

LA PSICOLOGÍA DE MASAS DEL TRUMPISMO

The Mass Psychology of Trumpism

ELI ZARETSKY*

zarete@newschool.edu

Desde las primarias republicanas de 2015-16, algunas personas han recurrido a la psiquiatría en un esfuerzo por localizar las fuentes irracionales de la victoria de Trump, pero hasta ahora se ha avanzado poco. Esto se debe a que la mayor parte del esfuerzo se ha centrado en analizar a Trump, quien a menudo es descrito como si padeciera un “trastorno narcisista de la personalidad”. Estos diagnósticos, hechos a distancia, no sólo son inverosímiles; tampoco abordan una cuestión más importante: la naturaleza del atractivo de Trump. Constituyendo una cifra cercana a un tercio del electorado, sus seguidores forman una banda intensamente leal y muy unida a nivel psicológico. Son impermeables a las críticas liberales o progresistas de Trump o de sus políticas. Por el contrario, su lealtad prospera y se profundiza aún más con los argumentos anti-Trump.

Sin embargo, hay un corpus de pensamiento psicológico más antiguo que ilumina el tipo de vínculo estrecho que Trump ha forjado con una minoría significativa de estadounidenses. Inspirado por Freud, este pensamiento surgió tras el auge del fascismo y el nazismo en Europa, cuando los estadounidenses también se habían percatado de los elementos autoritarios en su sociedad. Desde la década de 1890 la política sureña había estado plagada de demagogos racistas como Theodore Bilbo, gobernador de Mississippi, y la popularidad de los programas radiofónicos del padre Coughlin, sacerdote pro-Mussoliniano, demostraba el atractivo del mensaje autoritario en el norte inmigrante.

En el apogeo del New Deal había un amplio consenso sobre la necesidad de atender las reivindicaciones económicas legítimas. Pero había algo más, que se manifestaba en la intensa lealtad a agitadores y demagogos como Coughlin. Para comprender esa devoción, los miembros de la Escuela de Frankfurt, refugiados de Hitler -incluidos Leo Löwenthal y Theodor Adorno-, recurrieron a una “psicología de masas” de inspiración freudiana para analizar a los antisemitas y demagogos en los Estados Unidos.

* New School for Social Research.

Su innovación crucial fue el descubrimiento de la forma especial que el autoritarismo adopta en las sociedades democráticas. Hasta ese momento se pensaba que el agitador era una especie de hipnotizador, mientras que la multitud que respondía a él era crédula e infantil. Abierta al rumor y al miedo, exigía fuerza y hasta violencia de sus líderes. Tal como lo expresó el psicólogo francés del siglo XIX, Gustave Le Bon, la multitud “quiere ser gobernada y oprimida y temer a sus amos”. Freud tenía en mente este modelo de psicología de las multitudes cuando escribió que los miembros de un grupo necesitan la ilusión de que su líder los ama equitativamente y con justicia; pero el líder mismo no necesita amar a nadie más, debe ser de naturaleza dominante, absolutamente narcisista, seguro de sí mismo e independiente.

Hitler, Mussolini, Atatürk e incluso De Gaulle se adaptan a este modelo, en tanto que hicieron uso de medios de comunicación, desfiles, eventos deportivos y películas para proyectarse como figuras paternas ante naciones embelesadas.

Sin embargo, Adorno se dio cuenta de que el modelo solo se aplicaba en parte a los demagogos estadounidenses. Lo que distingue al demagogo en una sociedad democrática, argumentó en “Teoría freudiana y el patrón de la propaganda fascista” (1951)¹, es la identificación entre el líder y sus seguidores. El narcisismo en cuestión no es solo de Trump. Más importante es el de sus seguidores, quienes lo idealizan de la misma forma en que una vez, durante la infancia, se idealizaron a sí mismos. Más allá de eso, el demagogo tiene un atractivo especial para el narcisismo herido, para quienes sienten que no han cumplido con los estándares que se habían fijado.

El demagogo de éxito activa este sentimiento al poseer las cualidades típicas de los individuos que lo siguen, pero en lo que Adorno, citando a Freud, llamó una “forma claramente marcada y pura” que da la impresión de “mayor fuerza y más libertad de libido”. En las palabras de Adorno, “el superhombre tiene que parecerse al seguidor y aparecer como su ‘ampliación’”. El líder “completa la imagen de sí del seguidor”. Esto ayuda a explicar el fenómeno del demagogo, del pequeño gran hombre, de las formas campechanas o socialmente torpes, del “tipo común”, de figuras políticas como Huey Long. Él parece ser la ampliación de la propia personalidad del sujeto, una proyección colectiva de sí mismo, más que una imagen del padre –un Trump, en otras palabras, más que un Washington o un Roosevelt–.

¹ Traducido en español como *Ensayos sobre la propaganda fascista* (2005) [Nota del traductor]

Uno podría objetar que Trump, una estrella de televisión multimillonaria, no se parece a sus seguidores. Pero esto pasa por alto la poderosa intimidad que establece con ellos en los mítines, en la televisión y en Twitter. Parte de su mezquino genio reside en su capacidad para forjar un vínculo con personas que, por lo demás, están excluidas del mundo al que él pertenece. A pesar de que presentó a Hillary Clinton como un instrumento al servicio de las finanzas internacionales, dijo: “Hago negocios todo el tiempo, grandes negocios. Conozco a los operadores más duros del mundo de las altas finanzas a nivel global y trabajo con ellos. Se trata de asesinos financieros, feroces y viciosos, el tipo de personas que dejan la mesa de juntas llena de sangre y luchan hasta el final para obtener el máximo provecho”

Con estas palabras llevó a sus seguidores a la sala de juntas y los alentó a participar de una exposición cínica y colectiva de las sucias prácticas y motivos que subyacen a la riqueza. Su papel en el movimiento Birther², el prelude de su exitosa campaña presidencial, no solo fue racista, sino que puso de manifiesto que se sentía a sus anchas con las personas más ignorantes y prejuiciosas de los Estados Unidos. ¿Quién sino un completo perdedor se involucraría en el birtherismo, un movimiento tan lejano del aura de Hollywood, Silicon Valley y Harvard que elevó a Obama, pero que también lo alejó de las masas?

El constante menoscabo de Trump en el New York Times o en MSNBC puede ser útil para mantener viva la llama de la resistencia, pero es contraproducente cuando se trata de romper la coalición de Trump. Sus seguidores toman todos los ataques contra su líder como un ataque contra ellos. “Los alarmantes síntomas de inferioridad del líder fascista”, escribió Adorno, “su parecido con actores histriónicos y psicópatas asociales” facilita la identificación, que es la base del ideal. En la cinta de Access Hollywood, que muchos asumían que acabaría con él, Trump daba voz a un sueño bastante común, pero con “mayor fuerza” y mayor “libertad de libido” de lo que sus seguidores se permiten. Y también estaba reforzando el narcisismo de las mujeres que lo apoyan, describiéndose a sí mismo como incapaz de controlar sus deseos por ellas.

Adorno señaló también que la demagogia de este tipo es una profesión, un medio de vida con métodos bien probados. Trump es una figura mucho más familiar de lo que parece a primera vista. Los reclamos del demagogo, escribió Adorno,

² El movimiento Birther fue una campaña de cariz conspiranoico apoyada por miembros del Partido Republicano que exigía a Obama mostrar su certificado de nacimiento durante la campaña para las elecciones presidenciales de 2008, implicando que no sería un ciudadano realmente nacido en Estados Unidos y que, por tanto, no podía presentarse a las elecciones [Nota del traductor].

“se han estandarizado, de manera similar a los lemas publicitarios que demostraron ser más valiosos en la promoción de negocios”. Los antecedentes de Trump en ventas y telerrealidad lo prepararon perfectamente para su papel actual. Según Adorno, “el líder puede adivinar los deseos y necesidades psicológicas de aquellos susceptibles a su propaganda porque se parece a ellos psicológicamente, y se distingue de ellos, más que por una superioridad intrínseca, por su capacidad para expresar sin inhibiciones lo que está latente en ellos”.

Para satisfacer los deseos inconscientes de su audiencia, el líder “simplemente desvela su propio inconsciente hacia afuera... La experiencia le ha enseñado a explotar conscientemente esta facultad, a hacer un uso racional de su irracionalidad, de manera similar al actor, a un cierto tipo de periodista que sabe cómo vender su sensibilidad”. Todo lo que tiene que hacer para materializar la venta, para que su audiencia televisiva haga clic, o para levantar al público en un mitin de campaña, es explotar su propia psicología.

Usando un lenguaje anticuado, pero que sigue siendo esclarecedor, Adorno continuó: “Los líderes representan generalmente tipos de carácter oral, con la obligación de hablar sin cesar y de engañar a los demás. El famoso hechizo que ejercen sobre sus seguidores parece depender en gran medida de su oralidad: el lenguaje mismo, desprovisto de su significado racional, funciona de una manera mágica y promueve esas regresiones arcaicas que reducen a los individuos a miembros de la multitud”.

Dado que el discurso asociativo desinhibido presupone al menos una falta temporal de control del Yo, puede indicar tanto debilidad como fuerza. La jactancia de los agitadores suele ir acompañada de indicios de debilidad, a menudo combinados con afirmaciones de fuerza. Esto era particularmente sorprendente, escribía Adorno, cuando el agitador pedía contribuciones monetarias. Al igual que con el movimiento Birther o Access Hollywood, la auto-humillación de Trump –que pretende vender filetes en campaña electoral³–, forja un vínculo que asegura su estatus idealizado.

Desde el 8 de noviembre de 2016, muchos han llegado a la conclusión de que lo que, comprensiblemente, ven como una catástrofe fue –dicho simplemente– el resultado de la desatención a la clase trabajadora blanca por parte de las elites

³ Una referencia del autor al spot publicitario en el que Trump vende su propia marca de filetes, “Trump Stakes”, haciendo un juego de palabras con “steaks” y la expresión “raise the stakes” [Nota del traductor]

neoliberales. Inspirados por Bernie Sanders, creen que el Partido Demócrata debe reorientar su política desde la idea de que “unos pocos se enriquecen primero” a la protección de los menos favorecidos. Sin embargo, nadie que haya vivido las rebeliones feministas y en favor de los derechos civiles en las últimas décadas puede creer que un programa económico por se ofrezca una base suficiente para una política dirigida por los demócratas. Esto vale también cuando se trata de intentar llegar a los partidarios de Trump. Su índice de aprobación es de aproximadamente el 40 por ciento, y de ellos la mitad dice que “lo aprueban firmemente” y pueden darse por perdidos para los demócratas. Pero si entendemos el nivel personal en el que operan los esfuerzos pro-Trump, podemos apelar mejor a la otra mitad, y de esa manera prevenir la emergencia que se avecina.

Traducción del inglés: Sergio Vega