

EL DISCURSO POLÍTICO DE LA PRESIDENCIA TRUMP ANTES DEL COVID

THE POLITICAL SPEECH OF THE TRUMP PRESIDENCY BEFORE THE COVID

Felipe Debasa*

Tomás Aznar Sánchez**

*Universidad Rey Juan Carlos, España. E-mail: felipe.debasa@urjc.es

**Centro de Educación Superior de Negocios, Innovación y Tecnología (IUNIT), España.
E-mail: tomas.aznar@iunit.edu.es

Recibido: 22 mayo 2021 / Revisado: 2 agosto 2021 / Aceptado: 14 septiembre 2021 / Publicado: 15 octubre 2021

Resumen: En el 2021 finalizó la presidencia de Donald Trump en Estados Unidos, marcada por la aparición del acontecimiento fortuito de la pandemia causada por la Covid19. Esta investigación plantea un análisis de los discursos políticos del presidente Donald Trump efectuados antes de la pandemia. Utilizamos herramientas de procesamiento informático que permiten estudiar un gran volumen de datos. Con este trabajo confirmamos la estrategia discursiva del autor e identificar los pilares de sus planteamientos en la construcción del ideario político.

Palabras clave: Estados Unidos, Trump, análisis del discurso, Big Data, Humanidades Digitales

Abstract: In 2021, the U.S. Presidency of Donald Trump ended, marked by the appearance of the fortuitous event of the Covid19 pandemic. This research paper presents an analysis of President Donald Trump's political speeches made before the pandemic. We use computer processing tools which allow us to study a large volume of data. With this work we intend to confirm the author's discursive strategy and identify the pillars of his approach in the construction of his political ideology.

Keywords: United States, Trump, Discourse Analysis, Big Data, Digital Humanities

INTRODUCCIÓN

En la Grecia clásica se configura el *ars bene dicendi* (arte del buen decir) como un conjunto de herramientas y habilidades que pretendían alcanzar la persuasión del receptor. Aparece así la retórica entendida hoy en una de sus acepciones como la disciplina que estudia los discursos¹. Los discursos siempre han sido un elemento fundamental en cualquier carrera política. A lo largo de la historia nos podemos encontrar con grandes discursos que han inspirado a las presentes y las pasadas generaciones. Igualmente podemos destacar elementos del discurso que han trascendido a los emisores y se han convertido en testimonio de un acontecimiento o un planteamiento.

Los políticos o portavoces siempre han comprendido la importancia de aprovechar los espacios que se les otorgaban con mensajes que transmitieran sus intenciones y que sirvieran para complacer y convencer. Como indica Concepción Montiel (2010)² los discursos sirven para mostrar la cuota de poder de los políticos que los realizan puesto que, las palabras que emanan en cada

¹ García García, Francisco, "Una aproximación a la historia de la retórica", *ICONO 14: Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 3/1, (2005), pp. 1-28.

² Concepción Montiel, Luis Enrique, "El análisis del discurso y su relevancia en la teoría y en la práctica de la política", *Revista internacional de pensamiento político*, 5 (2010), pp. 15-32.

momento, cambian el rumbo de los países a los que se dirigen y deben ser minuciosamente analizados para poder comprenderlos en profundidad. Cada palabra o cada gesto tiene su análisis e implican unas características de los líderes que los realizan. Esos líderes no se toman a la ligera esas oportunidades que tienen de dirigirse al pueblo y tienen un gran equipo de asesores que les insinúan la línea que deben seguir, las actitudes que deben adoptar e incluso las ropas que deben ponerse. Desde tiempos inmemoriales, los discursos han tenido la posibilidad de dirigir a las personas, ennoblecerlas, motivarlas, impulsarlas e inflar sus espíritus. El análisis profundo y minucioso del discurso debe permitirnos conocer aspectos que debemos analizar para poder comprender toda la intención que se quiere manifestar. Para realizar este trabajo, podemos utilizar, en la actualidad, herramientas informáticas de análisis de grandes volúmenes de datos (Big Data). Se trataría de implementar metodologías transversales, empleando tecnología, que nos situarían en el novedoso campo de las Humanidades Digitales.

En la historia actual de los Estados Unidos, los presidentes han utilizado sus discursos para desplegar sus objetivos. Todos los presidentes han contado con grandes asesores que han buscado orientar sus discursos y convencer a los ciudadanos como han sido Michael Waldman, William Safire o Robert Lehrman, entre otros, quienes han dejado obras muy interesantes que nos permiten comprender cuál ha sido la deriva ideológica que han seguido los presidentes en función de sus intereses³.

Estados Unidos es uno de los países del mundo que sufre desde sus orígenes los riesgos de la polarización. Pese a los intentos de presentarse con una gran unidad que inclusive encontramos en su lema nacional “e pluribus unum” el primer presidente, George Washington, advertía en sus discursos de una disfuncionalidad y una polarización existente que llevarían sin remedio a enfrentarse dentro de los campos de batalla. Esa polarización ha sido creciente a lo largo de todos los distintos años de pervivencia de esa

³ Para poder comprender adecuadamente la importancia de los discursos en la política estadounidense es bueno acercarse a: Lehrman, Robert y Schnure, Erick, *The Political Speechwriter's Companion: A Guide for Writers and Speakers*, New York, Sage Publications, 2010; Safire, William, *On Language*, Washington, Time Books, 1980; Waldman, Michael, *My Fellow Americans*, Washington, Longman Publishing, 2004.

naciente democracia y se ha transmitido en una actitud irreconciliable de sus dos partidos que ha derivado en una merma de la confianza nacional inspirada en los cambios de políticas como las relacionadas con el cambio climático que han naufragado o prosperado según el presidente que ostentara el poder. Todos esos puntos podemos encontrarlos en los discursos de los presidentes que sirven de hoja de ruta populista que trata de convencer más que comprometer. Para el presidente Clinton sus discursos, según los analistas, lo ponían en posición de cercanía y confianza con los ciudadanos, lo que le sirvió de ayuda durante ciertas crisis de su gobierno. George W. Bush, en cambio, utilizó la dialéctica desde la posición que Lakoff (2004) denominó de “padre estricto”⁴ argumentando que la época del terror que se vivió durante su mandato le obligaban a adoptar, en todo momento, ese enfoque con la finalidad de proteger a los EEUU. Cuando Barack Obama llegó a la Casa Blanca sabía que tenía que aprovechar los medios para realizar un discurso nuevo utilizando las tecnologías existentes, puesto que sus antecesores no las habían aprovechado. Su mensaje pretendía emocionar, pero en todo momento ponía un gran énfasis en la figura del primer presidente afroamericano, puesto que su entrada al Despacho Oval era un hito que lo acercaba a todas las minorías. Ese hito le ponía en una posición estratégica para aunar a todas las personas con su sola presencia, por lo que el mensaje que debía utilizar debía ser esperanzador. Por ello unía su emotividad discursiva con la de otro gran comunicador afroamericano como fue Martin Luther King, que con su famoso “I have a dream”, ilusionó a las generaciones con la posibilidad de un sueño de América diferente. Un ejemplo de cómo un lema extractado de un discurso trasciende a su emisor, convirtiéndose en exponente de una idea, un acontecimiento o una consigna de lucha. En esa misma línea Barack Obama esbozó su “Yes, we can” con el que emocionó a una gran mayoría de estadounidenses pero que dejó, al final de su mandato, un gran número de descontentos que no se sentían representados por esas promesas vacías que desembocaron en una economía desgastada de muchas formas. Pese a que fue un mandato moderno, con un fuerte guiño hacia el feminismo, representado por la primera dama, y una gran participación de los diferentes estadios del poder dentro de todas las decisiones, el final se acentuaba con un gran deterioro de todos aque-

⁴ Lakoff, George, *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*, Madrid, Atalaya, 2004.

llos que se manifestaron altamente ilusionados con el gobierno de Obama. Durante su mandato se perdió su clara política identitaria lo que permitió que otros se hicieran con un hueco que las políticas de izquierda no supieron abordar (Lilla, 2018). Inclusive el presidente Obama fue torpe a la hora de burlarse de Donald Trump. Nadie podía sospechar que sus palabras en la cena de corresponsales del 2011 en contra de la posibilidad de una candidatura de gobierno de Donald Trump aumentarían el apetito político del empresario y lo llevarían a iniciar, con una feroz astucia, su carrera hacia la Casa Blanca⁵. Muchos aseguraron que se sintió ofendido por las palabras de Obama, pero desde otro punto de vista, el empresario se tomó la carrera hacia la Casa Blanca como otro de los muchos retos que se había auto-impuesto a lo largo de toda su vida. Si realmente la burla del presidente Obama fue el acicate que motivó su lucha política no queda claro, pero sin lugar a duda marcó un antes y un después dentro de su presencia en los medios y el uso que le dio a estos en pos de una carrera política.

Trump analizó la situación de los Estados Unidos con la presidencia de Obama y vio que el descontento generalizado era el caldo de cultivo donde afianzar su camino hacia la presidencia. Ese descontento mostraba una gran disfuncionalidad del sistema de la que podía aprovecharse (Fukuyama, 2014). En cierta medida, podemos deducir que, su carrera política fue como la dirección de sus grandes empresas sólo que está sería la mayor empresa que dirigiría durante su trayectoria financiera⁶. En ese momento nadie lo tomaba en serio y consideraban que el carismático empresario iniciaría un estéril proyecto político. Ese aliciente le llevó, el 16 de junio de 2015, a presentar su campaña electoral en la Torre Trump, donde realizó una declaración de intenciones que lo acompañaría durante todo su mandato “Estoy oficialmente en la carrera por la presidencia de los Estados Unidos, vamos a hacer a nuestro país grande de nuevo”. Frente a la anterior presidencia del “Yes, we can”, Trump se presentaba como un candidato que miraba hacia el determinante posesivo “nuestro” y ponía un punto y aparte en las relaciones con todos los de-

más. Su antecesor el presidente Obama mostró actitudes y actuaciones dialogantes, buscando siempre ponerse del lado de los interlocutores, Trump no, puesto que él buscaba involucrarlos. No tenía actitudes dialogantes, ni practicaba la escucha activa, pero sí les involucraba dentro de los procesos a través de sus discursos. Esto hizo que se ganara la confianza de un gran número de estadounidenses que veían, en el entonces candidato, alguien que iba a poner los Estados Unidos en primer lugar e iba a devolver “el nuestro” al lugar que le dieron los padres fundadores en sus primeras intenciones (no podemos dejar de olvidar que el nosotros se encuentra también en la frase más famosa que está impresa en su billete “En Dios nosotros confiamos”). Todo ello lo apoyaba con su presencia como hombre de negocios exitoso, que no buscaba en la presidencia la forma de enriquecerse pero que no dudó, como indica Vallespín (2017), en aumentar sus beneficios mediante un crédito político⁷.

Desde un primer momento Trump se presentó como un candidato alejado del establishment, lo cual tuvo una buena acogida, dado que muchos votantes se sentían abandonados por las élites políticas debido a la situación del país y eso hacía que vieran a Trump como un candidato del pueblo que prometía, en cierta medida como había hecho con sus empresas, levantar económicamente el país. Pese a que su contrincante fuera una mujer demócrata con una larga experiencia en política, el desgaste era claro y Trump comenzó a trabajar con mensajes cortos, muy repetidos, dirigidos al público. Esa estrategia sería la misma que seguiría durante todo su mandato⁸. Usaba mensajes esperanzadores y una dura crítica a todo lo anterior que, en cierta manera, venía también representado por la candidatura de Hillary Clinton. No dudó en ningún momento, utilizando esas “hipérboles veraces”⁹, presentar

⁷ Vallespín Oña, Fernando y Martínez-Bascuñán Ramírez, Mariam, *Las consecuencias políticas de la crisis económica*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2017.

⁸ Trump se presenta a sí mismo como un hábil negociador empresarial. Esta imagen comenzó a forjarse con su primer libro: Trump, Donald y Schwartz, Tony, *Trump: The art of the deal*, Random House, New York, 1987.

⁹ Sobre lo aprendido de su padre, Ivanka Trump publica en 2009 un libro considerado de autoayuda para jóvenes en el que ofrece consejos para lograr todo tipo de metas. Dos de ellos son, utilizar la incertidumbre a tu favor y jugar con la percepción ya que ésta es más importante que la realidad. Podría considerarse que estos planteamientos son la base de las

⁵ Baute, Milco, *¿Por qué Donald Trump?*, Tampa, Editorial Lulu, 2018, pp. 11-15.

⁶ Royo, Inés y Ureña, Daniel, “Análisis de la campaña presidencial de Donald Trump: claves y consecuencias”, *The Hispanic Council: Policy paper*, 7 (2015), pp. 1-9.

a una Hillary asociada a los grandes estadios de poder, como representante de ese establishment que él mismo se comprometía a hundir, puesto que los definía como los culpables de todos los males que azotaban a los Estados Unidos antes de su llegada, calificándoles incluso de *insiders* que buscaban enriquecerse a costa del país. Ese ataque al establishment era claro en política exterior y Trump supo cimentar esas críticas que eran claras e innegables con indica Walt (2018). Con ello supo, hábilmente, marcar una gran diferencia entre el “ellos” y el “nosotros” dejando patente su alejamiento de la tradicional élite política. Pocos podían pensar que, un magnate inmobiliario y showman de la televisión, consiguiera ponerse por delante de la candidata demócrata. Hillary ante esto no supo reaccionar y siguió manifestando un mensaje viejo y desgastado, infravalorando a un oponente que usaba una retórica presidencial desconocida hasta ese momento. Realmente Hillary no supo capitalizar sus intervenciones dejando que Trump monopolizara los discursos y en esos discursos él se ponía cómodo desconcertando a su oponente, pues no seguía ninguna línea argumental. Muchos analistas como Erlanger (2016) recalcaron que la campaña política que lo llevó a la presidencia fue una de las más variopintas de la historia de los Estados Unidos¹⁰. En cambio, pocos analistas internacionales podían entender que ese simple mensaje de Donald Trump y la confianza que el empresario, que ya se había enriquecido en varias ocasiones, plantearían una gran confianza para muchos votantes que lo impulsarían a convertirse en el 45º presidente de los Estados Unidos de América.

La llegada de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos de América del Norte supuso una gran sorpresa y un cambio dentro de la trayectoria de los anteriores presidentes. Sus primeros momentos en la Casa Blanca fueron la prueba de fuego para sus seguidores que, con satisfacción, vieron como el presidente cumplía en gran medida con sus promesas electorales y llevaba adelante un gran paquete de medidas que rompían con la trayectoria anterior y ponían el “nuestro” en un primer lugar como había prometido. Medidas como la bajada de impuestos

hipérboles veraces. Trump, Ivanka, *The Trump Card: Playing to Win in Work and Life*, Washington, Simon and Schuster, 2009.

¹⁰ Erlanger, Howard S., “Law & Social Inquiry” *Law Soc Inq*, 41, Journal of the American Bar Foundation (2016), pp. 464-464.

y el aumento del gasto público, abandono de ciertos acuerdos internacionales o la devaluación del dólar mostraron a un Trump con una clara convicción de generar un cambio económico significativo que pusiera a Estados Unidos en el camino de una rápida recuperación económica¹¹. Con ello terminó de convencer o de alejar a muchos estadounidenses que se preparaban para una presidencia que, en todo caso, no sería aburrida.

Esto queda fielmente reflejado en sus discursos, que han sido analizados para poder evidenciar su forma de actuar¹². Con esos discursos, que en muchos momentos parecían inconexos y repetitivos¹³, Trump captó la atención de las masas, que veían en él un político cercano, con una clara convicción de servir al país y que tenía un gran bagaje económico y empresarial que, sin duda, beneficiaría a los Estados Unidos. Analizar la forma de actuar del entonces presidente nos permite comprender sus estrategias y nos alejan de las primeras impresiones que ofreció el político a sus mayores detractores. Este estudio nos permite comprender la clara intencionalidad que Trump mostraba en sus discursos utilizando un adecuado manejo del lenguaje. De esta forma podemos comprobar cómo, el entonces presidente, involucraba claramente a todos los ciudadanos dentro de todo su gobierno, algo que no deja de llamar la atención, cuando durante su campaña electoral antes de su presidencia se le censuraba por poner su persona y su empresa por delante de las necesidades de los Estados Unidos. Autores como Rice (2017)¹⁴ o Munday (2017)¹⁵ han analizado en profundidad el discurso inaugural de Trump pero no se había realiza-

¹¹ Aguirre, Mariano, *Salto al vacío*, Barcelona, Icaria editorial, 2017.

¹² Meyer Rodríguez, José Antonio et al., “Discurso y polarización. Trump y México en las relaciones bilaterales sobre migración y libre comercio”, *Más poder local: Investigación*, 33 (2017), pp. 42-52.

¹³ Benlloch Rodríguez, Paloma, *El discurso de Donald Trump. El discurso escrito frente al improvisado: Análisis, estudio y clasificación de las dificultades para su clasificación*, (Trabajo de Fin de Grado), Madrid, Universidad de Comillas, 2018, pp. 19-40.

¹⁴ Rice, Justin, *Does Trump Really Have the Best Words? A statistical analysis of Trump's inaugural address*, 20 de enero de 2017.

¹⁵ Munday, Jeremy, “A model of appraisal: Spanish Interpretations of President Trump's inaugural address 2017”, *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*, 26/3 (2017), pp. 180-195.

do una comparativa tan amplia entre todos ellos como la que vamos a desarrollar.

Se trata de un estudio que emplea herramientas informáticas de procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos. De no utilizarse estas herramientas, sería muy difícil obtener resultados similares. Por tanto, el análisis ofrece nuevas posibilidades para la investigación. El objetivo principal es demostrar cuál es la estrategia discursiva del político analizando los resultados obtenidos mediante el procesamiento informático. El trabajo está estructurado en una explicación de la metodología, un análisis de la transmisión del mensaje político a través de la palabra y un estudio de los discursos de Trump para demostrar el objetivo que planteamos con esta investigación.

1. METODOLOGÍA

Esta investigación se realiza con un análisis de bibliografía especializada, una aproximación exploratoria y un posterior análisis cualitativo y crítico enmarcado en el contexto histórico. Este tipo de metodologías comenzaron a utilizarse gracias al desarrollo de la informática a finales del siglo pasado. Behar (1993)¹⁶ diferencia el análisis textual clásico, del realizado mediante programas¹⁷ informáticos¹⁸. Burrows (2004)¹⁹ explica que, mediante técnicas de análisis de datos masivos o Big Data a disciplinas como la historia, nos encontramos en el área de las Humanidades Digitales.

Análisis textual es un término extenso que describe diversas metodologías para la investigación del texto escrito e impreso. El texto es una importante fuente de la que se pueden obtener numerosos recursos. En nuestro caso concreto, el análisis textual es el proceso informatizado para analizar textos escritos e impresos utilizando in-

teligencia artificial mediante programas de computación. Los resultados nos permiten extraer información muy relevante, que no podría ser obtenida sin la ayuda de la computación informática.

Para la presente investigación hemos identificado y seleccionado un volumen representativo de discursos efectuados por el presidente norteamericano Donald Trump, antes de la pandemia. Los discursos se han realizado en diferentes ámbitos primando, no obstante, los discursos semanales del presidente. Hemos secuenciado sesenta y un discursos realizados entre el 28 de enero de 2017 y el 24 de septiembre de 2019. Los hemos compilado en letra cuerpo 14, pasando a ocupar setenta y cinco páginas, 39.505 palabras y 243.939 caracteres con espacios. La selección de discursos es la siguiente:

1. 28/01/2017 Discurso semanal del presidente
2. 03/02/2017 Discurso semanal del presidente
3. 10/02/2017 Discurso semanal del presidente
4. 17/02/2017 Discurso semanal del presidente
5. 25/02/2017 Discurso semanal del presidente
6. 03/03/2017 Discurso semanal del presidente
7. 10/03/2017 Discurso semanal del presidente
8. 16/03/2017 Palabras con la primera ministra Enda Kenny, Irlanda
9. 18/03/2017 Discurso semanal del presidente
10. 25/03/2017 Discurso semanal del presidente
11. 31/03/2017 Discurso semanal del presidente
12. 07/04/2017 Discurso semanal del presidente
13. 14/04/2017 Discurso semanal del presidente
14. 21/04/2017 Discurso semanal del presidente
15. 28/04/2017 Discurso semanal del presidente

¹⁶ Behar, Julia, "Aproximación al análisis textual informatizado". *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 59 (1993), pp. 61-78.

¹⁷ Murillo Medrano, Jorge y Vergara Heidke, Adrian, "Una propuesta de análisis textual a partir de los postulados del análisis crítico del discurso", *Revista de filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 30/1 (2004), pp. 205-218.

¹⁸ Satriano, Cecilia R. y Molosconi, Nora, "Importancia del análisis textual como herramienta para el análisis del discurso", *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 9 (2000), pp. 47-53.

¹⁹ Burrows, John, "Textual analysis", en Schreibman, Susan et Al., *A companion to digital humanities*, Oxford, Blackwell, 2004, pp. 323-348.

16. 05/05/2017 Discurso semanal del presidente
17. 12/05/2017 Discurso semanal del presidente
18. 19/05/2017 Discurso semanal del presidente
19. 26/05/2017 Discurso semanal del presidente
20. 02/06/2017 Discurso semanal del presidente
21. 16/06/2017 Discurso semanal del presidente
22. 23/06/2017 Discurso semanal del presidente
23. 26/06/2017 Recepción en honor al primer ministro Narendra Modi, India
24. 30/06/2017 Discurso semanal del presidente
25. 07/07/2017 Discurso semanal del presidente
26. 14/07/2017 Discurso semanal del presidente
27. 21/07/2017 Discurso semanal del presidente
28. 28/07/2017 Discurso semanal del presidente
29. 04/08/2017 Discurso semanal del presidente
30. 25/08/2017 Discurso semanal del presidente
31. 01/09/2017 Discurso semanal del presidente
32. 08/09/2017 Discurso semanal del presidente
33. 15/09/2017 Discurso semanal del presidente
34. 19/09/2017 Almuerzo con el secretario general de Naciones Unidas
35. 22/09/2017 Discurso semanal del presidente
36. 29/09/2017 Discurso semanal del presidente
37. 06/10/2017 Discurso semanal del presidente
38. 13/10/2017 Discurso semanal del presidente
39. 06/11/2017 Cena con el primer ministro Shinzo Abe, Japón
40. 07/11/2017 Cena con el presidente Moon Jae-in, de Corea del Sur
41. 09/11/2017 Cena con el presidente Xi Jinping, R. P. de China
42. 11/11/2017 Almuerzo con el presidente Tran Dai Quang, Vietnam
43. 09/12/2017 Discurso semanal del presidente
44. 16/12/2017 Discurso semanal del presidente
45. 30/12/2017 Discurso semanal del presidente
46. 11/02/2018 Discurso semanal del presidente
47. 10/03/2018 Discurso semanal del presidente
48. 31/03/2018 Discurso semanal del presidente
49. 13/04/2018 Discurso semanal del presidente
50. 24/04/2018 Cena con el presidente Emmanuel Macron, Francia
51. 27/04/2018 Discurso semanal del presidente
52. 16/06/2018 Discurso semanal del presidente
53. 23/06/2018 Discurso semanal del presidente
54. 06/06/2018 Discurso semanal del presidente
55. 27/07/2018 Discurso semanal del presidente
56. 03/08/2018 Discurso semanal del presidente
57. 25/09/2018 Almuerzo con el Secretario General de Naciones Unidas
58. 24/02/2019 Cena con la Asociación Nacional de Gobernadores
59. 03/06/2019 Almuerzo con la reina Isabel II, Reino Unido
60. 20/09/2019 Cena con el primer ministro Scott Morrison, Australia
61. 24/09/2019 Almuerzo con el Secretario General de las Naciones Unidas

Esta selección de discursos se ha realizado para poder comprender cómo semanalmente el presidente manifestaba una selección de sus ideas al país. Hay otros discursos de Donald Trump mucho más profundos pero la intención de este análisis era poder comprender como, en su semana a semana, el presidente buscaba recalcar los mismos mensajes. Esos mensajes eran cortos y claros, no buscaban una gran profundidad, pero sí pretendían tener un gran calado entre los estadounidenses por lo que hemos comprendido que se repetían continuamente a lo largo de estas reflexiones semanales lo que ha servido para poder demostrar la profundidad de sus ideas. Se ha realizado una excepción con los discursos de diferentes almuerzos o cenas con dignatarios extranjeros puesto que hemos detectado que eran una clara continuación de los discursos semanales por lo que estos reforzaban nuestro objeto de estudio demostrando el talante simple y populista de los discursos de Donald Trump.

2. EL MENSAJE POLÍTICO A TRAVÉS DE LA PALABRA

Sobre la figura de Donald Trump se han realizado, durante los últimos años, profundos análisis para poder desentrañar algunas de sus incógnitas. Este año se conmemora el 245 aniversario de la Independencia de los Estados Unidos. Si lo comparamos con muchos de los países de la Unión Europea podemos entender la juventud de este país y que contrasta con la importancia que han tenido a nivel mundial, especialmente con la construcción del Mundo Actual desde el final de la II Guerra Mundial. Muchos de los líderes norteamericanos han marcado un antes y un después dentro de la política internacional, y en esta línea nos encontramos con la presidencia de Donald Trump.

No es sorprendente que esta presidencia haya sido calificada por algunas voces como una de las más convulsas de los Estados Unidos y que como legado haya dejado un país fragmentado en dos. Parece asombroso cómo el empresario consigue llegar a presidente, después de ser tan denostado por sus numerosas apariciones públicas previas a su vida política y por su, paradójica y pública, vida privada. Que con todo su bagaje anterior consiguiera ilusionar, involucrar y motivar a un gran número de votantes que lo llegaron a defender vehementemente no deja de resultar paradójico, puesto que muchos de esos mismos votantes, anteriormente no lo tomaban en serio

puesto que lo consideraban un personaje televisivo con poca credibilidad.

En esta investigación identificamos el mensaje político a través de los discursos de Trump. Mediante un programa de análisis informático de macrodatos o Big Data hemos identificado las cincuenta palabras más empleadas por el presidente Trump junto a sus variantes. Algunas de estas son: nuestro y nuestros o Estado y Estados. Con esta investigación ponemos de manifiesto que la palabra más empleada es “nuestro” con su plural “nuestros” que ocupa casi un 1% del total del contenido de los discursos. En cuarto lugar, nos encontramos con el pronombre posesivo “nuestra” y su plural “nuestras” con un porcentaje ponderado del 0,78%. La suma de ambas palabras y sus variantes alcanza un 1,63% del total de los términos empleados en los discursos

Tabla 2.1. Las 50 palabras más utilizadas y sus variantes.

Palabra	Porcentaje ponderado	Palabras similares
nuestro	0,93%	nuestro, nuestros
estadounidenses	0,82%	estadounidense, estadounidenses
Estados	0,80%	Estado, Estados
nuestra	0,78%	nuestra, nuestras
Unidos	0,69%	unido, unidos
presidente	0,45%	presidente, presidentes
Gracias	0,40%	gracia, gracias
Todos	0,38%	todos
Pueblo	0,32%	pueblo, pueblos
Trabajo	0,31%	trabajo, trabajos
estamos	0,31%	estamos
Mucho	0,26%	mucho, muchos
también	0,22%	también
muchas	0,21%	mucha, muchas
Hacer	0,20%	hacer
Mundo	0,20%	mundo
bendiga	0,20%	bendiga
familias	0,20%	familia, familias
Hemos	0,19%	hemos
naciones	0,19%	nacional, naciones
Trump	0,19%	Trump
Ahora	0,18%	ahora
semanas	0,18%	semana, semanas
Nación	0,18%	nación
Primer	0,17%	primer
grandes	0,17%	grande, grandes
Nuevo	0,17%	nuevo, nuevos

crara en cualquiera de sus manifestaciones, llegando a recibir el matiz de populista pese a que anteriores demócratas como Bernie Sanders ya habían tratado de usar esta estrategia para las elecciones. El objetivo claro era cimentar la clara percepción entre el “buen pueblo” y la “élite corrupta” como nos dicen Mudde y Rovira (2019). El matiz de “populista” lo utilizaron para definirle durante todo su mandato sin llegar a comprender, como nos dice Errejón (2011), qué entendemos cuando hacemos alusión a esa palabra²². Para muchos era “populista” por su manera de dirigirse al pueblo, dirigía al pueblo huyendo de las élites, lo que para Jagers y Walgrave (2007) sería una clara clasificación de lo que se puede entender por populismo²³. Para Trump, como podemos ver en el análisis de palabras realizado, el centro de todo era el pueblo, tratando de convertirse en el portavoz de ese pueblo con independencia de si sus tendencias políticas los llevaban a la izquierda o a la derecha. Al realizar eso Trump generó un lazo entre sus adeptos que, como indica Canovan (1999), se convertía en algo personal y por ende mostraba un presidente con un gran número de fieles seguidores que harían lo que fuera por su dirigente²⁴. Él no dudaba en acusar en sus discursos al Sistema Político de todos los males que azotaban al país, haciéndolos responsables del sufrimiento de los ciudadanos y presentándose como la única alternativa posible para conseguir un cambio. Con orgullo Donald Trump miraba a los anteriores presidentes para poder empaparse de ellos durante su mandato. En concreto se detenía como indica Rusell Mead (2002) en el presidente Jackson que buscó dar prioridad a la seguridad de sus ciudadanos y que Trump lo convirtió en ese proteccionismo de los intereses estadounidenses.

Tras el anterior mandato de Obama, en el que el pueblo se había ilusionado con el “sí se puede”, pero que dejó un país con una profunda crisis económica, Trump comprendía que no se podía permitir ninguna política que no se entendiera desde un punto de involucrar a todos

los y las votantes que le habían llevado hasta la Casa Blanca y, como no, también al resto de los estadounidenses. Es por ello que la palabra más repetida en todos sus discursos a partir de ese momento, dejando de lado su inicial “haremos” pasó a un “nuestro” que involucrara a todos. No deja de ser interesante analizar como uno de los mejores presidentes de los Estados Unidos, Abraham Lincoln, en su Discurso de Gettysburg del 19 de noviembre de 1863 hizo referencia a “nuestros padres” aludiendo a la igualdad de todos los estadounidenses y podemos afirmar que esa misma línea discursiva es la que Trump siguió durante todos sus discursos previos a la llegada de la pandemia. “Nuestros padres” hace referencia, sin lugar a dudas, a la necesidad de que todos, de una forma o de otra, se involucren en el proyecto a desarrollar. Quizás esta sea una de las características como indica Vallespín (2017) en la cual ese populismo, al que antes hemos hecho referencia, busca el bienestar comunitario para lo que haría falta que todos se involucran en ese proyecto común que ayudará a la búsqueda del bienestar²⁵. Es por ello que esto nos presenta a un Donald Trump inclusivo, muy alejado de la imagen que tenía anteriormente como empresario, donde buscaba únicamente su bienestar y que lo llevaron durante cincuenta años a enriquecerse con sus numerosos proyectos empresariales desarrollados por diferentes lugares. No nos queda duda que dentro de esa tendencia populista Donald Trump intentaba en todo momento presentar que su mandato otorgaba una democracia más inclusiva lo que han descrito perfectamente Rivera, Zarzalejos y Del Palacio (2017).

De esa forma, siguiendo esa línea discursiva, “nuestro” le hacía presente en los hogares de todos los estadounidenses, puesto que el problema de uno era el problema de todos. Sus acciones proteccionistas, que alejaban a los Estados Unidos del resto del mundo, se podían comprender desde un “nuestro” que daba un sentido a una política proteccionista, poniendo a “nuestro pueblo” por delante de todo, para poder implicar dentro de sus acciones a todos fueran de la ideología que fueran y poniendo las tildes donde hacían falta. Esa referencia convertía toda la acción del presidente en un “nosotros” y “ellos”, convirtiendo ese nosotros en los estadounidenses y el ellos en el resto del mundo, por lo que el objetivo de toda su política interior era pro-

²² Errejón Gálvez, Iñigo, “Política, conflicto y populismo (I) la construcción discursiva de identidades populares”, *Viento Sur: Por una izquierda alternativa*, 114 (2011), pp. 75-84.

²³ Jagers, Jan y Walgrave, Steffan, “Populism as political communication style: An empirical study of political parties’ discourse in Belgium”, *European Journal of Political Research*, 46/3 (2011), pp. 319-345.

²⁴ Canovan, Margaret, “Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy”, *Political Studies*, 47/1 (1999), pp. 2-16.

²⁵ Vallespín Oña, Fernando y Martínez-Basculán Ramírez, Mariam *Las consecuencias políticas...* op. cit.

teger a los estadounidenses protegiendo el país y el resultado en su política exterior era alejarse de todo aquello que no les beneficiara. En sus discursos podemos encontrar multitud de referencias a nuestro pasado y nuestro futuro, a nuestros intereses, nuestros ciudadanos, nuestro pueblo, nuestros fuertes vínculos, nuestros problemas, nuestros corazones, nuestro sistema tributario, nuestros trabajadores... un sin número de referencias a ese “nuestro”, que convertía los discursos de Donald Trump, en una auténtica llamada a mirar hacia esa “América primero” a la que tantas veces hizo referencia y con la que se defendía a la hora de realizar ciertas acciones durante todo su gobierno. Esa mirada también pretendía que se mirara hacia un orgullo que se había perdido puesto que, según Trump, los Estados Unidos habían sido grandes en el pasado y había que defender acciones de gobierno que restauraran esa gloria pasada. Esta defensa le enfrentaba en muchos momentos, como hemos indicado, a las posiciones anteriores que presentaba como las realizadas por élites conspiratorias, siguiendo de esa manera una de las características más importantes con las que Hawkins (2010) identificaba al “populismo”²⁶.

Con el análisis de los discursos y siguiendo la clara estrategia, que hemos visto con anterioridad, también vemos entre las primeras palabras más repetidas entre sus mensajes, las numerosas referencias a los estadounidenses que se convertían en los férreos receptores y destinatarios de todos sus mensajes. Además, en sus discursos, empleaba en un gran número de momentos la palabra “gracias”, con la que buscaba la unión de esos estadounidenses dentro de un mensaje positivo. No deja de ser sorprendente descubrir como Donald Trump buscaba en todo momento la unión de los estadounidenses en torno a la figura del presidente. Esa unión era fundamental para él puesto que lo ratificaba en las múltiples acciones que realizó durante todo su mandato. Esa misma unión fue la que demandó a sus fieles en sus últimos momentos y que ocasionaron los disturbios finales que no dejan de ser fácilmente comprensibles si entendemos que ha sido un presidente que ha tratado de involucrar e implicar a todos dentro de sus soflamas llegando a entrar en conflicto, con todas las instituciones, cuando las cosas no salieron como él pensaba que debían de salir.

²⁶ Poblete, Mario, “Kirk A. Hawkins, Venezuela’s Chavismo and Populism in Comparative Perspective”, *Revista de ciencia política*, 31/2 (2011), pp. 311-316.

Antes de ser presidente de los EE. UU., Trump hablaba de sí mismo en tercera persona, por lo que, en el caso de aplicar la metodología de esta investigación, probablemente su apellido hubiera sido una de las palabras más utilizadas. Al llegar a la Casa Blanca seguirá con la misma constante de referirse a sí mismo en tercera persona, pero ahora como presidente²⁷.

Pese a todo, esa referencia, unida al “nuestro” transmitía la firmeza de que el pueblo era el que dirigía el país y no los políticos. Eso hace que la presidencia esté al alcance de todos y la llegada al poder de este presidente ponían de manifiesto esa realidad, puesto que, si un empresario podía llegar al despacho oval cualquiera lo podría hacer, lo que en cierta medida presentaba a Trump como el candidato del pueblo quien, revisando el pasado histórico caminaba hacia la reconstrucción del país para hacer algo nuevo y mejor que fuera el orgullo de los estadounidenses. Con ello pretendía, como nos indica Gutiérrez (2006) dentro de las características del “populismo”, confirmar a los partidarios y atraer a los indecisos para que se involucraran en el proyecto²⁸.

Dentro de esas cincuenta palabras más utilizadas también encontramos la palabra extranjero. Su lugar estaría al final de la lista y también resulta llamativo ese lugar puesto que una de las acciones más comentadas y más polémicas de Donald Trump, durante la precampaña, era la construcción del famoso muro entre México y los Estados Unidos con el que quería mantener a los extranjeros, que, según él, usurpaban el trabajo de los estadounidenses, fuera del país. Esa convicción fuertemente defendida que hizo correr ríos de tinta antes de su llegada a la Casa Blanca hubiera servido para percibir que sería una de las primeras diez palabras que el presidente utilizaría en sus mensajes, pero no resulta así, por lo que sirve para comprender como Donald Trump, contrariamente a lo que todos esperaban, antes de la llegada de la Covid19 realizó discursos con palabras positivas huyendo de lo que muchos esperaban de él. Existe un uso de la palabra extranjero, pero esa palabra no monopolizó el contenido de sus discursos, con lo que queda demostrada su posición de acercar posturas entre todos los

²⁷ Caballo, Vicente E., “Un análisis psicológico de Donald Trump”, *Psicología Conductual*, 25/1 (2017), pp. 227-249.

²⁸ Gutiérrez, Silvia, *La construcción del miedo y la incertidumbre en los discursos de George Bush sobre la guerra contra Irak* (paper), México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2006.

estadounidenses, preocupándose de lo de dentro y olvidándose de lo de fuera.

También, frente a anteriores presidentes no encontramos entre las primeras cincuenta palabras la referencia a terroristas, tanto internos como externos. Todos los analistas pensaban que Donald Trump trabajaría con esa palabra para poder convencer a los medios administrativos de los Estados Unidos de realizar ciertas acciones políticas, pero, el análisis realizado no ha encontrado que esa palabra fuera una constante. No podemos olvidar que, durante el mandato de Trump, los Estados Unidos no intervinieron en guerras internas o externas e incluso realizó una numerosa retirada de efectivos militares estadounidenses de Irak o Afganistán. Con ello se manifiesta que, pese a que muchos pensaban que Trump se agarraría al miedo para gobernar, sus acciones constantes en otra línea, han mostrado que su central interés fue el de cumplir sus promesas electorales que se vieron alteradas por la llegada de la pandemia.

Junto al nosotros existen, dentro de los discursos, profundas referencias al deber, respetar, proteger... ese uso de infinitivo, como nos indica Palmerini (2018), adquiere una gran importancia en los discursos al permitir que se conviertan en ideas atemporales, que no se presentan susceptibles a los accidentes verbales por lo que pluralizan y extienden las posibilidades de cualquiera de los mensajes que se quieran transmitir²⁹.

Con todo podemos indicar que este análisis realizado nos presenta un gran desconocido para todos, cuya política interior se basa en y para los estadounidenses. Sus discursos muestran el orgullo patrio, algo que también se vio reflejado en sus antecesores, pero que en él adquiere una mayor relevancia, puesto que, nadie esperaba que el enriquecido empresario, tan acostumbrado a hacer propio todo lo de otros, buscara ese orgullo patrio para hacerlo una de las líneas claves del desarrollo de su política interior y exterior. Para hablar de los Estados Unidos podía haber hecho uso de esa “hipérbole veraz” tan característica dentro de sus discursos, pero no lo necesitaba puesto que utilizaba la palabra “nuestros” para hablarles de lo que los ciudadanos ya conocían: sus campos, sus tierras, sus ciu-

²⁹ Palmerini, Mónica, “Los infinitivos independientes en el discurso: hacia una tipología pragmática”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación: Relaciones entre chino y español: escritura, gramática, traducción y metáfora*, 74 (2018), pp. 247-281.

dadanos... con ello buscaba rescatar los valores de los padres fundadores de los Estados Unidos, quienes manifestaron que América debía ser lo primero y lo más grande. Buscaba recuperar lo perdido pues, según su análisis, América había perdido su objetivo. Gran conocedor de las latentes diferencias entre los estadounidenses, sabía que no era tan importante el hacer como el engrandecer, el buscar sentirse orgulloso del país en que vivían, el buscar de nuevo volver a mirar hacia lo anterior, hacia lo que en cierta medida él consideraba que se había olvidado. Para ello no necesitaba de “hipérboles veraces”, puesto que, con el resurgir patrio se presentaba como una figura tan querida como odiada, pero que en ningún momento dejaba indiferente y que pretendía generar un cambio en todos aquellos que le escucharan. Sus primeros discursos son una prueba fehaciente de todo esto y no podemos dejar de pensar que con este análisis hemos descubierto un plan diferente. Un plan que no buscaba segmentar sino buscaba sumar. Un plan que no ponía el punto en lo exterior, sino buscaba la fuerza del interior. Un plan que buscaba recuperar, reconstruir, con ello, convertía América en una parte fundamental de todo lo que presentaba y buscaba, que cualquier ciudadano estadounidense se sintiera identificado con sus palabras que ayudaban a resurgir en el orgullo patrio que, según él, se había perdido. Si lo analizamos desde ese punto de vista encontramos a un Trump desconocido. Un presidente que acude a las fuentes de Kennedy y Reagan para poder comprender cómo estos se dirigían al americano medio en el que Trump puso su punto de mira.

El análisis de las palabras también nos desvela un número alto de palabras inconexas. Para muchos Donald Trump se presenta como un orador muy difícil de seguir, puesto que sus discursos cambian continuamente. Esto hace que Trump sea especial y como indicaron Corei Lewandowski, primer director de la campaña de postulación a la presidencia y el director de campaña David Bossie en su libro *Let Trump Be Trump: The Inside Story of His Rise to the Presidency* lo importante era dejar que Trump fuera Trump, aludiendo al retrato de un hombre que no iba a cambiar y que tampoco debería hacerlo, porque sin cambiar había llegado muy lejos. Ese libro muestra que ese hombre no deja indiferente y para bien o para mal genera reacciones lo que propicia una América mucho más involucrada con los estadios de poder y mucho más pendiente de cualquiera

de las declaraciones del presidente para poder poseer una opinión a favor o en contra.

Entendemos, por lo que hemos presentado, que nos encontramos ante un presidente especializado en el uso de palabras sencillas y muy repetidas. Su intención es clara: no pretende dejar grandes lecciones, sólo un pequeño hilo argumental que, de tantas veces repetido, se plantea como una oración que todo seguidor debe conocer. Su imprevisibilidad y su retórica quedan manifiestas en el análisis realizado y si a este hecho le añadimos un gran número de afirmaciones o hipérbolos veraces, difícilmente demostrables con las que consigue involucrar a aquellos que le escuchan, encontramos un presidente imparable que convirtió el arte de repetir conceptos en su marca de serie y que le hizo tener una masa de seguidores que harían lo que fuera por su persona, como pudimos observar en los últimos momentos de su mandato presidencial. Su discurso y su línea argumental ha cambiado la forma de hacer y de sentir política en los Estados Unidos y para Barichella (2017)³⁰, que Donald Trump no siguiera las líneas establecidas, han convertido su mandato en fuente de posibles intentos de repetición hablando de un nuevo orden político. Con ello, como hemos dicho, pretende recordarles que la nación los protegerá. Que los Estados Unidos los protegerá. Que lo “nuestro” es de todos y todos serán protegidos por su presidente. Su mensaje no deja de ser un mensaje simple, transmitido de una forma simple, dirigido a un público simple y estableciendo unos lazos simples. La simplicidad se convierte en la forma dominante dentro de los discursos de Donald Trump. Para algunos sus mensajes inconexos presentaban un discurso sin coherencia y lleno de desvíos, de contrastes, de moralejas y de dobles sentidos, llenos de cosas que para muchos analistas políticos alejarían al público, pero a los que Trump se agarraba con una férrea convicción. Él hablaba sin filtro, pero diciendo verdades mezcladas con exageraciones o contraposiciones, pero siempre hablando de una forma sencilla consiguiendo con ello atraer la atención de las masas a las que hacía sentir protagonistas. Ante este mensaje las masas, que no estaban acostumbradas a un mensaje tan claro dicho desde un púlpito tan alto, se sentían desarmadas. No esperaban que su presidente les pidiera

y les involucrara tanto dentro de los procesos de la presidencia. No podemos olvidar que Trump poseía la sabiduría de haber dedicado más de la mitad de su vida a vender y esa forma de vender es la que utiliza dentro de la presidencia. Vende con su lenguaje, vende con su forma de actuar, vende con su manera de ser y con su mensaje original llegando a utilizar la retórica ciceriana hasta el infinito, mucho más que sus anteriores predecesores. Junto a esa experiencia mercantil llegaría a sostener la simplicidad en sus palabras: “fui a una Universidad de primera. Soy una persona muy educada. Conozco las palabras. Tengo las mejores palabras” manifestó durante la campaña. Lenguaje corto y mensaje directo, con un claro y marcado tinte emotivo. No tiene grandes palabras, no tiene grandes mensajes, no tiene grandes esperanzas... solo presenta un lenguaje motivador y elicitor. No podemos olvidar que existen numerosos análisis de los discursos y las palabras pronunciadas por Trump en su época de empresario y podemos destacar que existe un cambio significativo entre el antes y el después. Incluso en su etapa como candidato, se presentó como un candidato mucho más agresivo, que en su época como presidente antes de la pandemia. Con ello no nos queda duda que intentaba tener un tono más pausado durante su presidencia, que sirviera para conseguir el objetivo anteriormente mencionado, de involucrar dentro de su gobierno a todos los estadounidenses. En todo caso, y más allá de las concepciones subyacentes, una vez identificada la palabra “nuestro” como la más utilizada dentro de los discursos analizados sería interesante, en estudios posteriores, ver la comparativa con otros presidentes estadounidenses, puesto que tenemos la seguridad de que es el presidente que más ha utilizado dicha palabra con un claro objetivo: proponer una línea común en la que todos se sintieran presentes. Comprendemos además que la crisis sanitaria sin precedentes causada por la pandemia de la Covid19, supuso la adaptación drástica de medidas, que enfrentaron al entonces presidente a un público demandante al que no le servía la línea argumentativa anterior por lo que el mensaje y la forma cambiaron contundentemente mostrando un Trump a la defensiva. Esto ha sido claro para nosotros y por ello comprendimos que para que el estudio fuera significativo debería ceñirse al marco normal de dialéctica pre pandemia. Queda claro con ello que el presidente 45º profundizó en las brechas que dividían el país a su llegada a la presidencia buscando unir criterios bajo su persona y poniendo por de-

³⁰ Barrichello, Arnauld, “The Trump Presidency: what consequences will this have on Europe?” *European Issues: The European Union and the World*, 417 (2017), pp 12-25.

lante, dentro de su política interior y exterior, el bienestar de los estadounidenses con las medidas que él consideraba eran las más adecuadas para llevar el país adelante.

CONCLUSIONES

El estudio se limita a la selección de los discursos que hemos reseñado en el elenco inicial. No obstante, se trata de un elevado volumen de datos que permiten confirmar la estrategia discursiva del autor e identificar los pilares de sus planteamientos en la construcción del ideario político, objeto de esta investigación. Entre enero de 2017 y septiembre de 2019, es decir en el escenario anterior a la pandemia, Trump utiliza en su discurso político la misma técnica que utilizó antes en sus acciones empresariales. Maneja con éxito el *storytelling*, técnica que emplean con gran habilidad instagramers o tiktokers que transmiten historias muy simples y de muy corta duración. Por tanto, conecta con el público que utiliza las nuevas herramientas de comunicación en Internet.

En un primer momento, anterior a convertirse en presidente de los Estados Unidos, Trump legitima la construcción de su imagen política como candidato alejado del *establishment* político y de los grupos de poder. Se ofrece como un candidato para los ciudadanos movido por los valores e ideales históricos estadounidenses. Esta idea la copia de los discursos de los anteriores presidentes en los que Trump se siente muy reflejado y que inspiraron su claro discurso populista.

Esta investigación demuestra que las palabras más utilizadas por Trump en sus discursos son nuestro (y sus variantes) y estadounidense (y sus variantes). Con ello, podemos demostrar que son el verdadero eje del discurso sobre el que planteamos tres conclusiones. Con esta afirmación es fácil entender la selección de su lema de campaña “hacer de nuevo grande a América”. El análisis del mismo vocablo, nuestro, nos permite afirmar que crea un fuerte sentimiento de pertenencia a un grupo por lo que quedan identificados, los de este grupo y los que quedan fuera. Así es más fácil deslegitimar a sus oponentes políticos y cualquier institución o grupo social que esté en contra de sus ideales. Por último, refuerzan la idea de “Americentrismo” haciendo énfasis en la construcción estratégica de la categoría nominal de “pueblo estadounidense”³¹. Todo

ello queda bien reflejado en el análisis de palabras realizado y, como hemos indicado antes, da pie a otros numerosos estudios que podrán salir a partir de nuestro minucioso análisis.

El hecho de que sea un orador disperso difícil de seguir y que maneje bien la técnica del *storytelling* construyendo historias emotivas mediante el método de la “hipérboles veraces”, hace sin embargo que no se requiera un gran esfuerzo de concentración para seguir sus discursos. El espectador recibe la información a modo de pequeñas y sencillas píldoras sueltas en medio de un mar de datos. Al tratarse de un discurso que apela a la emoción dividiendo constantemente a las personas en dos grupos, ahonda en la brecha de las dos Américas. Con lo que podemos indicar que este análisis ha permitido adentrarnos en la razón de ser de Donald Trump y en el uso que realizó del lenguaje durante sus discursos previos al Covid-19.

Esta metodología de análisis de datos masivos permite ampliar los horizontes de la investigación histórica tomando como fuente el resultado del análisis informático de los grandes volúmenes de discursos. La parte práctica de esta metodología es que permitiría la identificación de las palabras clave en el discurso político. La parte práctica de esta metodología es que permitiría la identificación de las palabras clave en el discurso político pudiendo en todo momento analizar las claras intenciones políticas de los oradores y sus líneas de intención lo que servirá para realizar nuevos estudios sobre los discursos políticos de la élite dominante.

³¹ Jaso Giménez, Elena, *Análisis de los discursos del presidente Donald Trump*, (Trabajo de fin de Grado),

Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 2017.

