

## Descifrando a Trump: Mas allá de la posverdad y el populismo



Tiempo de lectura: 6 min.

[María José Canel](#)

Lun, 16/11/2020 - 09:28

“Empezaremos a trabajar inmediatamente para hacer que América vuelva a ser grande otra vez”. Con estas palabras saludaba Trump a los estadounidenses en 2016, cuando contra todo pronóstico demoscópico, su victoria sorprendía a la comunidad internacional. Se ponía así la gorra MAGA (Make America Great Again) que le acompañó en esta segunda campaña, colocando en el escenario político un

trampantojo (trampa al ojo), esa técnica pictórica o arquitectónica que juega con el entorno real o simulado para forzar la perspectiva. Creaba con ello una ilusión desde la que sus seguidores miraran la legislatura que acababa de comenzar: todo sería grande otra vez.

Y grande fue a partir de entonces lo que sobre su persona y gestión le salió de la boca: “Soy el presidente con mayor voto popular de la historia”; “La jura de mi cargo ha tenido más asistentes que nadie”; “Somos el país que mejor combate la pandemia”. Que estas afirmaciones fueran contra toda evidencia o carecieran de ella es lo que ha otorgado a este personaje el título de adalid de la posverdad.

Oxford Dictionaries recoge esta palabra para denominar el fenómeno por el cual, ante una intensa emoción, los hechos y los datos dejan de ser relevantes. Con su comunicación posverdadera, Trump ha demostrado ser consciente de que lo sentimental es una palanca poderosa para la movilización. Ciertamente sus brabucones tuits poniendo a la América poderosa, grande y libre por delante de todo lo demás (America first) pueden ayudar a entender algo del resultado electoral obtenido por este inclasificable líder.

Pero la capacidad de movilizar voto con afirmaciones grandilocuentes no explica todo lo que logró el pasado 3 de noviembre (como tampoco lo que ese día Biden no alcanzó). Son muchos votos (más de 72 millones), reiterados (parece no haber perdido ni uno de los que obtuvo en 2016, algunos de los cuales provenían de cierta izquierda desencantada y castigadora del incumplimiento de promesas de Obama), y ganados por igual a la abstención (como Biden, Trump logra sacar de casa a casi 10 millones de votantes nuevos). Trump tiene detrás demasiadas decisiones de voto como para que las justifique la mera apelación a las bajas pasiones que caracteriza al populismo.

¿Qué atrae de su incorrección política?

Para tratar de comprender, sugiero explorar el posible atractivo escondido en la incorrección política de Trump, pues creo que hay ahí algo de largo recorrido y trasladable a otros países.

Referido a temas de discriminación social como la desigualdad racial, legal, o de género, en el debate que surge en los años 80 del siglo pasado en los Estados Unidos, la corrección política ha servido de arma arrojada tanto para la izquierda como para la derecha en diferentes guerras culturales.

Quienes se oponen lo hacen porque ven en ella unas normas de lenguaje y comportamiento que asfixian la libertad a cambio de poco. La incorrección política conecta con la gente que quiere desafiar la espiral del silencio impuesta por lo que consideran una vacua corrección. Y con su TRUMPantojo, y quizá sin pretenderlo, este líder políticamente incorrecto les ha proporcionado realidades con las que concluir en un rígido y solemne desfile real: “¡Pero si el rey va desnudo!”.

Lo que motivó el voto

Hoy es políticamente incorrecto poner el ojo en datos como los que menciono a continuación, que, por cierto, apenas han ocupado espacio en los medios de comunicación.

¿Qué más puede haber detrás de esos 72 millones de votos? Quizá sea la reacción instintiva de a quienes este líder les sale ganador en la comparación con el común de los políticos: cumplió lo que prometió.

Quizá también opere en algunos la constatación de que este presidente es el primero en décadas que, sin enviar tropas, ha conseguido importantes acuerdos internacionales (véase, por ejemplo, el logrado con Corea del Norte, o los acuerdos de Oriente Medio entre Israel y los Emiratos Árabes Unidos y Bahrein).

En otros habrá podido influir el cálculo de que el sistema introducido por Trump, por el cual el Estado paga a los ciudadanos para mantener un seguro médico, resulta mejor que todo lo planteado hasta el momento.

Pero probablemente para muchos habrá sido determinante en su voto ese cúmulo de experiencias que derivan del hecho de que en el año 2020 los Estados Unidos será la economía del G-7 con mejores resultados: superando las previsiones del FMI, el PIB ha crecido más rápidamente que en los dos mandatos de Obama, convirtiendo a Estados Unidos en destino preferido para la inversión extranjera.

Soy consciente de que aquí el análisis económico no es completo, pero creo que eso no impide especular que muchos hayan acudido a la urna despreciando quizá a ese líder tachado de histriónico, racista y misógino, pero experimentando una mejora de la clase trabajadora (los salarios de los peor pagados han subido más que los del resto), un importante crecimiento de los ingresos familiares y, en fin, un desempleo en su más bajo nivel desde 1960.

Solo con algo así se puede explicar que el 3 de noviembre Trump reforzara su posicionamiento en todas las franjas sociales: mujeres, latinos, blancos, obreros (por ejemplo, no solo no perdió el voto que le otorgó el manufacturero estado de Michigan, sino que ahí ganó 400 000 votos más, aunque Biden le aventajara por 40 000), e incluso afroamericanos (Trump es el candidato republicano que obtuvo el mejor resultado en este sector de la población desde 1996).

Para poder entender hacia dónde va la sociedad

Estos datos dibujan a un votante que es mezcla de emoción y razón, y al cual difícilmente se llegará si la conclusión extraída de la época trumpista fuera que todo es cuestión de azuzar la ira y el odio.

Trump nunca se ha llevado bien con la verdad, y su trampantojo ha forzado perspectivas, transportando al polo opuesto la reacción a la corrección política. Quiso hacer bandera de ello, y creyéndose su ilusión, fue de machito para defender que es quien mejor puede demostrar que se engañan y engañan quienes se quedan en ciertos clichés; políticos muy políticamente correctos, pero de los que no salen políticas verdaderamente transformadoras y enriquecedoras para la vida cotidiana de las personas.

De puertas adentro, la ilusión creada por el TRUMPantojo no ha distraído a muchos votantes de lo que de verdad les importa. Se mantienen capaces de castigar toda ilusión que resulte ser fatua.

De puertas afuera, quizá haya que admitir que sus aspavientos de incorrección le han generado una antipatía mundial que sí nos ha dificultado apreciar una realidad que opera y seguirá operando en todas las naciones y en todos los tiempos: que lo que se comunica con hechos (como un buen seguro médico o un mejor salario) siempre acaba haciendo clic al sentido común.

Esto apunta un desafío que no es solo para Biden, quien anuncia querer sanar las heridas de esa otra mitad de su país. La covid-19, que se impone con datos incontestables de muerte, enfermedad, soledad y dolor, está retando a los gobiernos a comprender los galopantes cambios que esta pandemia genera.

La reflexión que nos debe dejar esta nueva victoria del Trump derrotado en las urnas es la de que, aún con los populismos, las personas siguen albergando la posibilidad de ser una armoniosa combinación de emoción y razón. Cuando menos,

solo dando espacio a esa posibilidad podremos entender mejor hacia dónde se dirige esta sociedad.

*Catedrática de Comunicación Política y del Sector Público., Universidad Complutense de Madrid*

13 de noviembre 2020

The Conversation

[https://theconversation.com/descifrando-a-trump-mas-alla-de-la-posverdad-y-el-populismo-149604?utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Novedades%20del%20da%2016%20noviembre%201786617336&utm\\_content=Novedades%20del%20da%2016%20noviembre%202020%201786617336+CID\\_5651bff899339f54581c4d4c103e29f0&utm\\_source=campaign\\_monitor](https://theconversation.com/descifrando-a-trump-mas-alla-de-la-posverdad-y-el-populismo-149604?utm_medium=email&utm_campaign=Novedades%20del%20da%2016%20noviembre%201786617336&utm_content=Novedades%20del%20da%2016%20noviembre%202020%201786617336+CID_5651bff899339f54581c4d4c103e29f0&utm_source=campaign_monitor)

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)