

# CREANDO A DONALD TRUMP: LAS APPS EN EL DISCURSO POLÍTICO SOBRE EL PRESIDENTE DE ESTADOS UNIDOS

Dr. Salvador Gómez-García, Valladolid (España)

Dra. Alicia Gil-Torres, Valladolid (España)

José-Agustín Carrillo-Vera, Murcia (España)

Dra. Nuria Navarro-Sierra, Madrid (España)

<https://doi.org/10.3916/C59-2019-05>

## INTRODUCCIÓN

**Aplicaciones móviles,** incrementan las funciones originales de cada dispositivo móvil, que es el nuevo medio de comunicación de masas.

**Industrias del entretenimiento,** proponen nuevas líneas metodológicas como salud, educación, comunicación o participación electoral.

**Donald Trump,** elegido presidente en las elecciones de 2016 en EEUU, para las cuales se reflejaron a los diferentes candidatos en plataformas de apps.

## OBJETIVOS

¿A qué perfil, motivaciones y propósitos responden los creadores de apps sobre la figura de Donald Trump?

¿Qué tipo de mensaje plantean las apps más descargadas sobre Donald Trump y cuáles son los principales rasgos de su discurso?

## METODOLOGÍA

Cuestionario cualitativo de preguntas abiertas a desarrolladores (n=376).

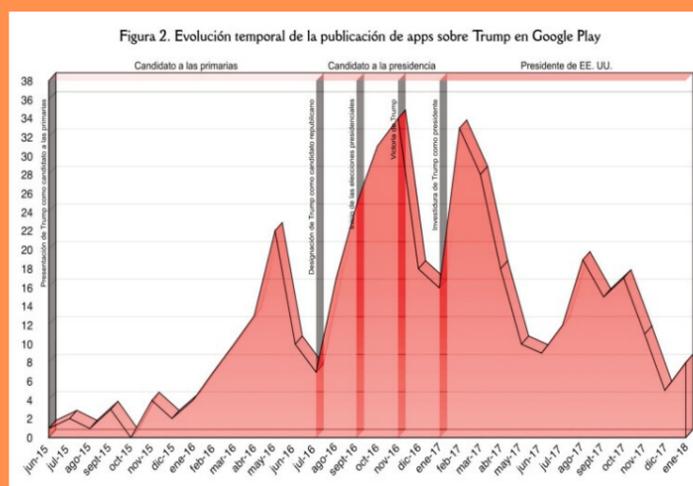
Análisis cuantitativo de contenido del mensaje de las apps que superaron las 5.000 descargas (n=117).



## RESULTADOS

Las motivaciones de los desarrolladores más frecuentes han sido la mera diversión, la apuesta informativa con un propósito persuasivo o movilizador, y un propósito comercial.

El análisis del foco del discurso se centraba en tres aspectos: personajes, temas y eventos. Por supuesto, el personaje central de la búsqueda es Donald Trump, seguido de Hillary Clinton.



## CONCLUSIONES



Los propósitos de estos desarrolladores, de perfil heterogéneo, responden, en general, a motivaciones económicas o de corte ideológico.



Las apps con un discurso más crítico terminaban siendo minoritarias respecto a las que apostaban por una mayor simplificación y viralidad.



La popularidad de Trump en el ecosistema de apps provino de la combinación de un conjunto de factores aparentemente inconexos.

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)