



ACADEMIA DE LAS CIENCIAS
Y LAS ARTES MILITARES

Comunicaciones académicas

Liderazgo. El líder como héroe. Estudio comparado de liderazgo político de Biden y Trump (I)

Enric Mallorquí-Ruscalleda

Academia de las Artes y las Ciencias Militares
Sección de Pensamiento y Moral Militar

16 de febrero de 2024

Introducción

Con el presente artículo pretendo explicar cómo se ha construido el exitoso modelo de liderazgo político en las últimas presidenciales a la Casa Blanca. Para ello, en primer lugar, hay que recurrir a la Biblia y a la presentación de ciertos conceptos y herramientas analíticas en las que me basaré para explicar la batalla política que libraron republicanos personalizados en la figura de Donald Trump, y los demócratas, cuyo presidente, no era otro que un veterano y experimentado político como Joe Biden. De igual forma, es obligado hacer una breve contextualización de ciertas herramientas y conceptos teóricos que voy a utilizar para defender mi interpretación y que proceden tanto de los estudios culturales como de la filosofía y, en cierto, grado, hasta del psicoanálisis, aunque, muchas veces, estas tres disciplinas se interrelacionan y entremezclan. En cualquier caso, para entender la complejidad de una campaña política se hace necesario también abordarla desde posturas teóricas que nos permitan aproximarnos lo mejor posible a este fenómeno poliédrico y que se puede concretar con la metodología propia del método histórico-

interpretativo, que tanto debe a los trabajos de Émile Durkheim y Ernest Cassirer, entre otros.

En España, como se sabe, el método fue introducido por José Ortega y Gasset y seguido por Julián Marías. Así pues, en este trabajo me centraré en el estudio de la dimensión cultural de la política, a partir de su lógica, también cultural, atendiendo, principalmente, a las representaciones, a partir de las cuales se construyen el sentido de la existencia, imaginarios y prácticas comunicativas que contribuyen a construir la imagen del liderazgo político; es de esta manera que tanto los individuos como los colectivos dotan de sentido a sus mundos; y por si algo se caracteriza la sociedad global es por su crisis de sentido.

A partir de esto, y tomando en consideración que el sentido se construye a través de una dinámica de producción dividida en momentos, desde la misma perspectiva abordaré tanto las representaciones como las prácticas comunicativas que analizo en los diferentes escenarios políticos.



Marco teórico

La importancia de la Biblia dentro de la tradición occidental es sobradamente conocida; baste un simple vistazo a las tres líneas principales que de ella hemos heredado para darnos cuenta de inmediato:

- 1) La Biblia es, ante todo, un texto sagrado, con el criterio de autoridad que eso establece
- 2) Es, igualmente, una narrativa del sufrimiento, de la superación y la salvación; recuérdese, al respecto, el famoso *God Bless America* presente en todas las esferas de la vida cotidiana de los EE. UU., desde los billetes de dólar hasta la expresión coloquial que se repite *ad infinitum* en las calles de todo el país
- 3) Aunque no menos importante, la Biblia representa también la construcción de un pueblo; Israel, a la vez que nos ha legado una estructura narrativa — retórica— para dar cuenta de los anteriores puntos. En realidad, uno de los mayores logros del texto bíblico es que construye una comunidad política — téngase presente, al respecto, que el mismo étimo de «comunidad» se encuentra en una palabra *communitas*, cuya derivación viene de la que seguramente es la palabra de la Biblia con más relevancia o importancia semántica; me refiero, por supuesto, a «comunión».

Con todo, no por ello dejaré de profundizar, dentro de los límites de un ensayo académico, en un par de aspectos que me permitirán articular mi interpretación de la campaña electoral protagonizada por ambos candidatos. En realidad, en Estados Unidos no es tanta la distancia política —ideológica— que existe entre las dos formaciones políticas más representativas del país, dado que dista mucho del equivalente en otras democracias occidentales consolidadas.

Es por ello por lo que lo que hay que destacar aquí es que la construcción del pueblo —la comunidad— se hace de forma simbólica. El ser humano es, antes que nada, un *homo symbolicus* —al decir de Cassirer en su Antropología filosófica—, cuya realidad se construye social y culturalmente—; y en el corazón del símbolo se aúnan las dimensiones sociales y culturales presentes en cualquier sociedad. Esto, en última instancia, responde a una cuestión de índole retórica, entendiéndola aquí como comadrona de la política. Y es que esta comunidad se construye a partir de la celebración eucarística, momento en el que se plasma la unión de Cristo (el Mesías, el líder) con el resto de la comunidad interpretativa. Y simbólicamente se traduce no solo con la hostia (cuerpo) de Cristo, sino con el vino; esto es, el color rojo, símbolo de la memoria *passionis*, eje sobre el que se sostiene la cultura occidental dentro de la narrativa del sufrimiento sobre la que está instalada, y más dentro del contexto de la «modernidad líquida» (Bauman). Este concepto de liquidez fue muy usado por Trump, a través de su discurso inspirado en el miedo, que no hace más que potenciar la ya de por sí radical inseguridad del ser humano; de hecho, una de las frases más repetidas de Trump durante la campaña fue *We have made America safe again*. El blanco, por otra parte, color del pan que simboliza el cuerpo de Cristo en el momento de la celebración eucarística, verdadero momento catárquico dentro de la liturgia y, que, en mi análisis, se

concretará en otros momentos de «teatralidad». Esta necesidad de vivir en común, de ser en el mundo, en el sentido de Heidegger, se debe a la necesidad del ser humano, por su propia naturaleza, de establecer una conexión común con los demás miembros de la comunidad —no es por ello en vano que después de la misma celebración eucarística, los «hermanos» de fe y religión se den la mano como señal de paz.

Las dos dimensiones del ser humano

La relación Eucaristía-*communitas*-comunion remite directamente al espacio social, a la idea del ser en común, es decir, a la comunidad, sociedad; y recordemos, para ello, que el «hombre» moderno está enfermo de un ser melancólico, desde el mismo barroco, cuya enfermedad del alma ha incrementado, si cabe aún más, lo que se ha traducido en una ruptura del vínculo social, por mucho que Estados Unidos construyera su identidad a partir del individualismo religioso calvinista; ciertamente, estas fracturas pueden advertirse, verbigracia, en la necesidad de legislar la ética, lo que no deja de ser una aberración contra natura, si entendemos la ética en un sentido como un apriorismo que está, por supuesto, antes de la política; de hecho esta última se configura a partir de la ética, y no al revés; En el estadounidense tenemos el caso de la *Good Samaritan Law*; otro ejemplo sería la costumbre cotidiana de hablar con otras personas con gafas de sol puestas, cosa que no permite abrirse al otro y que tan cuestionada fue durante la campaña política. Sobre el tema de las gafas de sol volveré también más adelante, al referirme al vestuario de Joe Biden.

Para sintetizar, y al decir del mismo Heidegger, ser «hombre» es estar inmerso en la vida diaria, cotidiana. El ser humano intenta dar sentido al mundo involucrándose en proyectos y actividades que dan unidad a la vida, tanto en la esfera subjetiva (individual) como intersubjetiva (social); esto nos lleva al ámbito de la acción colectiva, es decir la política y, por consiguiente, a un discurso que tiene que intentar dar respuesta a este vacío existente. Es decir, el ser humano consta de esas dos esferas, la individual (subjetiva) y la social (intersubjetiva) y ambas deben verse satisfechas para el buen funcionamiento del individuo y, por tanto, de la sociedad. Prueba de la fractura del vínculo social puede advertirse, por ejemplo, en el verdadero campo de batalla de toda campaña política: las redes sociales. Estas, en realidad, no son más que un sustituto de la esfera social que le falta al ser humano, a ese vacío mencionado de esta modernidad tardía y cansada, al decir de Lancelotti; o, en otras palabras, de esta «modernidad líquida» de Bauman (2005), cuyos cimientos bailan al son de «discursos inspirados y motivados por el miedo, de unos y de otros».

Análisis de la campaña electoral en base al modelo de liderazgo político

La historia bíblica, especialmente la memoria *passionis* se refiere también, por su intertextualidad con el mito platónico de la caverna, a los asuntos públicos; no en vano el mito se encuentra dentro del Libro VII de la República, que, por definición, se refiere a la política; de esta forma, la Biblia ha servido a lo largo de la historia para dos propósitos:

- 1) Como narrativa ejemplar de carácter ascensional que ha sido y es utilizada por los líderes, sea o no «para hacer el mal en nombre del bien» (Todorov, 2022) en tanto que característica de todo totalitarismo político;
- 2) A la diseminación de una serie de símbolos de carácter alegórico que retórica o políticamente son muy rentables y que pueden sintetizarse de la siguiente forma:

Por un lado la idea de la *psicomaquia*, esto es, la batalla del Bien contra el Mal (con sus diferentes personificaciones), en el discurso de Trump será la de los emigrantes ilegales versus los ciudadanos, los que forman parte de la *homeland*, es decir, de la tierra del «Señor», si pensamos en un país como una gran casa, un gran templo (*templum* en latín significa esto), en el que, a través de la interpretación secularizada de la teología de Schmidt, en la cima terrenal está el presidente electo.

Por otro el color rojo como forma de representar este liderazgo remite a la sangre de Cristo en el camino; la construcción simbólica de la heroicidad, que guarda aquí cierto grado de sinonimia con la construcción de la figura del liderazgo. Más allá de la relación conceptual, al formar parte de un mismo campo semántico, lo cierto es que también se construyen utilizando cierto punto de vista de las cámaras que toman las imágenes y que luego circulan por los medios de comunicación social. Lo mismo podría decirse de la disposición de los candidatos dentro de las diferentes tarimas de la escena política. En cualquier caso, este último punto de la construcción simbólica de la heroicidad-liderazgo está también estrechamente relacionada con los dos puntos anteriores.

Los mensajes

Como apunté, el mensaje de ambos candidatos, aunque articulado usando los símbolos de una forma diferente, viene, en esencia, a ser el mismo: el de crear una comunidad a partir de una narrativa de tradición bíblica que facilita tal propósito. En última instancia se trata de construir y reforzar una comunidad a partir de la creación de vínculos afectivos, Se ha demostrado cuán importante son las emociones,

incluso más que la razón, en las decisiones de los seres humanos; para ello, el peso de construcción discursiva que apela a ellas recae, en el caso de Trump, en los inmigrantes ilegales; con el avance de la pandemia, Trump incorporó en su mensaje político la gestión de ésta.

En el caso de Biden, el principal mensaje se basó en la construcción de una comunidad acabando con el odio a través de un mensaje pacificador y esperanzador; para que su mensaje fuera más efectivo lo concretizó de forma particular en los malogrados actos policiales que hubo en los últimos meses de campaña y que favoreció el auge del poder político de *Black Lives Matter*. La idea de fondo pasaba por recuperar los valores tradicionales que Trump había abandonado; en lugar del *Make America Great Again* era *America is Back*, considerando lo de melancólico y nostálgico que hay en ambos lemas. Como el mismo Biden afirmó en su discurso inaugural: «Sin unidad no hay paz, solamente resentimiento y violencia» añadiendo, poco después: «la unidad es el camino de salida entre las crisis y los desafíos históricos».

Como han afirmado algunos analistas: *Joe Biden has had a remarkably consistent campaign message. He was running to restore the soul of the nation. His campaign was, in essence, about human decency and character*; esto es, en los valores transmitidos a Occidente a partir de la ejemplaridad de Cristo, en su dimensión humana. Es más, la idea de unidad y comunidad se basa en el reconocimiento a la propia individualidad de cada uno, de cada grupo social, pero actuando de forma unitaria. Se trata, una vez más, de la idea de la ética, como apriorismo a la política.

Todo lo contrario del discurso de Trump, para quien la política venía antes de la ética, en el sentido que le dio Emmanuel Levinas en su ensayo *Ética e infinito*, cuya conceptualización ética ha predominado el pensamiento occidental desde el final de la Segunda Guerra Mundial; en este sentido, el mensaje de Trump, siempre se ha movido más dentro del maquiavelismo político. En cambio, para Biden, la «unidad» es lo que permite caminar hacia adelante *Unity is the path forward amid historic crises and challenges*; se trata, por consiguiente, de uno de los valores de actitud, que, de acuerdo con los postulados de la psicología humanista de Viktor Frankl, permiten al ser humano superar los tiempos de crisis. Es por esto por lo que durante la campaña Biden se refirió a esta unidad del alma, atiéndose al fuerte contenido religioso de la palabra, de esta manera en estas tres frases coincidentes en el tema:

Today, we're engaged once again in the battle for the soul of the nation. Remain locked in the battle for the soul of this nation. Join in the battle for the soul of the nation. Repite el «alma de la nación» en las tres frases.

Estas palabras, además de enfatizar en la misma idea, están construidas sobre la idea platónica de la «transformación de los amantes»; esto es, de que nos fusionamos con el otro a partir de una idea de amor universal, puro, y la palabra latina «amor», deriva de *amicus*, y *amicita* en latín; es decir, el amor verdadero radica ahí, es decir, debemos ser «amigos» entre nuestros conciudadanos con los cuales compartimos un horizonte interpretativo común; formamos parte, por tanto, de una misma comunidad, independientemente del lugar en el que hayamos nacido, a pesar de que esto parece contrario al uso de la palabra *nation*, que, *stricto sensu*, sirve para referirse a los ciudadanos nacidos bajo los mismos límites geopolíticos y con la misma cultura y tradiciones. Biden, en sus discursos, utiliza la palabra *nation* en el sentido de comunidad de habitantes de los EE. UU., independientemente del lugar de nacimiento y de su estatus migratorio, a partir de la idea bíblica de que todos los seres humanos somos exiliados sobre la tierra y que en este vagar por este mundo esto es, «salir de para llegar» vamos todos unidos de la mano, que es la única forma de superar las crisis, con clara referencia, claro está, a la grave situación pandémica del momento, al contrario de Trump, que no dejó de frivolar sobre ella incluso saltándose el protocolo de usar la máscara, contradiciendo a sus propios expertos médicos, con el afán de mostrar valentía, poder y, al fin y al cabo, «masculinidad», esto es, la idea del *macho man* al que me referiré. El término se utiliza de forma sarcástica y peyorativa en aquel hombre que trata de destacar las características de su sexo, es decir la fuerza, virilidad, valentía..., hombre de pelo en pecho.

Este «salir para llegar» hace del estadounidense, la mayoría de procedencia de la emigración europea, en un tipo de exiliado, cuando menos, en potencia. Y es que, la figura del exiliado o, si se prefiere, del peregrino remite a la idea del extranjero sobre la tierra; esto es, en su condición de expulsado del paraíso, el Edén bíblico, con el sentido del sufrimiento que ello implica. Así, pues, Biden utiliza la técnica del bricolaje de diferentes tradiciones y relatos para construir esta direccionalidad, que hay que relacionarla con la concepción filosófica del ser que él propone como esencia del estadounidense o, incluso, del norteamericano, me atrevería a decir, se utilicen o no, estos dos complejos conceptos, como sinónimos.

En el alma de este ser humano es donde precisamente se manifiesta la *psicomaquia* que para defenderse de los enemigos del alma necesita de un escudo interior y escudo exterior a su vez. Si para el escudo interior Biden utiliza esta imagen clásica, para el exterior, la defensa del cuerpo que protege el alma, radica en el poder bélico de las Fuerzas Armadas norteamericanas; y lo hace de modo parecido a los otros grandes imperios occidentales históricos: el romano y mucho mayor el español; ambos, como es sabido, se apoyaron también en el cristianismo.

De todo ello se sirvió Biden para construir la imagen de líder que quería proyectar, a partir de la explotación del «inconsciente espiritual del ser humano, al decir de Frankl, que lleva al ser humano a querer superar las crisis y querer es poder», como dice el refrán, que insiste en la idea de la suprema voluntad del ser humano, construcción central en la apertura del sentido del ser para crear la unión tan buscada de las almas, de nuevo aparece el tema de la *communio-communitas*-Eucaristía; y piénsese esto en el contexto de la pandemia sin precedentes que marcó la campaña electoral y que afectó especialmente a Biden, y por ello esta necesidad inconsciente es más que evidente. Hace falta retomar los valores americanos de unidad y trabajo para salir del agujero fue el mensaje central.

Aquí termina la primera parte de esta comunicación académica que tendrá su continuación y conclusión el mes próximo.

Esta parte está dedicada a comprender la construcción del liderazgo político en EE. UU. desde el punto de vista de la lógica cultural que subyace a partir del estudio de la simbología utilizada en la campaña electoral que enfrentaron a Donald Trump con Joe Biden.

El método utilizado se ha beneficiado de la hermenéutica, principalmente simbólica, heredera de la Escuela de Frankfurt y que en España fue desarrollada por Andrés Ortiz-Osés. Con todo, se puede muy bien enmarcar tanto dentro de la larga tradición de la hermenéutica filosófica, Weber, Cassirer, citados en este trabajo y, para el caso español, Ortega y Gasset, entre otros y permiten realizar un análisis dentro del método histórico-interpretativo que ha servido de base para este trabajo sobre la construcción del liderazgo político analizando la campaña electoral de los Estados Unidos. ■

Nota: Las ideas y opiniones contenidas en este documento son de responsabilidad del autor, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento de la Academia de las Ciencias y las Artes Militares.

© Academia de las Ciencias y las Artes Militares - 2024