidense en todos los medios, especialmente en *Fox News*, con un 58 %; y en *ABC*, con un 51 %.

Sin embargo, *El País* y *The New York Times* mostraron más equilibrio entre fuentes del gobierno y de la oposición. En el caso del medio liberal estadounidense otorgó más espacio a fuentes de la oposición, con un 35 %, que a las gubernamentales, con un 30 %, lo que podría traducirse como una búsqueda de pluralidad o, en su defecto, una orientación crítica hacia el ejecutivo.

Tabla 1: Porcentaje de fuentes según tipo

Imparcialidad de fuentes	ABC	NYT	Fox News	El País
F.Gobiernos	51	30	58	49
F.Oposición	21	35	21	21
F. Expertos	10	28	13	21
F.Ciudadanas	17	7	8	10

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la utilización de datos y citas textuales, los cuatro medios utilizaron mucho este recurso, aunque con algunas diferencias. *El País* fue el que más citas incluyó, con 178; seguido por *The New York Times* con 164. Esta tendencia puede observarse en noticias como la publicada el 25 de enero, donde se citan de forma directa varios fragmentos del discurso de la directora de políticas del Consejo Estadounidense de Inmigración, Nayna Gupta, contra las normativas migratorias de Trump.

Figura 2. Captura de pantalla de la noticia “Trump quiere promover la supremacía blanca y atemorizarnos”, publicada el 25 de enero de 2025 en *El País*.

DONALD TRUMP >

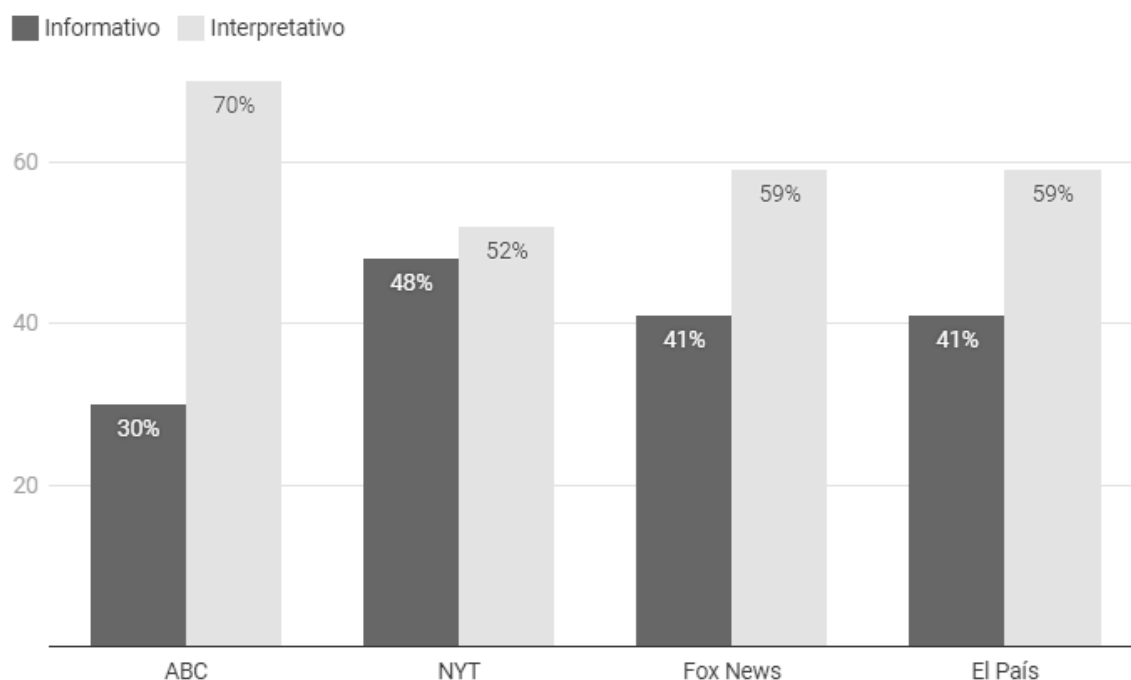
“Trump quiere promover la supremacía blanca y atemorizarnos”

Fuente: El País (2025)

A este le sigue Fox News, con 151. No obstante, la proporción de citas y datos con respecto al total del texto fue similar en todos los casos, entre el 26 % y el 32 %, lo que sugiere una estrategia de validación en el discurso a través de estas herramientas.

En relación con la naturaleza de los titulares, los medios estadounidenses utilizaron titulares más interpretativos que informativos. En el caso de *ABC* y *El País*, el 70 % y el 59 % de los titulares respectivamente fueron interpretativos. Estos resultados demuestran una cobertura donde predomina la valoración sobre objetividad.

Gráfico 2: *Tipología de los titulares por medio*



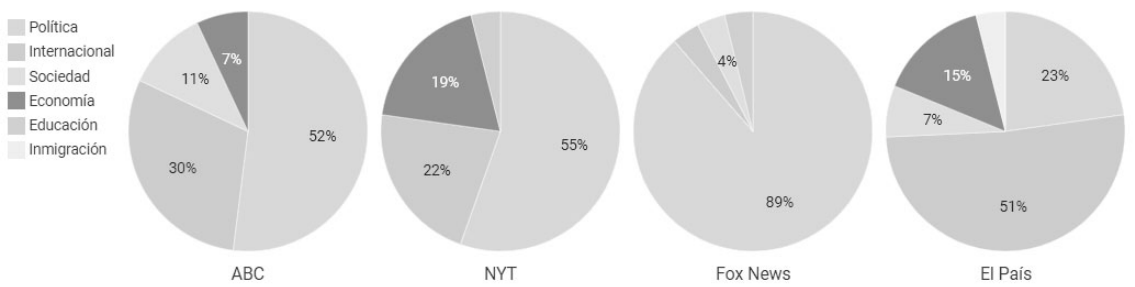
Fuente: Elaboración propia

5.2. Resultados culturales

Desde una perspectiva cultural, también se identificaron patrones diferenciados entre los medios. En cuanto a las secciones en las que se ubicó la información sobre la investidura, *Fox News* posicionó el 89 % de sus contenidos en la sección de Política, mientras que *El País* diversificó esta categorización, destacando la sección Internacional, con un 51 %, y Política, con un 23 %.

En el caso de *The New York Times* se combinó Política, con un 55 %, Internacional, con un 22 %, y Economía, con un 19 %. *ABC* presentó un perfil mixto, con un 52 % de piezas en Política y un 30 % en Internacional.

Gráfico 3: *Distribución de las noticias por sección temática*



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la perspectiva geográfica desde la que se abordó la sucesión, *Fox News* adoptó en un 70 % de los casos una mirada nacional, mientras que los otros tres medios priorizaron una visión internacional: *El País*, con un 81 %; *ABC*, con un 89 % y *The New York Times* con un 59 %. Destaca el poco porcentaje que alcanzó la perspectiva europea de los medios españoles, llegando a penas al 10%.

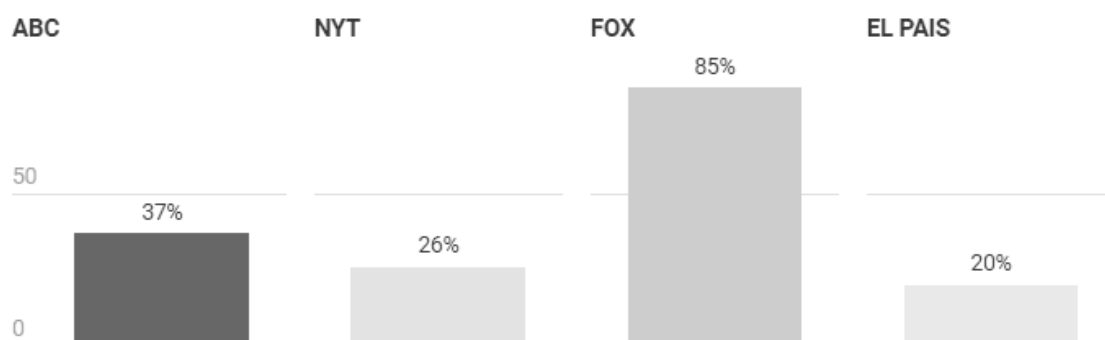
Gráfico 4: *Perspectiva predominante en la cobertura por medio*



Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto cultural relevante fue el grado de apelación al patriotismo que se identificaba en cada medio. *Fox News* recurrió a este recurso en el 85 % de los textos analizados, mientras que *El País*, con un 20 %, y *The New York Times*, con un 26 %, lo hicieron con menor medida. *ABC*, por su parte, lo utilizó en un 37 % de los casos.

Gráfico 5: *Apelaciones al patriotismo por medio*



Fuente: Elaboración propia

Por último, en cuanto a los temas mencionados con mayor frecuencia, los cuatro medios coincidieron en priorizar los conflictos políticos, con porcentajes entre el 39 % y el 44 %, y los aspectos sociales, entre el 30 % y el 38 %. Sin embargo, *Fox News* dedicó algo menos espacio a los problemas económicos, con un 22 %, en comparación con el resto.

Un ejemplo de esta cobertura puede encontrarse en una de sus coberturas, donde se afirma: *"Trump also claimed that the U.S. subsidizes Canada "by the tune of about \$200 billion a year".* (Trump también afirmó que Estados Unidos subsidia a Canadá "por una cifra de aproximadamente 200.000 millones de dólares al año")

Figura 3. *Captura de pantalla del fragmento de noticia Trump defends tariffs, accuses Canada of being 'very abusive of the United States', publicada el 2 de febrero de 2025*

"Canada has been very abusive of the United States for many years. They don't allow our banks," Trump claimed. "And you know that Canada does not allow banks to go in, if you think about it. That's pretty amazing. If we have a U.S. bank, they don't allow them to go in."

"Canada has been very tough for oil on energy. They don't allow our farm products in, essentially. They don't allow a lot of things in. And we allow everything to come in as being a one-way street."

Trump also claimed that the U.S. subsidizes Canada "by the tune of about \$200 billion a year."

Fuente: (Fox, 2025)

Asimismo, la presencia de escándalos fue muy elevada en todos los medios, destacando *The New York Times*, en el que en todas sus informaciones se reflejaba este tema.

6. Conclusiones

Tras el análisis comparado de las noticias publicadas de los medios elegidos en torno a la investidura de Donald Trump, se han obtenido una serie de resultados que permiten extraer conclusiones sobre el papel de los medios como Cuarto Poder. A partir de la comprobación de las hipótesis planteadas anteriormente se exponen las siguientes conclusiones:

En la primera hipótesis de este TFG se sugería que *El País* y *The New York Times* tendrían un tono más neutro frente a una cobertura más polarizada por parte de *Fox News* y *ABC*. Sin embargo, los resultados indican que *El País* y *The New York Times* utilizaron, en su mayoría, un lenguaje notablemente negativo hacia el presidente estadounidense, lo que contradice la idea inicial de neutralidad en los medios considerados progresistas. En contraste, *Fox News* mostró un enfoque claramente positivo hacia Trump, mientras que *ABC* fue el único medio que utilizó un uso del lenguaje más equilibrado. Esta hipótesis no se confirma, evidenciando que la neutralidad es una característica con la que es difícil definir a los medios actuales y no siempre coincide con la línea ideológica atribuida socialmente.

La segunda hipótesis planteaba que los medios conservadores reforzarían, siguiendo su ideología, una imagen favorable del presidente utilizando herramientas como las citas para sustentar su discurso, mientras que los progresistas adoptarían un enfoque más crítico y argumentado mediante datos y diversas fuentes. Esta hipótesis se confirma: *Fox News* se apoya de forma considerable en fuentes que apoyan al presidente estadounidense y utiliza un lenguaje positivo, mientras que *El País* y *The New York Times* incorporan una mayor pluralidad de datos y fuentes, especialmente expertas y de la oposición al presidente estadounidense. Por su parte, *ABC* mantiene un enfoque más moderado, aunque con una connotación positiva hacia Trump, tanto en las fuentes como en la argumentación.

La tercera hipótesis afirmaba que los medios estadounidenses tendrían una cobertura centrada en el ámbito nacional, con una mayor apelación patriótica, mientras que los medios españoles adoptarían una perspectiva más internacional y europea debido a las influencias políticas y económicas. Los

resultados confirman parcialmente esta idea. En el caso de *Fox News* se observa una clara apelación al patriotismo y una perspectiva completamente nacional. En cambio, *El País* y *ABC* priorizan el enfoque internacional, aunque con un bajo porcentaje de enfoque europeo, siendo sorprendente ante las relaciones internacionales de los estados miembros. Además, *ABC* también incorpora una carga patriótica notable, algo que en la hipótesis planteada no se esperaba de un medio español. Esta elección de perspectiva por parte de los medios españoles refleja la influencia de la globalización mediática actual en el tratamiento de la información.

La cuarta hipótesis proponía que la selección temática de los medios estaría condicionada por la cultura del país. En este marco, se planteaba que los medios estadounidenses abordarían la investidura desde secciones como Sociedad o Política, mientras que los españoles priorizarían Economía e Internacional. Esta hipótesis también se confirma solo parcialmente. Aunque *Fox News* y *The New York Times* presentan una elección predominante en la sección Política, lo mismo ocurre con *ABC*, lo cual contradice la hipótesis de un enfoque español más preocupado con las consecuencias en las relaciones internacionales o los cambios económicos debido a este cambio político. Además, las temáticas sociales no son especialmente predominantes en los medios estadounidenses, e incluso, aparecen en algunos casos con mayor frecuencia en los españoles. Esto demuestra que las selecciones temáticas no responden de forma lógica los intereses nacionales, sino que existen hibridaciones y excepciones debido a una globalización predominante.

Más allá del análisis comparativo y de la comprobación de las hipótesis, este estudio busca la reflexión sobre el papel del periodismo como Cuarto Poder.

Los resultados muestran que la cobertura informativa no es un reflejo de la realidad, sino una representación influenciada por variables ideológicas y culturales. A pesar de su función como narradores objetivos de la actualidad, los periodistas redactan discursos que condicionan la percepción social y, por tanto, la opinión pública.

En este sentido, el periodismo, como Cuarto Poder, tiene un papel fundamental en las democracias y tiene el deber de garantizar una información plural y

objetiva a la sociedad. Sin embargo, cuando la polarización y la ideología se mantienen, la confianza en los medios disminuye y la sociedad se fragmenta.

Por tanto, este TFG invita a pensar en el complicado papel que tienen los periodistas, no solo como Cuarto Poder, sino como actores con responsabilidad ética y social que forman el pensamiento crítico de la sociedad.

Como adelantaba en su obra *En qué ha quedado el cuarto poder* el autor M. Hernando (2004, p.87), “la inmensa mayoría volveríamos a ser periodistas si volviéramos a nacer. Porque nos gusta escribir y nos gusta influir en la sociedad. Esperemos que para bien”.

7. Bibliografía

Alcalá, M. (2013). Impacto de la concentración mediática en el pluralismo informativo. *Revista Nueva Época*, (15), 64-76.

Álvarez-Peralta, M. (2016). Informar sobre el informador. Crítica de la conceptualización del sistema mediático desde el modelo del 'Cuarto Poder'. *Perspectivas de la Comunicación*, 9(2), 93-109.

Anchorena, J. (2020). Medios de comunicación y la era Trump: Polarización y desinformación en Estados Unidos. *Comunicación y Política*, 10(2), 15-30.

BBC News Mundo. (2024). Trump vs. Kamala: sigue en vivo con mapas interactivos los resultados de las elecciones de Estados Unidos. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/articles/czr7lpk2rl1o>

Cicchini, T., del Pozo, S. M., Tagliazucchi, E., y Balenzuela, P. (2021). News-sharing on Twitter reveals emergent fragmentation of media agenda and persistent polarization. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2112.09763>

Cuéllar Rivero, R. (2024). El papel de los medios de comunicación en contextos de polarización afectiva: Una revisión sistemática de la literatura. *Revista Española de Ciencia Política*, (64), 179-201. <https://doi.org/10.21308/recp.64.07>

Elías, C. (2022). *Fake news: La nueva realidad de la posverdad*. Editorial X.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

García, M., y Clemente, J. (2010). Posicionamientos ideológicos, agenda mediática y blogosfera: El debate sobre la guerra de Irak en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 255-278.

García-Pelayo, M. (1983). La división de poderes y su control jurisdiccional. *Revista de Derecho Político*, 18-19, 8-16.

Guerrero-Solé, F. (2022). La ideología de los medios. Medición de la inclinación política de los medios de comunicación españoles a través de las interacciones de los usuarios de Twitter. *Communication & Society*, 35(1), 29-43. <https://doi.org/10.15581/003.35.1.29-43>

Masip, P., Suau, J., y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la Información*, 29(5), e290527. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>

Hernando, B. M. (2004). En qué ha quedado el cuarto poder. *Cuadernos de Periodistas*, (1), 73-87.

Humanes, M. L. (2014, septiembre). Exposición selectiva y partidismo de las audiencias en España. El consumo de información política durante las campañas electorales de 2008 y 2011. *Palabra Clave*, 17(3), 773-802. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.3.9>

Martín Guardado, S. (2022). Desinformación, odio y polarización en el entorno digital: segregación de la esfera pública y efectos sobre la democracia. *Estudios En Derecho a La Información*, 1(15), 3–30. <https://doi.org/10.22201/ijj.25940082e.2023.15.17469>

Masip, P., Suau, J., y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la Información*

Pew Research Center (2020). *U.S. Media Polarization and the 2020 Election: A Nation Divided*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/>

Rodríguez Arechavaleta, C. M. (2014). Sistemas mediáticos comparados. Clasificación comparada del nexo medios y política en Hallin y Mancini. *Espacios Públicos*, 17(39), 191-198.

RTVE (2024). La guerra del Trumpismo contra los medios. <https://www.rtve.es/noticias/>

Vaquerizo Domínguez, E. (2020). Medios de comunicación y flujos culturales internacionales: la vigencia actual del informe McBride. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 51, 43–62. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.51.43-62>

8. Anexos

Modelo de ficha de análisis:

ANÁLISIS DE NOTICIAS		
Medio		
Autor/a		
Fecha de publicación		
Titular de la noticia		
Ubicación del medio		
<i>Campo / Variable</i>	<i>Valor observado</i>	<i>Fragmento textual / Ejemplo</i>
Expresiones positivas respecto al gobierno de Trump		
Expresiones negativas respecto al gobierno de Trump		
Adjetivos negativos respecto al gobierno de Trump		
Adjetivos positivos respecto al gobierno de Trump		
Fuentes de la Oposición		
Fuentes Expertas		
Fuentes Ciudadanas		
Fuentes del Gobierno		
Cantidad de datos numéricos		
Cantidad de citas textuales		
Tipo de titular		
Sección		
Perspectiva		
Menciones a problemas económicos		
Menciones a conflictos políticos		
Menciones a aspectos sociales		
Menciones a escándalos / polémicas		
Apelación al patriotismo		