

**OCCUPY**.COM

**LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN  
ESTÁN AYUDANDO E  
INCITANDO AL  
ASCENSO DE DONALD  
TRUMP TAL COMO LO  
HICIERON CON HITLER**

**JUEVES, 15/02/2024 - POR CARL GIBSON**



**El líder nazi Adolf Hitler llegó al poder no sólo capitalizando la ira de una nación devastada por la Primera Guerra Mundial y el Tratado de Versalles, sino con la ayuda de una clase mediática ansiosa por sacar provecho de la humanización y normalización de un asesino en masa fascista.**

**Si bien la historia de los próximos cuatro años aún no se ha escrito, el expresidente Donald Trump también está explotando a unos medios de comunicación cómplices y ávidos de ratings y clics para navegar hacia un segundo mandato. Al igual que Hitler, Trump tiene un dominio único de la propaganda, una presencia pública cautivadora y sabe cómo transmitir narrativas beneficiosas para él y perjudiciales para sus enemigos.**

**El momento político actual es similar en muchos aspectos a las condiciones que condujeron al régimen de Hitler y se pueden aprender lecciones de los años que precedieron a la Segunda Guerra Mundial. Pero si el patrón actual de elecciones editoriales de los medios de circunvalación en torno a Trump permanece sin cambios, el expresidente bien podría ganar otro mandato y causar estragos indecibles en la democracia, el Estado de derecho, las poblaciones marginadas y en la propia institución del periodismo.**



# **CÓMO LA COBERTURA MEDIÁTICA DEL SOFTBOL ELEVÓ A HITLER**

**En la década de 1930, los medios de comunicación occidentales se inclinaron hacia el género relativamente nuevo del periodismo de celebridades, buscando brindar a los lectores una mirada entre bastidores a los actores más poderosos de la sociedad. Adolf Hitler fue objeto de numerosos perfiles banales en las principales publicaciones. Despina Stratigakos, profesora de arquitectura de la Universidad de Buffalo (UB), autora del libro [Hitler at Home de 2015](#) , exploró en qué medida la cobertura suave que humanizó al líder alemán se publicó mucho después de que se estableciera su historial como fascista violento.**

**“[Los asesores de Hitler] pudieron diseñar una transformación completa de la personalidad pública de Hitler”, dijo Stratigakos en un [comunicado de prensa de la UB de 2015](#) promocionando su libro. “Lo lograron centrándose en su vida privada: mostrándolo jugando con sus perros y con niños, y en casa en espacios arquitectónicos diseñados para evocar una sensación de calidez. A finales de la década de 1930, las noticias de todo el mundo lo describían como una persona amable y afectuosa con gran gusto en la decoración del hogar”.**

**"Después de leer estas historias, la gente sentiría que conocían al 'verdadero' Hitler, el hombre privado detrás de la máscara del Führer, y que tal vez esta persona no era tan mala como parecían sugerir todas las noticias que llegaban de Europa", dijo. continuado. “Todo tipo de publicaciones, desde revistas políticas serias hasta LIFE e incluso American Kennel Gazette, una revista sobre perros, cubrían esta historia sobre el 'verdadero' Hitler. En 1934, la Asociación de Prensa Alemana informó que las imágenes de Hitler en casa jugando con sus perros o con niños eran las imágenes más populares compradas por los medios de comunicación en Alemania y en el extranjero.**

**Straigakos enfatizó que el peligro de tal cobertura era que lo convertiría en una figura pública con la que los lectores podrían simpatizar. Añadió que estaba “conmocionada” por cómo continuaba la elogiosa cobertura de Hitler frente a las bien documentadas atrocidades de su régimen.**

**El comunicado de prensa de la UB citaba como ejemplo [un artículo de la revista New York Times de agosto de 1939](#) sobre cómo la finca de Hitler en Obersalzberg estaba “amueblada armoniosamente, según las mejores tradiciones alemanas”. Ese artículo fue publicado nueve meses después del pogromo de la Kristallnacht y seis años después de que se**

estableciera el campo de concentración de Dachau para encarcelar a los disidentes políticos.

El Times en particular tenía un patrón de cobertura suave cuando se trataba de Hitler. Después de su liberación de prisión en 1924 por el golpe de estado de Beer Hall, el Times escribió un artículo con el titular "HITLER DOMESTICO EN LA PRISIÓN", señalando que parecía "un hombre mucho más triste y más sabio... ya no hay que temerlo".

"Se cree que se retirará a la vida privada y regresará a Austria, su país de nacimiento", escribió el Times.

## **LOS MEDIOS EXTRAÑAN LAS GANANCIAS DE LA PRESIDENCIA DEL REALITY SHOW DE TRUMP**

Al igual que Hitler, Trump es el favorito del establishment de los medios de comunicación a pesar de sus invectivas tóxicas y sus políticas monstruosas. Probablemente esto se deba a las enormes cantidades de dinero que ha ganado para los medios de comunicación en forma de aumento de ratings y suscripciones. A principios de 2016, Les Moonves, quien en ese momento era director ejecutivo y presidente ejecutivo de CBS, ofreció una evaluación franca del beneficio de Trump para los resultados de los medios.

"Puede que no sea bueno para Estados Unidos, pero es muy bueno para CBS", dijo Moonves sobre Trump y el movimiento MAGA en una conferencia. "Hombre, ¿quién hubiera esperado el viaje que todos estamos teniendo ahora? ... El dinero está llegando y esto es divertido".

"Nunca había visto algo así y este será un muy buen año para nosotros", añadió. "Lo siento, es algo terrible que decir, pero adelante, Donald. Sigue adelante."

La relación simbiótica de los medios con Trump durante su primer mandato está bien documentada. En el tiempo transcurrido entre el anuncio de Trump de su campaña presidencial en 2015 con un discurso que atacó a la gran mayoría de los inmigrantes como "traficantes de drogas" y "violadores" hasta el día de las elecciones de 2016, obtuvo más de 5 mil millones de dólares en cobertura mediática gratuita. Y una vez que comenzó la presidencia de Trump, los principales medios de

comunicación estadounidenses experimentaron importantes ganancias financieras inesperadas.

A principios de 2018, el New York Times se jactaba de haber aumentado sus ingresos por suscripciones digitales a más de mil millones de dólares , lo que representaba el 60% de sus ingresos totales. El Washington Post también anunció que superó el millón de suscriptores digitales en septiembre de 2017. El Wall Street Journal superó los 1,27 millones de suscripciones digitales en junio de ese año. CNN atribuyó ese crecimiento al “interés abrumador en la presidencia de Trump”. Los ratings de noticias televisivas experimentaron un salto similar: Pew Research descubrió que CNN, Fox News y MSNBC experimentaron saltos significativos en sus propios ratings cuando Trump estaba en el cargo. Esas calificaciones cayeron notablemente una vez que el presidente Joe Biden prestó juramento en 2021.

La presidencia de Biden es mucho más aburrida en comparación con la fascinante, caótica e impredecible presidencia de Trump, y eso significa menos calificaciones y clics. Como señalaron muchos observadores políticos durante su administración, la de Donald Trump fue la primera presidencia de un reality show. A principios de 2017, NPR publicó una entrevista con el productor de reality shows Tom Forman titulada “Con conflicto y drama, Trump te engancha como un reality show”. Forman calificó la campaña de Trump como “ el mejor reality show de televisión ” y dijo que Trump “entiende cómo hacernos sentir de cierta manera”.

“Él es el anti-wonk. No está funcionando a 30.000 pies”, dijo. “Creo que Obama, por inteligente que fuera, un orador increíblemente talentoso, estaba operando a ese nivel de 30.000 pies. Quería hablar de política... Y eso es increíblemente importante, pero es seco”.

En la cena de corresponsales de la Casa Blanca de 2018, la comedianta Michelle Wolf criticó a Trump, al Congreso, a los republicanos y a los demócratas por igual. Pero guardó algunas de sus críticas más duras al final de su discurso para la prensa de la circunvalación.

“Creo que lo que nadie en esta sala quiere admitir es que Trump los ha ayudado a todos”, dijo. “Él no podía vender filetes ni vodka ni agua ni la universidad ni corbatas ni Eric, pero te ha ayudado. Te ha ayudado a vender tus periódicos, tus libros y tu televisor. Ayudaste a crear este monstruo y ahora te estás beneficiando de él”.



### **Los medios aplican un peligroso doble rasero hacia Trump**

**El aspecto financiero puede estar influyendo inconscientemente en las decisiones editoriales de esas mismas publicaciones y redes con respecto a cómo informan sobre Biden y Trump, que tienen 81 y 77 años, respectivamente, a medida que aumentan la cobertura electoral. Cuando el fiscal especial del Departamento de Justicia, Robert Hur (designado por Trump) publicó su informe exonerando a Biden de cualquier delito criminal en su investigación de documentos clasificados, lo hizo mientras atacaba gratuitamente la edad y las facultades mentales del presidente. Desde entonces, los republicanos han aprovechado esos ataques como razón para sugerir que Biden no es apto para el cargo.**

**Los principales medios de comunicación estadounidenses se han sumado, cubriendo tanto las ondas como el espacio de las columnas con un incesante tamborileo de historias que sugieren que Biden, que pasó casi 40 años en el Senado de los Estados Unidos y ocho años como vicepresidente, no tiene la fortaleza mental para ser presidente. .**

**El periodista Judd Legum descubrió que el New York Times, el Washington Post y el Wall Street Journal publicaron 81 artículos sobre los ataques de Hur a la memoria de Biden en los cuatro días posteriores a la publicación del informe. La página de opinión del Times el domingo después de la publicación del informe Hur fue un aluvión incesante de críticas a Biden por parte de los columnistas del Times, además del**

propio consejo editorial del periódico. El chyron de CNN en el Chris Wallace Show incluso decía en un momento: “¿Es ahora la edad de Biden un problema mayor que las acusaciones de Trump?” La cuenta X/Twitter del New York Times Pitchbot, que satiriza los titulares incendiarios del Times, [tuiteó una imagen fija de ese chyron](#) y escribió: "No puedo competir con esto".

Esto es simplemente parte de un patrón: durante un período de cuatro días en 2023, Media Matters for America (MMFA) descubrió que las tres cadenas de cable más grandes (CNN, Fox News y MSNBC) mencionaron la edad y la salud de Biden [aproximadamente cuatro veces más](#) que lo hicieron por Trump a pesar de su similitud de edad. Del mismo modo, después de que Biden anunciara formalmente su candidatura a la reelección, MMFA descubrió que durante un período de seis meses, los principales periódicos mencionaron la edad de Biden en [más del doble de artículos](#) que la de Trump.

Si bien es un hecho decir que Biden es la persona de mayor edad en ocupar el cargo de presidente, las personas que han tenido trato directo con él, independientemente de sus inclinaciones partidistas, no han puesto en duda su aptitud mental. Mientras negociaba el aumento del techo de la deuda con el entonces presidente de la Cámara de Representantes, Kevin McCarthy (R-California), en 2023, el republicano de alto rango de la Cámara [le dijo a Max Cohen de Punchbowl News](#) que el hombre de 80 años era “muy profesional, muy inteligente” y “Muy duro al mismo tiempo”. Y durante su discurso sobre el Estado de la Unión el año pasado, Biden [engañó efectivamente a los republicanos para que aceptaran](#) no tocar Medicare ni la Seguridad Social en las negociaciones sobre la deuda.

Al mismo tiempo, el notable deterioro mental de Trump ha pasado relativamente desapercibido. Durante un discurso reciente ante activistas de la Asociación Nacional del Rifle en Harrisburg, Pensilvania, Trump sugirió sin pruebas que los demócratas [cambiarían el nombre del estado](#) si Biden ganara un segundo mandato. También [confundió](#) a la ex embajadora de la ONU, Nikki Haley, con la ex presidenta de la Cámara de Representantes, Nancy Pelosi (demócrata por California), [confundió](#) al presidente chino Xi Jinping con el líder norcoreano Kim Jong Un y se refirió repetidamente al presidente Biden como “ [presidente Obama](#) ” durante la campaña electoral. También llamó al presidente húngaro Viktor Orban “ [el líder de Turquía](#) ” y se dirigió a Sioux City, Iowa, como “Sioux Falls”, que está en Dakota del Sur.

En última instancia, en esta etapa del proceso de primarias, parece inevitable que, salvo que se produzca un gran susto de salud de última hora, solo uno de los dos hombres será presidente de Estados Unidos el

**20 de enero de 2025: Joe Biden o Donald Trump. Ambos son ancianos y propensos a cometer errores. Pero uno de esos dos hombres ha dejado muy claro que le encantaría crear un gobierno autoritario, anárquico y corrupto diseñado para protegerlo y servirle sólo a él, mientras que el otro no. Los medios tienen el deber de informar claramente la verdad a los lectores y espectadores, y no ofuscar, restar importancia o corregir demasiado hacia la derecha en un esfuerzo por parecer “equilibrados”.**

***Carl Gibson es un periodista cuyo trabajo ha sido publicado en CNN, USA TODAY, The Guardian, The Washington Post, Houston Chronicle, Barron's, Business Insider, The Independent y NPR, entre otros. Síguelo en Bluesky @crgibs.bsky.social.***