



¿Y ES QUE ESO NO PUEDE HACERLO OTRO? LA CAMPAÑA POPULISTA DE HOMER

JUAN VIZUETE

Abogado. Consultor en Comunicación
Política y Oratoria (@JuanVizuet)

No existe eslogan más populista y sensacionalista que el creado por Homer Simpson (Homero en Latinoamérica) para presentarse a Jefe del Comisionado de Basuras de Springfield. El jefe de los basureros, por abreviar.

Todo comienza con una riña entre Homer y los basureros, quienes deciden no recogerle más la basura a la familia Simpson por haberles ofendido. Marge, esa gran mujer detrás de un “gran” hombre (en sentido literal), decide pedir disculpas en nombre de Homer al ayuntamiento para que vuelvan a recoger sus desperdicios. Homer monta en cólera y se va directo al Ayuntamiento donde decide presentarse a Jefe

de Basureros contra Ray Patterson, a quien pone voz el actor Steve Martin.

Y así comienza el ascenso populista de Homer Simpson hacia Jefe de Basureros de Springfield.

La campaña comienza sin fuerza, apenas consigue que le escuchen, aunque pone todo su empeño en ello: conduce su coche pregonando el programa electoral, estrecha manos al salir del trabajo, incluso interrumpe un concierto de U2 donde acaban abucheándole y echándole del escenario. En definitiva, una campaña sin pies ni cabeza y falta de una estrategia sólida que amenaza con hundirse antes incluso de salir del puerto.

Entonces llega su consultor, su spin doctor por excelencia: Moe Szyslak, el tabernero. Hablando con Homer sobre cómo llamar la atención y sin tener ningún estudio demográfico o focus group, entre un par de cervezas mal servidas –les sorprendería la de veces que ocurren así las cosas– llegan al brillante eslogan de la campaña. Este eslogan resume en cuatro palabras todas las promesas de los políticos populistas, todas esas acciones llamativas que no tienen un verdadero fundamento detrás: “¿No puede hacerlo otro?”.

“¿No puede otro sacar la basura por nosotros? ¿No puede otro retirar los pañuelos que se pegan en el cubo? ¿No puede otro quitar las heces del gato? Eso no es propio de América”. Homer comienza a remontar su campaña haciendo mítines en las calles, apelando a ese sector que siempre cree que merece más por el mero hecho de existir y que el resto debe ocuparse de su propia felicidad. Nadie se cuestiona de dónde saldrá el dinero para aumentar esos servicios ni cómo logrará que los basureros hagan todo ese trabajo. Nadie se lo cuestiona porque no es una campaña centrada en la razón, sino en la emoción.

Sobre emociones hay mucho escrito. La emoción es capaz de nublarnos la razón, nos puede hacer votar incluso en contra de nuestros intereses porque no hemos dedicado suficiente tiempo a pensar qué nos ofrece un candidato, cómo lo piensa hacer y si realmente es viable su propuesta. Antoni Gutiérrez-Rubí, en su libro *Gestionar las Emociones Políticas*, señala que “el cerebro acaba pensando lo que sentimos”.

Drew Westen, profesor de psicología y psiquiatría en la Universidad de Emory, en su libro *El Cerebro Político*, defiende que “El cerebro político es un cerebro emocional. No es una máquina desapasionada y calculadora que objetivamente busca los datos, las cifras y las políticas correctas con el objetivo de adoptar una decisión razonada”. Dicho de otra forma, nuestro cerebro político actúa como nuestro cerebro futbolístico: Nunca vemos una falta cuando la comete nuestro equipo. Y en eso se basa la campaña de Homer Simpson, sentir antes que pensar.

Entonces llega la noche del debate electoral. Algunos consultores ven los debates como un combate de boxeo (Jorge Rábago) y otros lo entienden como una selección de personal (Manuel Campo Vidal). Es el momento en el que los espectadores pueden ver un candidato frente al otro, comparar los programas y ver cómo defienden sus propuestas electorales. Pero, ¿qué pasa cuando no hay propuestas? ¿Qué puede hacer el programa vacío de Homer Simpson contra la impecable gestión de los residuos de Ray Patterson? Lo único que puede hacer para vencer es atacar a la credibilidad del oponente.

La credibilidad en política lo es TODO. Sin credibilidad no te escuchan y si no te escuchan, no puedes convencerles de que te voten. Sin credibilidad no hay persuasión. Por eso todos los ataques de Homer fueron contra la figura de Ray Patterson, atacando especialmente a su edad (aunque solo era 2 años mayor que él). Mientras Patterson intentaba explicar su programa y su gestión, Homer minaba constantemente la imagen de su oponente. Al final no sabemos ninguna medida propuesta del Sr. Simpson, solo sabemos que no queremos a Ray Patterson al frente de los residuos de la ciudad. Ray no era creíble, ya no importaba su programa.

La portada del *Springfield Shopper* tras las elecciones no dejaba lugar a la duda: Simpson gana por mayoría. Homer se alzaba como Jefe de los Basureros. Pero una cosa es prometer (campaña) y otra gobernar (gestión).

Cuando Lisa entra en su despacho y ve a su padre trabajando duro, Homer le contesta “Sí, hay que trabajar duro. Tu papá hizo muchas promesas descabelladas”. En el capítulo vemos como Homer comienza a cumplir sus propuestas y su programa electoral. Todo parece ir como la seda, viento en popa, todos contentos... Hasta que entra un día el alcalde en la oficina y le da a Homer el baño de realidad que merece: se acaba de gastar el presupuesto de un año en

solo un mes. El departamento de basuras está arruinado, no hay dinero ni para los salarios de los trabajadores.

¿Qué se debería hacer en estos casos? ¿Asumir la incompetencia y dimitir? Por favor, queridos lectores, hablamos de un político populista. El populismo se crea para alcanzar y mantener el poder, no para gestionar y gobernar bien. La máxima de este tipo de políticos es “sobrevive a toda costa” y eso hace Homer Simpson. Se le ocurre la idea de ir enterrando basura de otros municipios en el subsuelo de Springfield y con el dinero facturado a las otras ciudades consigue mantener la cabeza a flote. La crisis está resuelta.

Todo parece arreglado hasta que el suelo de Springfield comienza a colapsar, la basura inunda las calles y el pueblo se convierte en un vertedero. En ese momento llaman de nuevo a Ray Patterson para que arregle el estropicio de Homer, pero Patterson, enfadado por cómo le había tratado el pueblo después de años de impecable gestión, rechaza la oferta de volver a ser contratado. Finalmente, los ciudadanos solo tienen una alternativa: hacer las maletas y trasladar la ciudad a otro lugar. El populismo de Homer había hecho inhabitable al bello pueblo de Springfield.

Quizás si los ciudadanos hubiesen pensado mejor antes de dejarse llevar por emociones vacías y, quizás, si Ray Patterson hubiese preparado una buena campaña y no solo una presentación de su gestión pasada, Homer Simpson no habría destruido una ciudad entera. El triunfo de los populismos es culpa de todos, desde quienes los votan sin razonar, hasta quienes no consiguen convencer de votar al otro candidato.