

LA COMUNICACIÓN COMBUSTIBLE DE TRUMP

por Javier Callejo

Anteayer incendia las relaciones con México, denigrando a su presidente y a los inmigrantes que llegan a Estados Unidos de aquel país. Ayer siembra dudas sobre los sondeos electorales y, aún más, sobre los posibles resultados de las propias elecciones. Como ha señalado el **Premio Nobel, Paul Krugman**, la **campaña del candidato conservador en las elecciones presidenciales de 2016 está llena de mentiras**.

Unas veces, **mentiras catastróficas** sobre la situación actual del país. Otras veces, incluidas en las promesas de su programa. Incluso algunas rozan el absurdo y han exigido rectificación, como la de que **Obama** no había nacido en Estados Unidos. Sin embargo, para mucha gente, la forma en que se dirige a las audiencias le permite ser visto como la voz de la verdad, de una especie de verdad profunda, consiguiendo que, al contrario, las sospechas se dirijan sobre su adversario político, la demócrata **Hillary Clinton**, que parece estar obligada continuamente a estar a la defensiva, a demostrarlo todo, incluyendo su estado de salud.

A Trump la comunicación le sale de las vísceras

No es un **tipo de comunicación nueva**. Es más, se muestra tan estratégicamente básica, que podría encontrarse en la noche de las competiciones políticas. Pero nos suena poco razonable y, sobre todo, viniendo de todas las vísceras, menos del cerebro -en caso de que pueda considerarse a tal parte corporal como víscera, tal como hacen las casquerías-.

Ahora bien, tal vez sea en su burda textura donde se encuentra su finura. Es cierto que saca de quicio a las élites, tanto a las progresistas y demócratas como a las conservadoras y republicanas. **Élites** que tienen un papel importante en la **financiación de las campañas**; pero que, estando en otra fase, tienen un ínfimo papel en el momento en el que el candidato se enfrenta cuerpo a cuerpo con el conjunto de la masa electoral. Un momento que está liderando, reduciendo considerablemente la ventaja que pronosticaban los sondeos.

Trump y el antidiscurso progresista

Lo de Trump no es un discurso, ni una **comunicación**, es el antidiscurso progresista. Va recogiendo lo que el **discurso progresista** y no tan progresista, simplemente moderado, tiene por “políticamente correcto” y se sitúa en contra. Ello le da una pátina de sinceridad, de retórica de la verdad profunda que nadie quiere decir.

Así, su comunicación adquiere las características de una inmolación: no sólo quema aquello sobre lo que habla, sino que el **metadiscurso** está diciendo: soy capaz de quemarme diciendo lo que otros no se atreven a decir, por miedo a las llamas, como si se compartiese la misma verdad; pero la diferencia está en lo que se dice y lo que se oculta, los que denuncian y los que ocultan. De esta manera, consigue situarse en un nivel **metadiscursivo**: no sólo dice cosas que están en el aire de la opinión pública pero que nadie se atrevía a concretar, sino que dice que el otro, el oponente, no dice.

Puede tacharse de **comunicación irresponsable**, ya que incita al **enfrentamiento social**, a poner barreras entre categorías de la población. También, de estar al límite en **valores estéticos** o de estar **transgrediendo las fronteras** requeridas para cualquier tipo de

conversación, incluyendo la conversación pública en campaña electoral. Pero es la que suele abrir las portadas de los informativos de las grandes **cadenas televisivas norteamericanas**.

Progresismo de salón

El contexto en el que desarrolla su **estrategia comunicativa** es el de la devaluación de la figura del **progresismo**, acusada de un sostenimiento de ideales de convivencia sin relación con lo material, de discurso de bienpensantes bien situados, sin agobios o de **burguesía liberal**. En España, la abominación del progresismo por reconocidos **políticos de izquierdas**, como **Anguita** o **Corcuera**, se está convirtiendo en una repetida ceremonia.

Según datos de **encuestas del CIS**, en el año 2000 casi la mitad de los españoles adultos se consideraba más bien progresista. En 2016, aun cuando con otro formato de pregunta, tal porcentaje se encuentra alrededor del 8%. De hecho, en el **discurso de izquierda** —e incluso de la derecha— cobra fuerza la **figura del obrero**.

El término obrero reaparece con fuerza y, en general, la relación con las condiciones materiales (por ejemplo, Chavs de Owen Jones). Se denuncia: ¿dónde están los obreros, los trabajadores de, por ejemplo, los *call center* o los servicios, en el discurso político? Pues bien, aquí están, para enfrentarse al **progresismo de salón**, tal como empieza a ser apellidado el progresismo.

Más allá de los efectos de “sinceridad” y de “autenticidad” del que habla, y de “verdad” sobre lo que se dice, de la comunicación quémalotodo que está utilizando Trump en su campaña, habría que preguntarse por qué también genera tanto rechazo, no dejando indiferente, y, a su vez, por qué, si es tan profundamente deplorado, se sostiene el denominado **discurso políticamente correcto**.

La comunicación combustible de conflicto continuo

En primer lugar, hay que señalar que el discurso políticamente correcto es un discurso de convivencia. Seguramente muy conveniente en todo momento y, especialmente, tras **ganar unas elecciones**. Es una comunicación controlada, si es que se quiere ver así, pero fundamentada en el respeto a los demás.

La **comunicación combustible** es una **comunicación de conflicto continuo**. Es un **discurso bélico**, que tal vez deje muchas víctimas por el camino. Deja al otro candidato como el que calla, casi como si no dijera nada. Consigue **liderar la agenda de la campaña**, protagonizarla, y, por otro lado, sembrar dudas de confianza sobre el otro **candidato**, especialmente cuando tiene ya una mochila de asuntos que generan desconfianza: dudosos emails, fundaciones, salud, y otras que no vienen al caso aquí para seguir siendo políticamente correcto.

La **estrategia comunicativa de Clinton**, prometer **inversiones sociales** y mejor vida en el futuro para los desfavorecidos, queda apagada con las llamas del **discurso trumpiano**. **Donald Trump** anuncia más **inversión en defensa** y parece hablar por el país entero contra un enemigo más o menos real o fantasmagórico; sin necesidad de señalar de dónde sacará el dinero para tal inversión.