

El niño caudillo: la gramática del trumpismo

BORIS MUÑOZ

El ensayo en cuestión nos ofrece un análisis del discurso político de Donald Trump desde dos perspectivas: una, la *sociolingüística* y la otra la *histórico-política*. La primera dimensión-perspectiva se lleva a cabo desde la deconstrucción del discurso y la segunda se perfila primero desde el uso de las redes sociales, luego de la propagación del fenómeno de la posverdad, y la otra desde la fragmentación de la esfera pública. La conclusión del autor no puede ser más dura, pesimista y realista del presente: “Todo ocurre en medio de cambios tectónicos en la sociedad, la economía, la tecnología y la comunicación, que han debilitado los sistemas democráticos a favor de liderazgos autoritarios e hiperpersonalistas”.

En 2017, el escritor inglés Martin Amis siguió de cerca a Donald Trump en los medios y asistió a uno de sus mítines, en Youngstown, Ohio. Concluyó que Trump era un enorme error histórico. Los estadounidenses se habían equivocado al elegirlo porque no estaban del todo convencidos de que fuera real. Trump era, después de todo, tan real como los *reality shows* pueden ser “reales”. Diez años después, queda claro que elegirlo no era solo un error o una extravagancia del electorado, sino algo muy real. Amis, sin embargo, dejó planteada una pregunta que sigue vigente una década más tarde:

Donald Trump es ‘la nada’. No hay nada ahí. Ni vergüenza, ni honor, ni conciencia, ni conocimiento, ni curiosidad, ni decoro, ni imaginación, ni ingenio, ni aplomo, ni sentido común. En este recipiente impecablemente vacío, ciertos estadounidenses logran verter su rabia, su resentimiento, sus ambiciones y sus esperanzas. ¿Cómo lo logra?

EL APRENDIZ

Ya se sabe que la nación más poderosa del mundo tiene un presidente que ha roto todos los moldes. Esto no es nuevo. Trump comenzó su carrera presidencial barriendo a sus contrincantes republicanos como si fueran figurines de papel. No presentó una estrategia sofisticada ni libró una batalla de ideas. Al contrario, bajó el estándar al mínimo simplificando y personalizando su mensaje al máximo. Luego llevó a sus rivales a su terreno, descalificándolos e insultándolos, y convirtió la contienda por la candidatura republicana en un espectáculo de lucha en el barro. Ellos eran políticos profesionales; Trump era un veterano promotor de bienes raíces y estrella de televisión, curtido en el conocimiento de la audiencia tras diez temporadas como protagonista de *El Aprendiz*. Los barrió con facilidad. Eso ocurrió hace una década. El resto es historia.

AGENDA PÚBLICA

El espectáculo, sin embargo, es solo el elemento más visible del estilo político de Trump. Para analizarlo conviene aproximarse desde dos dimensiones: una sociolingüística, captable a partir de la deconstrucción de su discurso, y otra histórico-política, resultado de los distintos modos y estilos que Trump amalgama. Esta segunda dimensión está inscrita en una nueva dinámica histórica marcada por tres fenómenos coincidentes: el auge de las redes sociales, la propagación cancerosa de la posverdad y la fragmentación de la esfera pública; el retroceso democrático generado por la desinstitucionalización y el descrédito del establecimiento político; y la expansión del nacionalismo étnico y racial, el tribalismo y el particularismo identitario en el contexto de las guerras culturales entre derecha e izquierda.

Cada una de estas dimensiones necesita verse por separado para comprenderse en conjunto.

“Donald Trump es 'la nada'. No hay nada ahí. Ni vergüenza, ni honor, ni conciencia, ni conocimiento, ni curiosidad, ni decoro, ni imaginación, ni ingenio, ni aplomo, ni sentido común. En este recipiente impecablemente vacío, ciertos estadounidenses logran verter su rabia, su resentimiento, sus ambiciones y sus esperanzas. ¿Cómo lo logra?”

EL “NIÑO” MÁS PODEROSO DEL MUNDO

En el principio fue el verbo, dicen las Sagradas Escrituras. El verbo de Trump está compuesto por el vocabulario, la sintaxis y la estructura emocional de un niño de diez años. Un niño que manipula sin reparos para obtener lo que quiere y contrataca con una pataleta cargada de descalificaciones y amenazas cuando no lo obtiene. Visto en perspectiva, estos rasgos han configurado una comunicación política original y efectiva que hoy constituye la marca política más influyente del planeta.

La lingüista Jennifer Sclafani, de la Universidad de Georgetown, fue de las primeras en esta-

blecer los marcadores de ese discurso. Según Sclafani, Trump es un político único precisamente porque no habla como uno. Usa un registro bajo: palabras sencillas, de preferencia monosilábicas, sin abstracciones ni tecnicismos. En términos escolares, equivale al discurso de un alumno de cuarto grado, con un vocabulario que no supera los 2.600 vocablos —poco más de la mitad del registro de Barack Obama. Es un estilo más cercano al hombre de la calle que a la clase política de Washington, algo evidente al compararlo con los senadores Ted Cruz y Marco Rubio o el exgobernador Jeb Bush, sus rivales de 2015.

Trump es también profundamente autorreferencial. Se celebra sin ahorrarse superlativos: él es siempre el que más sabe, el más experimentado, el de mejor gusto, el más inteligente, el más justo, el más temido. Algunos otros líderes pueden ser también inteligentes o listos, pero la mayoría son incompetentes, débiles y estúpidos. En su universo todo es bueno o malo, magnífico o terrible. Esta simpleza extrema, que parecería una debilidad en un político tradicional, le permite reforzar su autoridad y presentarse como ganador ante sus seguidores.

La aportación central de Sclafani es que estos elementos configuran una identidad política que le permite a Trump presentarse como alguien “auténtico e inmediato” y como vocero de sectores olvidados por el *establishment*. Aunque no sea ninguna de las dos cosas, cuando su discurso es reempaquetado por un aparato propagandístico con un alcance del que casi ningún otro ser humano dispone, la narrativa del movimiento Make America Great Again (MAGA) se vuelve creíble para sus seguidores.

LA URDIMBRE

El lingüista John McWhorter, especialista en el llamado *Trump speak*, identifica otro rasgo distintivo: la aparente dispersión discursiva. McWhorter distingue entre los discursos leídos con teleprompter y los espontáneos en mítines. En estos últimos, Trump no construye un argumento lógico ni mantiene un hilo conductor; salta de tema en tema, con repeticiones, digresiones y exabruptos, sin concierto aparente pero sin per-

der del todo el hilo. Es lo que el propio Trump llama “*the weave*” —la urdimbre. No es un rasgo original: Chávez y Castro eran oradores igualmente abundantes y digresivos. Pero Trump lo ha convertido en señal de identidad.

Lo que comparten Sclafani y McWhorter es la caracterización del estilo de Trump como informal y preinstitucional. El psicolingüista George Lakoff lleva ese análisis a la teoría política: la sintaxis infantil de Trump convive con la imagen del Padre Estricto que proyecta ante sus seguidores. El mundo del niño es un mundo sin sistema, regido por la causa y el efecto inmediatos. El padre estricto resuelve los problemas imponiendo su autoridad sobre la realidad. De este cruce emerge también una estructura emocional muy precisa: afecto para la tribu, descalificación y odio para los adversarios.

Esto explica la llamada positividad léxica: aunque desde fuera Trump es percibido como autoritario, cruel y despótico, dentro de su tribu aparece como figura protectora y afectuosa —un afecto severo, pero afecto al fin.

El perfil se completa con los psicólogos de la personalidad Sara Ahmadian, Sara Azarshahi y Delroy L. Paulhus. Su investigación *Explaining Donald Trump via communication style: Grandiosity, informality, and dynamism*, basada en la campaña de 2015-16, estableció que Trump superó a todos los candidatos en grandiosidad, uso de pronombres personales, habla dinámica y comunicación informal —y fue quien más elecciones primarias ganó. La ecuación es directa: Trump fue quien mejor conectó con los votantes, y su promesa de devolverle al país una grandeza perdida fue el mensaje ganador.

EL ESTILO COMO MODELO

A todo esto hay que añadir un rasgo que se suele mencionar, pero rara vez se analiza con suficiente detenimiento: el discurso canalla. Trump no solo habla con un vocabulario básico; habla mal, en el sentido moral del término, es maledicente. Insulta, humilla, apoda, degrada. Y en un ecosistema donde la agresividad viral supera al argumento, esa crueldad verbal, lejos de restarle apoyo, se ha convertido en una señal de autentici-

dad para quienes ven en la corrección política una forma de censura de clase.

Así, lo que comenzó como anomalía se ha convertido en un modelo con un séquito de sico-fantes e imitadores. Una década después de asumir por primera vez el control del arsenal nuclear más grande del planeta, Trump ha reescrito el manual de estilo del poder, no solo en Estados Unidos sino a nivel global.

El verbo de Trump está compuesto por el vocabulario, la sintaxis y la estructura emocional de un niño de diez años. Un niño que manipula sin reparos para obtener lo que quiere y contrataca con una patalleta cargada de descalificaciones y amenazas cuando no lo obtiene.

Esto lleva a la segunda dimensión: la histórico-política. Si se tratara solo de que un hombre con mentalidad infantil llegó por accidente a la oficina que ocuparon Washington, Roosevelt, Johnson y Reagan, analizar su discurso tendría poco mérito. Pero el discurso y la psicología de Trump importan porque han tenido consecuencias casi cataclísmicas durante una década, dentro y fuera de su país.

Lo que todo esto revela no es únicamente que el estilo discursivo importa, sino que el hombre que vemos remover presidentes en Venezuela, encender guerras en el Medio Oriente y azotar a vecinos y aliados con aranceles es el producto del cruce de ese estilo con ideas extremistas, modos autoritarios y populistas, y un uso muy eficaz de los medios de nuestra época.

Buena parte de la comprensión de Trump proviene del análisis de sus tuits. Trump entendió pronto que los mensajes hiperbólicos, descalificativos, camorrones o simplemente malhablados tenían un enorme poder de viralización. Twitter —hoy X— era un ecosistema que le permitía llegar a sus seguidores sin la intermediación ni los filtros de los medios tradicionales. Su discurso llegaba en estado puro, lo que lo hacía parecer “verdadero” frente al pulido guion que el público estadounidense asocia con la mentira política. Los algoritmos lo premiaban.

AGENDA PÚBLICA

Ese potencial comunicativo convirtió a Trump en un portaviones transideológico de tendencias políticas y religiosas que venían incubándose en la sociedad estadounidense desde hacía décadas. Sin embargo, el recipiente impecablemente vacío que describió Amis encontró muy rápidamente quienes lo llenaran: nativistas, nacionalistas y supremacistas con un programa muy preciso –el llamado Proyecto 2025– cuyo objetivo era usar el estilo de Trump como cubierta para desmantelar instituciones, concentrar el poder ejecutivo y socavar la democracia desde adentro.

LOS MODOS SUPERPUESTOS

Al observar el liderazgo de Trump, se identifican varios modos superpuestos. No es un populista puro, pero toma del populismo el modelo líder-masa. No es un autócrata en sentido estricto, pero actúa como uno, irrespetando la separación de poderes y forzando el alcance del ejecutivo –algo ya característico de su segundo mandato. No es un fascista convencional como Orbán, ni un neofascista de mano dura como Bukele, aunque comparte sus políticas antiinmigrantes y usa la mano dura contra los migrantes. No es cristiano ni mínimamente religioso, pero la derecha evangélica lo ha convertido en una figura de culto, y él les devuelve el gesto adoptando rasgos mesiánicos en sus discursos. Trump es, en definitiva, la suma instrumental de retazos de modos políticos y corrientes religiosas que activa según le conviene.

Su liderazgo no triunfa en el vacío. Tres décadas después de Hugo Chávez, Trump puede verse como epígono del populismo nacionalista y autoritario que el venezolano encarnó: un hombre fuerte que usa los medios para seducir, dividir y arrollar no solo a sus adversarios sino a quienes simplemente difieran de él. Los medios –de viejo y nuevo cuño– han actuado como “agencias de marketing involuntarias” que amplifican esos liderazgos precisamente cuando intentan desmentirlos, según la definición de Lakoff.

En el pasado, las instituciones servían de contrapeso entre los poderes y garantizaban la transparencia del Estado. Obligaban a sus operadores

–políticos, burócratas, tecnócratas– a hablar y actuar como adultos. El periodismo, el cuarto poder, era una de ellas: el encargado de cantarle las verdades al poder.

El niño lleva una década haciendo de las suyas. Las elecciones de medio término en noviembre podrían ser la lección que necesita. Pero seguirá haciendo falta algo más difícil: corregir el ecosistema que lo engendró. Mientras eso no ocurra, los imitadores y sicofantes seguirán haciendo fila.

BORIS MUÑOZ

Boris Muñoz es cronista y editor. Fundó y dirigió la sección de Opinión de *The New York Times* en Español. Es columnista de *El País*.

Enlaces de verificación

Jennifer Sclafani. Libro: *Talking Donald Trump* (Routledge, 2017): <https://www.routledge.com/Talking-Donald-Trump-A-Sociolinguistic-Study-of-Style-Metadiscourse-and-Sclafani/p/book/9781138216440>

John McWhorter. Entrevista NPR sobre “the weave” (septiembre 2024): <https://www.npr.org/2024/09/05/nx-s1-5098939/trump-the-weave-speeches>. Trump describiendo «the weave» en Johnstown, PA (agosto 2024): verificable en el archivo de C-SPAN y transcripciones de *The Guardian*

George Lakoff. Blog personal con sus análisis de Trump: <https://georgelakoff.com>. Artículo fundacional “Understanding Trump” (2016): Sobre “agencias de marketing involuntarias”: <https://georgelakoff.com/2017/01/15/a-minority-president-why-the-polls-failed-and-what-the-majority-can-do/>

Ahmadian, Azarshahi y Paulhus. Paper completo en ScienceDirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886916311187>. PDF accesible vía UBC: https://www2.psych.ubc.ca/~dpaulhus/research/DARK_TRAITS/ARTICLES/PAID%202017%20with.Ahmadian-Azarshahi.pdf

Dato de nivel escolar / Flesch-Kincaid. Análisis de Carnegie Mellon (Boston Globe, 2016): <https://www.bostonglobe.com/news/politics/2016/03/05/donald-trump-speaks-grade-level-that-could-be-asset/KMAHbFLK2dlnqQhYiXmM/story.html>. Análisis de factba.se citado por Newsweek: <https://www.newsweek.com/trump-fire-and-fury-smart-genius-obama-774169>

Brian Ott. Paper “The Age of Twitter” (*Critical Studies in Media Communication*, 2017): <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295036.2016.1266686>

Martín Amis sobre Trump. Referencia a su cobertura del mitin de Youngstown y sus análisis: verificable en *The Guardian* y en su libro de ensayos *The Rub of Time* (2017): <https://www.theguardian.com/books/2016/sep/17/martin-amis-trump-will-lose>