

DONALD TRUMP >

El chiste racista contra Puerto Rico torpedea la estrategia de Trump con los ‘influencers’

La presencia del comediante Tony Hinchcliffe en el mitin del Madison Square Garden obedece a la apuesta del republicano por acercarse a los votantes jóvenes hombres enganchados a los podcasts



Donald Trump (derecha) habla en el podcast de Joe Rogan (izquierda), el 26 de octubre de 2024.

Foto: POWERFULJRE | Vídeo: EPV



LUIS PABLO BEAUREGARD

Los Ángeles - 29 OCT 2024 - 05:00

Actualizado: 29 OCT 2024 - 18:03 CET

🔗 f X in 🔗 10 🗨

Fueron seis horas de un mitin cargado de energía masculina. A la mañana siguiente [del gran festival MAGA](#) de Donald Trump en el Madison Square

Garden (MSG) de Nueva York, un comentario se sigue abriendo paso en internet. Es el chiste racista sobre Puerto Rico de Tony Hinchcliffe, el comediante y conductor de *Kill Tony*, un popular pódcast transmitido en directo desde Texas donde es habitual el humor irreverente y hasta ofensivo. Hinchcliffe es uno de los más exitosos exponentes de este género, del que hizo gala siendo el maestro de ceremonias del *roast* [de Tom Brady](#) en mayo. El MSG no es desconocido para Hinchcliffe. Lo ha llenado recientemente dos noches para su programa. Pero su participación en el mitin del domingo era diferente. Obedecía a la estrategia de la campaña del candidato republicano para cortejar a los votantes jóvenes hombres, un sector clave del electorado de Trump y uno de los grupos donde hay más indecisos a una semana de las elecciones. La broma del comediante provocó [una lluvia de críticas al mitin](#) y obligó a una portavoz republicana a afirmar que esta “no refleja el punto de vista” del expresidente ni de la campaña.

Donald Trump envió saludos en su discurso a Barron, su hijo más pequeño, quien cumplió 18 años, y no estaba presente en el estadio donde juegan los Knicks. “Está en casa viéndonos. Es el rey de internet”, aseguró el expresidente. El republicano ha afirmado que Barron ha servido de guía para saber a qué pódcast acudir en la presente campaña. A diferencia de las contiendas de 2016 y 2020, el empresario ha apostado en este ciclo fuertemente por estas emisiones, que tienen una enorme audiencia entre los estadounidenses, y especialmente entre el público masculino. Harris también ha ocupado estos espacios, pero mucho menos que su rival. Destaca su entrevista [con Alex Cooper](#) para [Call Her Daddy, un pódcast con una mayoritaria audiencia femenina](#). El aborto fue el tema que ocupó mayor parte del tiempo.

El viernes, Trump llegó tres horas tarde a un mitin en Míchigan, uno de los Estados bisagra de la elección. El candidato primó una entrevista con Joe Rogan, el rey del pódcast en Estados Unidos desde hace 15 años. [Rogan, un comediante de stand-up que abandera la cruzada contra lo woke](#), había estado deshojando la margarita sobre si debía o no entrevistar a Trump. Los estrategas de Kamala Harris se reunieron con el equipo de Rogan a mediados de octubre para negociar un encuentro, pero este no ha sido confirmado. Hace cuatro años, el conductor apoyó en las primarias demócratas a Bernie Sanders, a quien entrevistó entonces. Este año se inclinaba más por el libertario Robert F. Kennedy, quien abandonó el bando demócrata para lanzar una carrera sin partido a la presidencia. [En](#)

[agosto, tiró la toalla y se adhirió a la campaña de Trump.](#)

Rogan, un presentador de la UFC, la liga de artes marciales mixtas donde Trump cuenta también con mucho tirón, tiene 2,9 millones de seguidores en Instagram y 17,5 millones de suscriptores en YouTube. Otros 14,5 millones están suscritos a su *Joe Rogan Experience* en Spotify, quien le ofreció un contrato exclusivo para distribuirlo. El influyente líder de opinión compartió en el pasado sus dudas de si debía ofrecer su micrófono a Trump. “No soy simpatizante suyo de ninguna manera. He tenido múltiples oportunidades de entrevistarle y he dicho que no. No quiero ayudarlo, no me interesa ayudarlo”, dijo Rogan [en junio de 2022 a Lex Fridman](#), otro popular conductor de un podcast.

Este año, sin embargo, Trump se ha sentado a hablar tanto con Rogan como con Fridman, un informático nacido en Tayikistán convertido en entrevistador estrella de la red. Son solo dos nombres de una larga lista de *influencers* que han ofrecido al candidato un espacio cortejar a los oyentes más jóvenes. De acuerdo con la encuesta más reciente de Sienna y *The New York Times*, los votantes entre 18 y 29 años son los menos convencidos de votar el 5 de noviembre. El 74% asegura que definitivamente participarán, un 9% menos que los votantes del siguiente grupo de edad (30-44). Harris se mantiene a la cabeza en este grupo con una ventaja de 20 puntos sobre Trump (36% contra 16%). El republicano, no obstante, aventaja entre hombres (23% contra 19%) en indecisos.

Los podcasts ofrecen a Trump una excelente oportunidad de replicar su mensaje sin que este sea cuestionado por periodistas de medios tradicionales o sometido a la verificación de datos. La cadena CNN aseguró este domingo que Trump soltó al menos 32 afirmaciones falsas o engañosas en las tres horas de charla con Rogan. Daniel Dale, el verificador de datos de la empresa, ha admitido que es probable que el número de inexactitudes [sea mayor](#), pero que solo hizo una revisión superficial de la conversación. En este ciclo, Trump ha preferido los podcasts a los programas de rigor periodístico. El candidato canceló a principios de este mes una entrevista con la prestigiosa emisión *60 Minutes*, de la CBS.

Trump gozó en agosto de un momento viral gracias a su conversación con Theo Von, un comediante del círculo de Rogan y Hinchcliffe. En un fragmento que conquistó las redes sociales durante el verano se ve al

candidato interrogar con interés a Von, un adicto rehabilitado, sobre su adicción a la cocaína. “¿El subidón de la cocaína es lo más que has sentido?”, [le pregunta Trump](#). “Oh, sí, claro. Te conviertes en un maldito búho, amigo”, le responde el comediante. La pregunta original [era sobre la familia Sackler](#) y su papel en la crisis de opiáceos que ha provocado decenas de miles de muertes en Estados Unidos, pero nadie se preocupó por reconducir la charla.

En otras conversaciones, el republicano fue objeto de las burlas. Invitado por el comediante Andrew Schulz a *Flagrant*, el candidato cargó contra Kamala Harris por sus cambios de opinión en algunos de los temas. “Creo que yo soy una persona que mayoritariamente habla con la verdad...”, decía Trump. Su anfitrión no pudo evitar la carcajada en la cara del candidato. Cuando el programa rondaba una hora, Alex Bruesewitz, uno de sus asesores encargados de la estrategia de comunicación en las redes, les pidió concluir. Pero Trump lo estaba pasando muy bien y pidió continuar un rato más. “Alex sabe todo de *influencers*. Le pregunté: ¿Quién es el más grande *influencer* de todos? ‘Oh, es la pregunta más fácil que me ha hecho: usted, señor’, me respondió. Jamás lo había pensado”, aseguró Trump. El candidato le dedicó 90 minutos a la emisión. El programa tiene cerca de siete millones de reproducciones.

Está por verse si la campaña reconduce la estrategia tras el fiasco de Hinchcliffe en Nueva York, que ha desatado una andanada de respuestas de celebridades puertorriqueñas en favor de Harris. De momento, el equipo de Trump se mantiene en su apuesta por utilizar a comediantes jóvenes hombres para afianzar su base.

Los Nelk Boys emitieron la semana pasada un video para sus ocho millones de seguidores en YouTube. Los miembros de este joven grupo han cultivado un enorme número de seguidores menores de 30 años gracias a sus bromas de cámara escondida y a su pódcast, *Full Send*. También por sus creencias políticas conservadoras. Su presencia en la campaña de Trump ha sido continua desde hace cuatro años. En este ciclo, estuvieron en la Convención Republicana de Wisconsin para presenciar el auge del candidato. Y hace unos días estuvieron a bordo de su avión privado en un viaje a Las Vegas. “Estoy con tus favoritos, los Nelk Boys”, dice por teléfono Trump a Dana White, presidente de UFC, una empresa de artes marciales. “Son los Johnny Carson modernos”, opina el candidato.

El grupo de comediantes se hizo viral por un clip en el que destruyen una enorme televisión que transmite el discurso de aceptación de Kamala Harris como candidata demócrata. “Kamala nunca será mi presidenta”, dice uno de los chicos. Trump buscó en los pódcast un megáfono para llegar a los más jóvenes. En los próximos días se sabrá si estos votantes compraron el mensaje.