

Torres y muros frente al multiculturalismo: hispanos y español en la presidencia de Donald Trump

Ángel Badillo Matos | Investigador principal, Real Instituto Elcano | @angelbadillo 

Tema

La elección de Donald Trump ha supuesto nuevas tensiones para el uso público del español en EEUU y, sobre todo, para la multiculturalidad.

Resumen

La llegada a la Casa Blanca de Donald Trump ha supuesto nuevas tensiones para el uso público del español en EEUU, pero sobre todo para la multiculturalidad como paradigma de las políticas públicas en ese país. El español ha sido utilizado por el presidente Trump para visibilizar el riesgo que supone un idioma y una comunidad, la hispana, en la que la asimilación cultural no parece, por razones diversas, tan efectiva como otras. Este análisis revisa la delicada relación entre los hispanos, el español, el ascenso del paleoconservadurismo y Donald Trump en los últimos 12 meses, tras la toma de posesión del 45º presidente de EEUU.

Análisis

*“¿Acaso la sinrazón no vale tanto como la razón?”
(Alfred Jarry, *Ubú, rey*, 1896)*

Doce meses. No parece tiempo suficiente, aún, para que gran parte de la sociedad estadounidense y de la comunidad internacional asimilen la victoria electoral de Donald Trump como candidato del Partido Republicano. En 2016, Trump encontró un escenario de enorme fractura política y social en la que el propio GOP había sufrido las tensiones derivadas de la ascensión del populismo en sus propias filas desde la elección, en 2008, de la gobernadora de Alaska, Sarah Palin, como candidata a vicepresidenta junto a John McCain. En las semanas previas a la elección presidencial, la crisis bancaria de las hipotecas *sub-prime*, el hundimiento de *Lehman Brothers*, el rescate bancario¹ realizado por George W. Bush y la victoria de Obama reforzaron a los sectores más radicales del partido, organizados enseguida en torno al *Tea Party*.

El descontento republicano por el rescate a los bancos –que muchos entendieron como una traición a los principios del libre mercado y un acto de sumisión de Bush, McCain y Obama al *establishment* económico y al intervencionismo estatal–, combinado con las

¹ El rescate bancario recibió el nombre de *Troubled Asset Relief Program* (TARP) y requirió una inversión de 205.000 millones de dólares. Véase al respecto “The Legacy of TARP’s Bank Bailout Known as the Capital Purchase Program”, revisión realizada por el *Special Inspector General for the Troubled Asset Relief Program* en enero de 2015, https://www.sigtar.gov/Audit%20Reports/SIGTARP_CPP_Report.pdf.

políticas de Obama y los efectos de la transformación de la economía estadounidense fueron progresivamente dando suelo a movimientos ultranacionalistas en el espacio político del republicanismo que cimentaron el cambio de ciclo político de las elecciones presidenciales de 2016 a partir de lo que el renovador del pensamiento conservador norteamericano, el filósofo y politólogo Paul E. Gottfried, bautizó en 2008 como *alternative Right* (derecha alternativa, llamada también *alt-right*). La revisión del pensamiento conservador resume bien algunas claves de la agenda de Trump, tanto en la campaña como en los primeros meses en el despacho oval: nacionalismo, liberalismo fuertemente antiestatalista y anti-*establishment* (político o mediático), rebelión contra el multiculturalismo² o antifeminismo. Gottfried identifica claramente a los adversarios:

“En Europa Occidental y América del Norte, el Estado³ basa su poder en una multitud de seguidores: una clase baja (y ahora media) subvencionada por el Estado del bienestar, un firme sector público y una vanguardia de defensores públicos entre los medios y los periodistas. Sobre esta base, el régimen y sus defensores han podido marginar a su oposición”.⁴

Si las últimas dos décadas estuvieron marcadas por la hegemonía neoconservadora en el Partido Republicano, este nuevo período parece estar dominado por el llamado “paleoconservadurismo” (*paleoconservatism*), que se aleja de la tradición liberal estadounidense de los “padres fundadores”:

“La diferencia fundamental entre los neoconservadores y los paleoconservadores es esta: los neoconservadores pertenecen a la tradición modernista liberal-demócrata de Montesquieu, Madison y Tocqueville; los paleoconservadores son herederos del medievalismo cristiano y aristocrático, de San Agustín, Tomás de Aquino y Hooker. Los principios del neoconservadurismo son la libertad individual, el autogobierno y la igualdad de oportunidades; los del paleoconservadurismo son la fe religiosa –el cristianismo en particular–, la jerarquía y la prescripción”.⁵

² “Such a society does not arise unbidden but to a large extent is molded by government policies toward particular minorities and through the promotion of Third World immigration as an instrument of internal change... In the new multicultural as opposed to conventional multiethnic situation, the state glorifies differences from the way of life associated with the once majority population”. En P. Gottfried (2004), *Multiculturalism and the Politics of Guilt*, University of Missouri, p. 16.

³ En el original, “this state” se refiere al “managerial state” (traducido a veces como “Estado gerencial”, o “gobierno de gerentes”), término peyorativo con el que algunos autores critican que la gestión pública se haya convertido en un fin en sí misma y que se pretenda asentar en ella la renovación del estado del bienestar.

⁴ “In Western Europe and North America, this state rests its power upon a multitiered following: an underclass and now middle-class welfare state, a self-assertive public sector, and a vanguard of media and journalistic public defenders. Upon the basis of this following, the regime and its apologists have been able to marginalize their opposition”. En P.E. Gottfried (1999), *After Liberalism: Mass Democracy in the Managerial State*, Princeton University Press, Princeton, p. 139.

⁵ “The fundamental difference between neoconservatism and paleoconservatism is this: neoconservatives belong to the tradition of liberal-democratic modernity, the tradition of Montesquieu, Madison, and Tocqueville; paleoconservatives are the heirs to the Christian and aristocratic Middle Ages, to Augustine, Aquinas, and Hooker. The principles of neoconservatism are individual liberty, self-government, and equality of opportunity; those of paleoconservatism are religious –particularly Christian– belief, hierarchy, and prescription”. En G.L. Schneider (2013), *Conservatism in America Since 1930: A Reader*, NYU Press, (cont.)

Numerosas organizaciones han ido configurando este proceso de rearme ideológico, tanto en el campo académico-universitario como en las organizaciones políticas y sociales, muy próximas en algunos casos a las tesis supremacistas y a la extrema derecha, lo que ha producido episodios de violencia o exaltaciones radicales, como los gritos de *Heil Trump* con los que se saludó la victoria republicana en un acto del *National Policy Institute* de Richard Spencer.⁶ Estos movimientos sociales y políticos de la ultraderecha encontraron en Donald Trump un icono liberal-populista capaz de desafiar tanto al *establishment* del Partido Republicano como al resto de los actores dominantes, en el escenario nacional e internacional.

La torre de Trump: una “hipérbole verosímil”

Trump, presidente, no es la misma persona para el norteamericano que lo ha visto crecer –volver a crecer, y desmoronarse para poder crecer de nuevo–, evitar en helicóptero el atasco neoyorquino y batallar sus divorcios, y para quienes lo han descubierto ya en la política, como el campeón de la clase media dispuesta a ajusticiar al *establishment* capitalino.

Pese a la omnipresencia de la cultura popular estadounidense, el mundo descubrió a Trump durante las campañas electorales –la republicana y la presidencial– del año 2016. Para el estadounidense corriente, sin embargo, Trump formaba parte desde muchos años atrás del viscoso flujo electrónico de los programas de televisión y de la tinta de la prensa popular de las últimas cuatro décadas, cuando el *star-system* exportado por la industria cultural estadounidense lo integraban aún solamente actores y actrices de cine o televisión. Hoy, la familia Kardashian o los empleados de una casa de empeños de Las Vegas forman parte del imaginario televisivo de todo el mundo y la espectacularización de lo cotidiano ha convertido a los personajes de la “telerrealidad” en el elenco de los contenidos de cientos de canales. Pero en los 80 y los 90 el *star-system* social estadounidense no había saltado aún a la “telerrealidad”, y se servía como dieta doméstica en televisiones y tabloides locales, como el *New York Post* o el *Daily News*.

En las portadas de diarios apilados frente a metros y autobuses, Trump fue construyendo su personaje público de hombre de éxito adornado con las tramas del Olimpo de la ciudad: sus proyectos inmobiliarios y sus mesas de juego en el *Taj Mahal*⁷ de Atlantic City, sus divorcios y matrimonios, sus traiciones y victorias, sus bancarrotas y sus constantes resurrecciones minuciosamente diseccionadas en las columnas de sociedad de los diarios populares neoyorquinos. Como decía en 1987, “no me importa la controversia, y mis negocios tienden a ser ambiciosos. Además, conseguí mucho cuando era joven, y elegí vivir de una cierta manera. El resultado es que la prensa

Nueva York, p. 388.

⁶ Véase, por ejemplo “‘Hail Trump!': white nationalists salute the President-Elect”, *The Atlantic*, 21/XI/2016, <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/11/richard-spencer-speech-npi/508379/>.

⁷ El hotel, rebautizado como Hard Rock Hotel & Casino Atlantic City, reabrirá sus puertas en el verano de 2018. Véase <https://www.hardrockhotels.com/atlantic-city.htm>.

(cont.)

siempre ha querido escribir sobre mí”.⁸ La puesta en pie de la Trump Tower en Manhattan (1979-1983) ratifica simbólicamente su asentamiento entre los multimillonarios de “la gran manzana”, el triunfo del mito estadounidense del hombre hecho a sí mismo, por mucho que este nieto de emigrantes alemanes e hijo de emigrante escocesa tuviera una infancia y una vida de privilegios arropada por el éxito económico de los negocios inmobiliarios de su padre, Fred Trump. Pero la Trump Tower es sobre todo la metáfora de su famosa “hipérbola verosímil” (*truthful hyperbole*), la base de su estrategia de comunicación, “una forma inocente de exageración, pero una muy efectiva forma de promoción”.⁹ Desde entonces, los rascacielos con su nombre escrito han servido como símbolos del su éxito empresarial en Chicago, Honolulu, Las Vegas, Washington, Sunny Isles, White Plains, Estambul, Pune, Kolkata, Vancouver y Panamá –con otras en Punta del Este, Mumbai y Manila a punto de terminarse–.

Figura 1. Portadas de prensa popular sobre Trump en los años 90



Nota: portadas de *The New York Post*, del 12 y 15/II/1990, sobre el divorcio de Donald e Ivana Trump y su relación con la que sería su segunda esposa, Marla Maples. La última corresponde al *Daily News*, de Nueva York, 18/X/1997, al final de su segundo matrimonio.

Es su recurrencia en televisión y cine (con apariciones en series y películas, su programa de “telerrealidad” *The Apprentice* y anuncios de McDonalds, Nike, PizzaHut y Visa) la clave que le sirvió para salvaguardar su presencia en la cultura popular estadounidense, consciente de que el elemento central de la marca de sus empresas no era otro que él mismo, enfundado en su inconfundible traje (del que produjo una colección para la cadena de grandes almacenes Macy’s). Es el modo en el que se construyen las mitologías de la cultura popular, compartiendo los altibajos de las vidas privada y pública. “Mejor la mala publicidad que ninguna, la controversia vende”.¹⁰ Y,

⁸ “I don’t mind controversy, and my deals tend to be somewhat ambitious. Also, I achieved a lot when I was very young, and I chose to live in a certain style. The result is that the press has always wanted to write about me”. En Donald J. Trump y Tony Schwartz (1987), *Trump: The Art of the Deal*, Random House.

⁹ “I call it truthful hyperbole. It’s an innocent form of exaggeration – and a very effective form of promotion”, *ibid.*

¹⁰ “Good publicity is preferable to bad, but from a bottom-line perspective, bad publicity is sometimes (cont.)

sobre todo, la controversia garantiza la cobertura mediática, como mostraba el estudio de la consultora MediaQuant que valoró en 5.000 millones de dólares el coste de la presencia mediática de Trump en campaña.¹¹ Las 14 temporadas de *The Apprentice*¹² y la permanente recuperación de sus tramas en los programas de tertulias y crónica social de NBC, asentaron una masa de espectadores-votantes, y se convirtieron en el escenario semanal en el que Trump construía su personaje público de éxito, liderazgo y firmeza. El Trump presidente parece proyectar esa concepción del liderazgo personal en todas sus dimensiones, *l'état c'est Trump*, como brillantemente resumía Roger Cohen en el *New York Times*.

Los “estados divididos” de América: “Nobody builds walls better than me”

En un contexto que combina la crisis financiera de 2007-2008, la aceleración de la desregulación, la mundialización de flujos y procesos económicos, la digitalización y la automatización, las clases media y media-baja estadounidenses han atravesado unos años de debilidad como hacía décadas que no se vivían, con la tasa de desempleo¹³ alcanzando el 10% en octubre de 2009, una cifra que sólo se había sobrepasado en la recesión de los primeros 80 (1982-1983). La emigración se ha convertido fácilmente en el objeto de la ira del presidente Trump, proyectando sobre ella los miedos de los ciudadanos más débiles del país.

La atracción de personas de todo el mundo hacia las condiciones sociales, políticas y económicas de EEUU sigue siendo muy alta, fruto también del esfuerzo permanente del país por proyectar una imagen idílica a través de sus instrumentos de poder blando. Los datos de la Oficina de Migraciones muestran cómo en los últimos años la admisión legal de emigrantes ha sido intensísima, sólo equiparable –en la serie histórica– a la de 1910-1920: entre 2005 y 2016 al menos un millón de emigrantes legales llegaba cada año al país.¹⁴ Los extranjeros suponen hoy el 13,5% de la población estadounidense total –un peso relativo similar¹⁵ al de la década de 1920– aunque, con 43,7 millones, el tamaño absoluto de este grupo de población es el mayor de la historia del país. A ellos hay que añadir los emigrantes no documentados, que alcanzan los 11 millones según la

better than no publicity at all. Controversy, in short, sells”, ibid.

¹¹ Mary Harris (2016), “A media post-mortem on the 2016 presidential election”, *MediaQuant*, 14/XI/2016, <https://www.mediaquant.net/2016/11/a-media-post-mortem-on-the-2016-presidential-election/>.

¹² El programa se emitió por primera vez en NBC el 8 de enero de 2004; a partir de la séptima temporada (2008) pasó a llamarse *The Celebrity Apprentice* (el famoso-aprendiz), y su emisión se interrumpió en 2015, tras la emisión de la 14ª temporada, para regresar en 2017 ya sin Donald Trump al frente, sustituido por el actor y ex gobernador de California, Arnold Schwarzenegger.

¹³ Puede revisarse en la serie temporal del *Bureau of Labor Statistics*: <https://data.bls.gov/timeseries/LNS14000000>

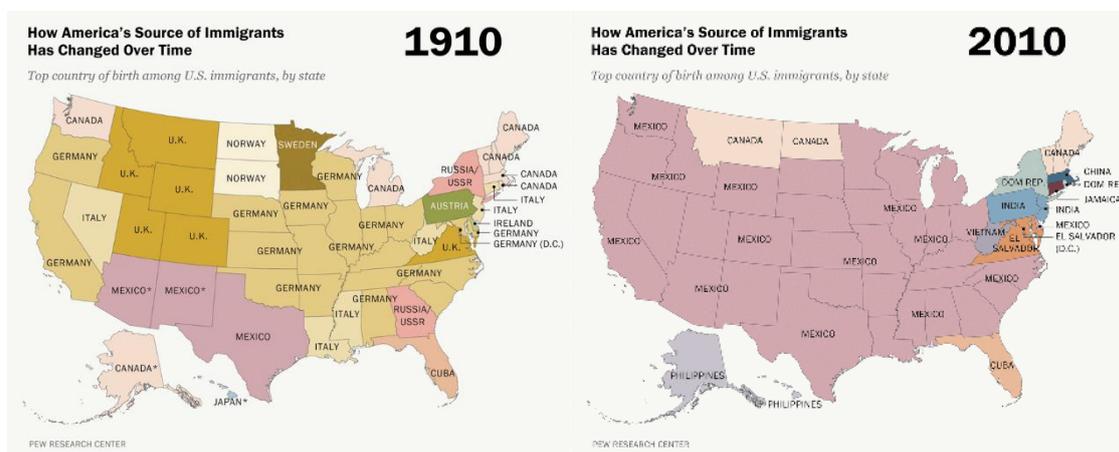
¹⁴ Entre 1904 y 1914, EEUU concedió estatus legal a casi 11 millones de emigrantes; este acumulado de 10 años sólo fue superado en la década 1999-2009. Véase Migration Policy Institute (2017), “Annual number of new legal permanent residents, fiscal years 1820 to 2016”, <https://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/Annual-Number-of-US-Legal-Permanent-Residents>.

¹⁵ El porcentaje de emigrantes en EEUU era del 13,2% de la población y en 2016 el 13,5%. Véase <https://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/immigrant-population-over-time>.

(cont.)

estimación del *Migration Policy Institute*, la mitad (56%) procedentes de México¹⁶ y el 80% latinoamericanos.

Figura 2. Evolución de la procedencia mayoritaria de los emigrantes a los estados de EEUU



Fuente: Pew Research Centre (2015), http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/12/2014/05/FT_15.09.28_ImmigrationMapsGIF.gif.

La combinación de la intensa llegada de extranjeros en la última década con la crisis económica con más impacto en el desempleo desde principios de los 80 ha producido un escenario en el que el discurso populista-polarizador de Donald Trump ha prendido rápida y fácilmente. Excluidos de los procesos políticos –aunque parte esencial de los económicos– los emigrantes son una víctima débil y sencilla para este tipo de mensaje electoralista. De los 43,7 millones de extranjeros que residían en EEUU en 2015 registrados por el *Census Bureau*, el 51% procedía de América Latina y de ellos el 27% de México.¹⁷ Poner la mira en el español es, de hecho, ponerla en los hispanos, el estereotipo más identificable de la emigración para el ciudadano medio estadounidense.

La lista de agravios del presidente hacia los hispanos se remota muy atrás, pero nos limitaremos a los últimos dos años. El 16 de junio de 2015, envuelto por los mármoles y dorados de su castillo neoyorquino, Trump anunciaba su carrera presidencial dedicando una parte central del mensaje a la migración mexicana:

“Cuando México manda a su gente, no manda a los mejores. No le mandan a usted, o a usted, mandan personas que tienen muchos problemas, y que nos traen esos problemas. Envían drogas, crimen, son violadores... y –asumo que también hay gente buena– he hablado con los guardias de frontera y me han explicado lo que pasa. Y es de sentido común: no nos mandan a la gente buena... Y eso se va a acabar, y se va a acabar rápido.”

¹⁶ MPI, “Unauthorized immigrant population profiles”, <https://www.migrationpolicy.org/programs/us-immigration-policy-program-data-hub/unauthorized-immigrant-population-profiles>.

¹⁷ Datos de American Community Surveys (IPUMS).

(cont.)

Esas palabras evocaban en la memoria colectiva norteamericana la llegada de los “marielitos” de Cuba en 1980, y mantenían la línea de su afirmación, en 2013, de que el aumento de los delitos en EEUU se debía a *blacks and hispanics*.¹⁸ Quizá por ello, en ese mismo acto, Trump anunció la construcción de un gran muro (“y nadie construye muros mejor que yo”, dijo) en la frontera sur, “y haré que México lo pague, tomen nota de mis palabras”.¹⁹ La emigración hispana se convertía para Trump, en símbolo de “lo no americano”, de lo extranjero, lo (malo) venido de afuera que su presidencia se empeñaría en erradicar para regresar a un pasado mejor, dándole a la lengua inglesa el estatus de signo central de (una determinada) identidad nacional.

El español es ajeno, foráneo, otro. En un mitin en Keene (New Hampshire), Trump acusaba a Marco Rubio de querer abrir las fronteras: “lo dijo en un discurso no hace mucho... no quería que os enterarais, así que lo dijo en español”.²⁰ Tocqueville señalaba en el siglo XIX la unidad lingüística como una de las claves del éxito de EEUU,²¹ pero mucho ha cambiado desde entonces; como subraya Hernández Nieto, EEUU afronta el problema colectivo de que un 8% de su población –el 18,9% en California– “no comprende la lengua mayoritaria del país y la lengua de la administración pública, o sólo puede mantener una comunicación muy básica en la misma”.²² Para Trump, la división de EEUU no es política, o económica: es identitaria, con la pérdida del inglés como señal de alarma. Esta división es el fruto de las erróneas acciones del pasado, no la consecuencia de la propia acción política de Trump, pese a que parezca servirse de la polarización como el eje de toda su estrategia de comunicación política.

Levantando un muro administrativo: “Speak English, not Spanish!”

Aunque la Constitución de EEUU no reconoce ninguna lengua como oficial,²³ los intentos para que el inglés lo fuera se remontan a 1923, y desde 1981 distintos miembros del Partido Republicano han encabezado seis iniciativas que, si bien no han tenido éxito

¹⁸ “*Sadly, the overwhelming amount of violent crime in our major cities is committed by blacks and Hispanics – a tough subject-must be discussed*”, <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/342190428675796992>.

¹⁹ La transcripción de CSPAN de esa parte de la intervención es: “*I would build a great wall, and nobody builds walls better than me, believe me, and I’ll build them very inexpensively, I will build a great, great wall on our southern border. And I will have Mexico pay for that wall. Mark my words*”, https://archive.org/details/CSPAN2_20150616_140000_U.S._Senate.

²⁰ En la transcripción de CSPAN: “*Made a speech not so long ago, in Spanish, saying he wants to open up the borders essentially. he didn’t want you people hearing it. So he made the speech in Spanish. That’s true*”, http://archive.org/details/CSPAN_20151003_200000_Donald_Trump_Campaign_Rally_in_Keene_New_Hampshire/start/677.5/end/718.

²¹ “Los emigrantes que vinieron, en diferentes períodos, a ocupar el territorio que cubren hoy día EEUU de América, diferían unos de otros en muchos puntos; su objetivo no era el mismo, y se gobernaban según principios diversos. Esos hombres tenían sin embargo entre sí rasgos comunes, y se encontraban todos en situación análoga. El lazo del lenguaje es tal vez el más fuerte y más durable que pueda unir a los hombres. Todos los emigrantes hablaban la misma lengua; eran todos hijos de un mismo pueblo”. En A de Tocqueville (1835), *La democracia en América*.

²² R. Hernández Nieto (2017), “La legislación lingüística en los Estados Unidos”, Observatorio de la Lengua Española y las Culturas Hispánicas en EEUU, Instituto Cervantes, Boston.

²³ La mayoría de los estados federados ha pasado leyes de oficialidad del idioma inglés, mientras otros tienen varios idiomas oficiales o no lo es ninguno.

(cont.)

a nivel federal, han sido mejor acogidas en muchos estados, gracias a organizaciones como US English²⁴ y su intensa tarea de *lobby*. Este movimiento conocido como *English only* –más bien *English official*, porque en muchos casos no promueve la prohibición de otras lenguas, sino el estatus predominante del inglés– se ha extendido por todo el país²⁵ y ha conseguido que la mayor parte de los estados tengan leyes de oficialidad del inglés, lo que ha ocurrido en al menos tres periodos:²⁶ hasta finales del siglo XX, con cinco estados declarando el inglés como lengua oficial (en Massachusetts la ley fue declarada inconstitucional); los últimos 20 años del pasado siglo (con el movimiento *English Only* y 20 estados aprobando leyes al respecto) y el repunte que se está produciendo en los últimos años (ocho estados con nuevas leyes), anunciando y reflejando las tensiones lingüísticas y migratorias que viven muchos territorios.

En 2017 son 32 los estados que tienen algún tipo de legislación de oficialidad del inglés.²⁷ En la mayor parte de los casos se trata de declaraciones simbólicas, de importancia política, pero cuyo impacto práctico –sobre el derecho electoral, laboral, tributario o sanitario– es muy matizable,²⁸ gracias a los característicos *checks and balances* del sistema político estadounidense.

²⁴ Véase <https://www.usenglish.org/>.

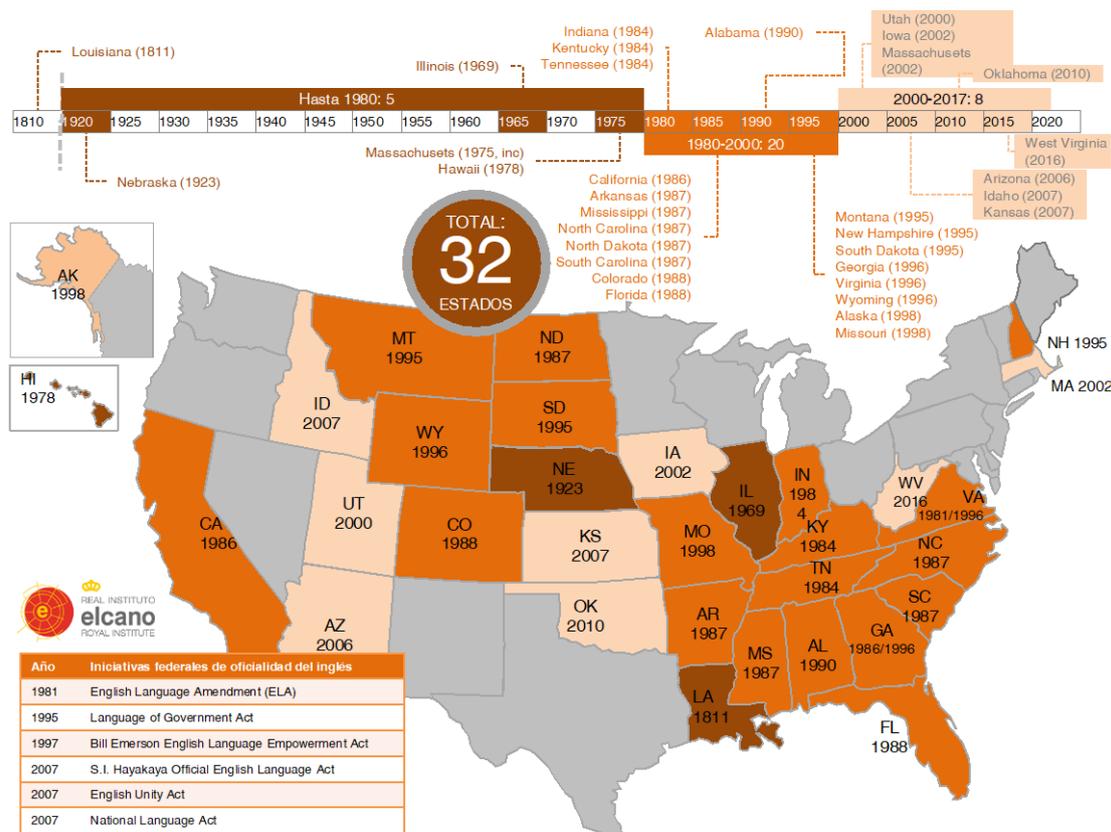
²⁵ Amy H. Liu y A.E. Sokhey (2014), “When and why do US states make English their official language?”, *The Washington Post*, 18/VI/2014, https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/06/18/when-and-why-do-u-s-states-make-english-their-official-language/?utm_term=.a130d3f704ce; y A.H. Liu et al. (2014), “Immigrant threat and national salience: understanding the ‘English official’ movement in the United States”, *Research & Politics*, vol. 1, nº 1, pp. 1-8.

²⁶ Véase Hernández Nieto (2017), pp. 12 y siguientes.

²⁷ US English, “Official English: what is official English”, <https://www.usenglish.org/official-english/about-the-issue/>.

²⁸ Véase Hernández Nieto (2017), pp. 88 y siguientes.

Figura 3. Aprobación de leyes de oficialidad del inglés



Fuente: elaboración propia sobre datos de US English y Hernández Nieto (2017).

Como puede suponerse, existe una relación directa entre estas iniciativas legislativas y el volumen de población migrante, pero una reciente investigación señala un desencadenante clave: “cuando la inmigración recibe mucha cobertura mediática, la visibilidad del tema parece impulsar a los estados... a responder con legislación que haga al inglés idioma oficial”. Frente al llamado *melting pot* en el que las lenguas de los emigrantes se habían diluido durante décadas, el español parecía resistir gracias a la intensa emigración de la década hispana de los 90 y al valor económico que, para las empresas privadas, el idioma español supone como herramienta de acercamiento a los 50 millones de hispanos y su poder de compra. Caso aparte es la situación política del estado libre asociado de Puerto Rico. El republicano Rick Santorum –más tarde competidor de Trump en las primarias republicanas– declaraba, antes del referéndum portorriqueño de 2012, que si la isla quería convertirse en estado, debía tener al inglés como idioma principal²⁹ (la Constitución de 1952 sólo exige conocer inglés o español a los miembros de la Asamblea Legislativa).³⁰

²⁹ Santorum aclaró unos días después que sus declaraciones habían sido tergiversadas: “Sea o no la lengua de aquí, el inglés debe enseñarse” (*EFE*, 16/III/2012). El referéndum de Puerto Rico, celebrado en 2012, terminó con la victoria de los partidarios de que el país se convierta en estado de la unión. Véase <http://eleccionespuertorico.org/2012/voto.consulta.php>.

³⁰ Véase Sección 5, Constitución del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, 1952, <http://www2.pr.gov/sobrepuertorico/documents/elaconstitucion.pdf>.

La tensión cultural mono/multilingüismo derivada de una sociedad norteamericana cada vez más diversa no es, por lo tanto, ninguna novedad. Muestra, más bien, los permanentes equilibrios y reequilibrios que el sistema estadounidense mantiene entre la política federal y la estatal, y recalca la complejidad de un país compuesto por 50 estados, con sus propias constituciones y legislaciones, y con realidades históricas y sociales más diversas de lo que en ocasiones parece. El actual contexto internacional en materia de política cultural favorece una perspectiva respetuosa con lo multicultural, y así lo reconoce el motor central de UNESCO desde 2005, la “Convención para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales”. Sin embargo, EEUU sigue sin suscribir el acuerdo y, más aún, hace unos meses anunció su decisión de abandonar, nuevamente, UNESCO como respuesta a las decisiones tomadas por la organización en materia de patrimonio en contra del criterio de Israel. La decisión no es sólo una forma de apoyo a Israel, ni un nuevo rechazo a los instrumentos multilaterales en el campo internacional, sino una declaración de disconformidad con el paradigma multicultural que define la actividad de UNESCO desde hace más de una década.

La presidencia de Trump ha asumido esta línea defendiendo la asimilación cultural³¹ de las culturas no anglófonas y rechazando el uso del español. Durante la campaña de primarias republicana, llamó la atención a su rival Jeb Bush por utilizar el español en sus mítines: “Debería dar ejemplo y hablar en inglés en EEUU”.³² O en su cuenta de Twitter: “Jeb Bush está loco, a quién le importa que hable mexicano, esto es América, ¡inglés!” [sic].³³ Más clarificadoras fueron sus palabras en el debate de primarias del 16 de septiembre de 2015 en la *Ronald Reagan Library* de California:

“Tenemos un país en el que para asimilarte, tienes que hablar inglés... Tenemos que tener asimilación, para tener un país tenemos que tener asimilación. No soy el primero en decirlo, muchas personas lo han dicho durante muchos años: este es un país en el que se habla inglés, no español [aplausos]”.³⁴

Esta legitimación del rechazo público al uso del español –de hecho, de cualquier idioma distinto al inglés– ha producido multitud de pequeños incidentes de violencia social

³¹ El término “asimilación cultural” se utiliza en sociología de la cultura para definir la incorporación de una cultura foránea dentro de otra que la acoge, contemplando este proceso como beneficioso para ambas, y fue utilizado en la primera mitad del siglo XX para explicar la homogeneización cultural en EEUU como un proceso no conflictivo. Uno de sus orígenes es el concepto de *melting pot* (crisol, o crisol de culturas), popularizado por la obra de Israel Zangwill “America is God’s Crucible, the great Melting-Pot where all the races of Europe are melting and re-forming” (*The Melting Pot*, 1908).

³² Matthew Boyle (2015), “Exclusive: Donald Trump fires back at Jeb Bush: he should lead by ‘speaking English’ while in the United States”, *Breitbart News*, 5/IX/2015, <http://www.breitbart.com/big-government/2015/09/02/exclusive-donald-trump-fires-back-at-jeb-bush-he-should-lead-by-speaking-english-while-in-the-united-states/>.

³³ “Jeb Bush is crazy, who cares that he speaks Mexican, this is America, English !”, 25/VIII/2015, 3:14, @realDonaldTrump.

³⁴ En la transcripción de *The Washington Post*: “We have a country, where, to assimilate, you have to speak English... We have to have assimilation – to have a country, we have to have assimilation. I’m not the first one to say this, Dana. We’ve had many people over the years, for many, many years, saying the same thing. This is a country where we speak English, not Spanish”, https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2015/09/16/annotated-transcript-september-16-gop-debate/?utm_term=.2d607270de7f.

(cont.)

xenófoba, como los reportados por el sitio *web* documentinghate.org, de la ONG ProPublica: reproches a latinos por hablar español en la calle o las escuelas, insultos cada vez más habituales –a menudo usando el término despectivo *spic*³⁵ o los gritos políticos usados como forma de agresión, como el caso de los aficionados blancos de un instituto que gritaban “Trump, Trump, Trump” a los jugadores del equipo contrario, mayoritariamente latinos y afroamericanos. Como trágicamente resumía el *The New York Times*,³⁶ el nombre del presidente se ha convertido en un abucheo racista.

El muro comunicacional: “The page you’re looking for can’t be found”

Igual que el desprecio a lo hispano estaba en los primeros minutos de su presentación como candidato, o que el muro fronterizo formaba parte de su campaña electoral, el muro comunicacional comenzaba a las pocas horas de la toma de posesión, el mismo 23 de enero: la Casa Blanca eliminó la traducción al español de su sitio *web* –como la información sobre el cambio climático o la dedicada a los colectivos LGTB–, que era sustituida por el mensaje, en inglés, “*the page you are looking for can’t be found*” (“no se encuentra la página que busca”). Pese a las declaraciones del secretario de prensa de la Casa Blanca, que afirmaba ese mismo día que era solo una medida temporal de ajuste del contenido del sitio *web*, un año después la página en español de la Casa Blanca sigue mostrando el mensaje de contenido inexistente. Curiosamente, un grupo de voluntarios ha comenzado a trabajar en una traducción de la página, que ofrecerán en whespanol.com.

Figura 4. La *web* en español de la Casa Blanca



Nota: tres momentos de la página en español de la Casa Blanca entre 2001 y 2017: durante la [presidencia de George W. Bush, en 2001](#); durante la presidencia de [Barack Obama, en 2010](#); y [la página que se mostraba desde el día de toma de posesión de Donald Trump](#). La dirección consultada fue, en todos los casos, <http://whitehouse.gov/espanol>.

³⁵ En opinión de la investigadora Frances Negrón-Muntaner, el término es muy anterior al de *Hispanic* y fue generado por los estadounidenses durante la construcción del canal de Panamá, para referirse a los trabajadores locales que no hablaban inglés (*no speak English*), y ha ido evolucionando hasta la forma actual, *spic*. Véase <https://www.univision.com/univision-news/united-states/the-true-origin-of-the-word-spic-the-racist-insult-aimed-at-hispanics>.

³⁶ D. Barry y J. Eligon (2017), “‘Trump, Trump, Trump!’ How a President’s name became a racial jeer”, *The New York Times*, 16/XII/2017, <https://www.nytimes.com/2017/12/16/us/trump-racial-jeers.html>.

(cont.)

La herramienta de comunicación favorita de Trump sigue siendo la red social Twitter, que el presidente emplea como permanente mecanismo de *bypass* mediático. La cuenta de Trump en la red social @realDonaldTrump es seguida por más de 46 millones de personas y ocupa el 20º puesto entre las más seguidas en todo el mundo.³⁷ La cuenta en español de la presidencia en Twitter,³⁸ @LaCasaBlanca, no fue cerrada tras la toma de posesión, pero en todo el primer año apenas publicó 184 mensajes, con una ratio de seguidores por tuit de apenas 21.000, cifras difícilmente comparables con la cuenta en inglés, @WhiteHouse, que en el mismo periodo publicó 2.800 mensajes con una ratio de 1,3 millones de seguidores por tuit. Muchos de los tuits de la cuenta @LaCasaBlanca fueron publicados en inglés, y muchos otros contenían faltas de ortografía o eran malas traducciones de otros mensajes en inglés.

La misma posición se ha trasladado a la relación con los medios de comunicación, bien hispanos o bien calificados de “progresistas” por el presidente, a los que Trump acusa de ser instrumentos al servicio de la elite política tradicional. La comunicación pública de Trump se ha esforzado en mostrar que, frente a la agenda mediática, existía una perspectiva distinta sobre los acontecimientos que la consejera del presidente, Kellyanne Conway, calificó de “hechos alternativos” (*alternative facts*).³⁹ La polarización política del país ha conducido en los últimos años a una evolución hacia un “pluralismo polarizado” en los medios,⁴⁰ con *Fox News* (la red de noticias de la compañía 21st Century Fox, y ahora en proceso de venta a Disney⁴¹), varios sitios de internet y la siempre politizada *talk radio*⁴² como principales defensores del discurso de Trump, frente al resto de cadenas de televisión que han mantenido una posición crítica con la presidencia de Trump. La referencia mediática de la comunidad hispana, Univisión, ha sido frecuente objeto de las iras del presidente, desde tiempo antes de la campaña.⁴³ El enfrentamiento más visible fue el que se produjo entre el periodista Jorge Ramos y Trump durante una rueda de prensa en Iowa, el 25 de agosto de 2015, cuando pidió a

³⁷ El dato es de enero de 2018; en ese momento la cuenta más seguida en Twitter era la de la cantante Katy Perry (108 millones de seguidores), seguida por el también cantante Justin Bieber (105 millones) y el ex presidente norteamericano Barack Obama (98 millones). Véase <https://twittercounter.com/pages/100>.

³⁸ Ambas cuentas de Twitter, @WhiteHouse y @LaCasaBlanca fueron creadas en enero de 2017.

³⁹ Declaraciones al programa de NBC *Meet the Press*, 22/1/2017. La discusión de la emisión puede verse en https://twitter.com/MeetThePress/status/823184384559878144?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fverne.elpais.com%2Fverne%2F2017%2F01%2F23%2Farticulo%2F1485164759_045882.html.

⁴⁰ Usando la terminología de Daniel Hallin y Paolo Mancini. Véase D.C. Hallin y P. Mancini (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge.

⁴¹ Véase <http://www.foxnews.com/entertainment/2017/12/14/disney-to-acquire-assets-21st-century-fox-in-52-4b-mega-deal.html>.

⁴² *Talk radio* es el nombre que reciben las emisoras de la radio estadounidense que emiten sobre todo programación basada en contenidos hablados y participación de la audiencia. La *talk radio* se extendió a partir de los años 90, después de que la *Fairness Doctrine* (el principio que obligaba a los radiodifusores a mantener el equilibrio ideológico en los contenidos) fuese declarada inconstitucional en 1987.

⁴³ En 2015 Trump demandó a Univisión cuando, tras las palabras de anuncio de su candidatura a la presidencia, la cadena hispana decidió rescindir el contrato que tenía para la difusión de los contenidos del concurso de Miss Universo. Véase, por ejemplo, <https://www.hollywoodreporter.com/thr-esq/donald-trump-sues-univision-500-806075>.

(cont.)

los miembros de seguridad que expulsaran al periodista de Univisión de la sala,⁴⁴ mientras le decía: “Vuélvete a Univisión”.

Conclusiones

Torres y muros contra el multiculturalismo

El discurso público de Trump ha utilizado constantemente a la emigración, a los hispanos, y al español para simplificar las causas de la crisis económica de la clase media estadounidense y atraer el voto del descontento. Pese a ello, las encuestas mostraban un considerable apoyo de votantes latinos a su candidatura, y los sondeos a pie de urna reflejaban que el apoyo de los votantes hispanos a Trump fue muy similar⁴⁵ (28%) al que obtuvo el anterior candidato republicano a la Casa Blanca, Mitt Romney, en 2012. Sin embargo, esas encuestas no fueron diseñadas metodológicamente para investigar conjuntos de población tan específicos y, a la luz de trabajos publicados en estos últimos meses, sobreestimaron el voto latino a Trump.⁴⁶

Y, pese a todo, muchos latinos le votaron. Como hemos explicado en varios análisis anteriores, la comunidad hispana de EEUU es mucho más compleja de como frecuentemente es retratada. El descenso de la emigración ha hecho que más mexicanos salgan de EEUU de los que entran,⁴⁷ las generaciones más lejanas al proceso migratorio familiar pierden progresivamente el español (más del 26% ya no lo habla en el hogar)⁴⁸ y una gran mayoría de los hispanos no cree que sea necesario hablar español para serlo⁴⁹ (el 71%). La comunidad hispana en EEUU está cambiando –no necesariamente hacia la asimilación– y esa transformación hace más complejo analizar el (minoritario, pese a todo) apoyo hispano a Trump desde los estereotipos tradicionales.

Es difícil hacer proyecciones futuras, pero algunas reacciones permiten pensar que la batalla entre el multiculturalismo y el paleoconservadurismo será larga. Como recuerda

⁴⁴ Véase, por ejemplo, http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150826_eeuu_donald_trump_rueda_prensa_jorge_amos_ex_pulsion_jg.

⁴⁵ Hillary Clinton tuvo menos respaldo del electorado hispano que Barack Obama (66% frente al 71%), según esas mismas encuestas. Véanse los trabajos al respecto de Pew Research, por ejemplo, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/11/09/behind-trumps-victory-divisions-by-race-gender-education/>.

⁴⁶ Véanse, por ejemplo, M. Barreto y G. Segura (2017), “Understanding Latino voting strength in 2016 and beyond: why culturally competent research matters”, *Journal of Cultural Marketing Strategy*, vol. 2, nº 2, pp. 190-201. Véase también “Did Latino voters actually turn out for Trump in the election? Not really”, *Los Angeles Times*, 11/1/2017, <http://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-pedraza-latino-vote-20170111-story.html>.

⁴⁷ Véase <http://www.pewhispanic.org/2012/04/23/net-migration-from-mexico-falls-to-zero-and-perhaps-less/>.

⁴⁸ Véase J.M. Krogstad, R. Stepler y M.H. López (2015), “English proficiency on the rise among Latinos”, Pew Research Center, 12/V/2015, <http://www.pewhispanic.org/2015/05/12/english-proficiency-on-the-rise-among-latinos/>.

⁴⁹ Véase <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/19/is-speaking-spanish-necessary-to-be-hispanic-most-hispanics-say-no/>.

(cont.)

el último informe del Observatorio en EEUU del Instituto Cervantes, el mismo día que Donald Trump ganaba las elecciones, los californianos votaban en referéndum mayoritariamente a favor (73,52%) de recuperar la educación bilingüe, y hace pocas semanas Massachusetts hacía lo mismo,⁵⁰ mientras seguía creciendo en muchos estados (ahora 29, más Washington DC) el “sello de bilingüismo” (*Seal of Biliteracy*),⁵¹ un certificado que se otorga a los estudiantes que demuestran el conocimiento de dos o más lenguas al llegar a su graduación de bachillerato, y los datos generales de enseñanza del español lo colocan como la lengua más estudiada en EEUU, en todos los niveles.⁵² En cualquier caso, la distancia de Trump con el español y lo hispano está claramente marcada. El presidente está decidido a que su mandato levante muros contra la emigración ilegal, contra la diversidad cultural que amenaza la grandeza de EEUU, contra el *establishment* político y económico que no cuida de los intereses de la clase media, muros que continúen atrayendo el pensamiento paleoconservador emergente en muchos sectores del país. Pero esos muros están contribuyendo a marcar más fuertemente aún las divisiones –ideológicas, étnicas, económicas– de la sociedad estadounidense.

La hipérbole, la bravata que confesaba en 1987 como esencia de su comunicación pública, no parece el mejor modo de hacer política doméstica ni internacional. La mayor parte de los observadores prefiere ver más bravatas e hipérboles en el primer año de Trump que amenazas efectivas; “*don’t read too much in it*”, como al parecer recomendaban los miembros de la Administración⁵³ sobre las amenazas a Corea del Norte. Pero los efectos de esas acciones son reales, y pueden terminar siendo incontrolables. La personalización máxima, la identidad entre la nación y Trump –que Lakoff⁵⁴ señala como metáfora clave de este período– da ante todo razones para la preocupación, afanado como parece el presidente más por el éxito inmediato, por la victoria en cada pulso, que por decisiones que tengan a medio o largo plazo otros objetivos distintos al de reforzar la (supuestamente perdida) hegemonía norteamericana. En sus clases del año 1975, el sociólogo francés Michel Foucault introdujo un concepto para reunir miserabilidad, ridículo y *maïestas*: “ubuesco”, el retrato grotesco del poder imaginado por Alfred Jarry en 1896 en *Ubú, rey*. Ningún adjetivo resumiría mejor, ni con más estupor, estos 12 meses.

⁵⁰ Sobre los resultados del referéndum de California (Proposición 58), véase <http://elections.cdn.sos.ca.gov/sov/2016-general/sov/2016-complete-sov.pdf>. Sobre la reforma del sistema educativo en Massachusetts y la *Language Opportunity for Our Kids* (LOOK), véase <https://malegislature.gov/Laws/SessionLaws/Acts/2017/Chapter138>.

⁵¹ Véase <http://sealofbiliteracy.org/>.

⁵² Véase el “Mapa Hispano de los Estados Unidos 2017” que anualmente elabora el Observatorio de la Lengua Española y las Culturas Hispánicas del Instituto Cervantes, pp. 30-32, http://cervantesobservatorio.fas.harvard.edu/sites/default/files/mapa_hispano_2017sp.pdf.

⁵³ Según el comentario del analista político Josh Dawsey, en Twitter. Véase <https://twitter.com/jdawsey1/status/895310022502219776>.

⁵⁴ Véase <https://georgelakoff.com/2017/08/01/the-president-is-the-nation-the-central-metaphor-trump-lives-by/>.