



# KRUSTY PARA EL KONGRESO

**ANDRÉS OBANDO**

Consultor en Comunicación Política  
(@AndresObandoB)

—Krusty: “¡Amigos! ¡Cuéntenme sus problemas!  
¡Yo los resolveré!”

—Moe: “El gobierno quiere clausurarme porque  
la tubería de mi inodoro no va a ningún lado”.—

Krusty: “¡Elíjanme y les prometo que esa tubería  
conducirá a un mejor mañana!”

Este diálogo expresa la esencia de la campaña “Krusty para el Congreso”, parte del capítulo 14 de la temporada 14 de *Los Simpson* llamado “Krusty va a Washington”, en referencia a la película de 1939 *Mr. Smith Goes to Washington*, dirigida por Frank Capra.

Con la muerte del “joven” representante de Springfield en el Congreso de los Estados Unidos Horace Wilcox, sobreviviente del Titanic y que estaba en el cargo desde 1933, los Simpson, bajo la premisa de Lisa de que “los artistas siempre ganan las elecciones”, convencen a Krusty de buscar ocupar el asiento vacante y así ayudarles a cambiar las rutas aéreas que atraviesan la avenida Siempre Viva. Con la aceptación de la candidatura del payaso por parte del Partido Republicano de Springfield, en una reunión encabezada por el Sr. Burns en un castillo réplica del de Drácula, empieza la campaña.

El apoyo ficticio hacia un político es el primer acontecimiento que vemos en la contienda. Homero clava un letrero en el jardín frontal de Ned Flanders sin su permiso, el cual tiene el mensaje “Krusty for Kongress”, un eslogan atractivo y creativo por el juego de letras donde la K reemplaza a la C en la palabra “Congress”. En Estados Unidos es tradicional colocar letreros en los espacios verdes de la parte delantera de las casas en los suburbios para expresar un apoyo público, y más que nada familiar, a un determinado candidato. Pero en este caso, Homero lo hace en el de su vecino aduciendo que “no está seguro” de endosar a Krusty, buscando manipular así la percepción y crear una falsa ilusión de que no sólo los Simpson quieren a Krusty en Washington.

La campaña demuestra no tener un norte y carecer de una estrategia. Después de conatos de desastres en las visitas de Krusty a grupos de minorías como latinos o mujeres, donde incluso llega a faltarles al respeto al decir disparates en su intento de hablar español o expresando frases sexistas, respectivamente, Lisa se convierte en su asesora de comunicación política. Tomando el liderazgo en la consejería para el candidato republicano, define una estrategia clara de discurso: conectar con la gente.

Por su parte, el contendor demócrata, John Armstrong, entra en campaña con ataques hacia Krusty. El desprestigio es su pilar, por ello, desempolva una rutina del payaso donde representa una reunión de la Organización de Naciones Unidas y personifica varios países con base en estereotipos negativos. Esta iniciativa está enmarcada en el estilo de campaña que es usual en el bipartidismo norteamericano. Los candidatos demócratas o republicanos enfocan gran parte de sus esfuerzos y recursos en atacar a sus oponentes, no sólo en debates o apariciones públicas, sino también a través de productos comunicativos pautados en grandes cadenas. Lo hacen de forma directa colocando su firma al final de los

vídeos o mensajes bajo la alocución “soy José García y yo apruebo este mensaje” o una variación, cumpliendo así la Ley de Reforma de Campaña Bipartidista de 2002.

En el debate oficial entre ambos candidatos, Krusty diseña su mensaje con base en un storytelling que presenta una sinécdoque de los Simpson como la familia americana promedio. Desde allí, su campaña da el giro estratégico que necesitaba para enrumbarse a la victoria. Empieza a despertar pertenencia en los ciudadanos. Se presenta como el abanderado de los que no tienen voz, diciendo que jamás dejará de pelear por las familias que necesiten que alguien las defienda. Logra consolidar su imagen como outsider, critica al gobierno, pero plantea cambiar las cosas si gana y entra a la función pública.

Menos quejas, más acción. Durante la ola de popularidad en una elección, existe una posibilidad de que el candidato, con la adrenalina y emoción del momento, exprese frases cargadas de clientelismo. Esto sucede en el mitin transcrito en los primeros párrafos de este artículo. El uso de figuras poéticas puede ser arma de doble filo, se pronuncian frases emotivas, pero sin propuesta de fondo, haciendo que el acto político mismo caiga en politiquería. Si bien demuestra la habilidad retórica del candidato, alimenta un camino peligroso que puede causarle dolores de cabeza a futuro.

Los debates televisados, desde el primero entre Richard Nixon y John Fitzgerald Kennedy en 1960, han servido como cuadrilátero para los profesionales de la comunicación política. Es una batalla en la que debe declararse un ganador, que no siempre es el que mejor lo haya hecho en su discurso y puesta en escena, ya que es aquí donde la maquinaria propagandística de los medios puede ser determinante en la gestión de percepciones de los votantes. Al mejor estilo del magnate Jim Taylor al manipular las noticias con su periódico desprestigiando a Jefferson Smith, la cadena Fox lanza su arsenal en el debate embistiendo al contrincante de Krusty a través de toda su transmisión para estigmatizarlo como comunista y adúltero, incluso visualmente realizan un montaje donde se le colocan cachos y una bandera de la Unión Soviética detrás, mientras que Krusty aparece con una aureola. Fox y CNN son los máximos representantes en Estados Unidos de republicanos y demócratas. En tiempos más recientes, recordemos el sinnúmero de acusaciones que el presidente Donald Trump ha hecho a CNN por considerarla literalmente su enemiga, incluso le negó la entrada a la Casa Blanca

para sus coberturas.

La propaganda como una promoción de ideas políticas a través de piezas audiovisuales es una forma potente de difundir y posicionar mensajes estratégicos de campaña. El vídeo con el que Krusty termina la suya está repleto de simbología estadounidense tradicional. En los primeros segundos ya nos entregan secuencias alusivas a la vida americana: un niño pescando con su padre, un granjero cosechando en su tractor, una abuela preparando pies de manzana con su nieta, un paisaje de montañas con caballos, una pareja cruzando un río y un partido de baseball, el deporte nacional. Finaliza con una escena del candidato en una casa de campo, sentado en una mecedora usando su pijama, junto a él una chimenea (símbolo de unión familiar norteamericana) y un perro dormido en la alfombra, en la cual emite un mensaje en demasía persuasivo para posicionarse a sí mismo como todo un patriota. El toque humorístico máximo, pero también relativamente manipulador, aunque cuenta con un texto aclaratorio en el fondo de las imágenes, es la presentación de fotografías de momentos históricos editados “demostrando” que Krusty “ha estado cuando el país lo ha necesitado”. Se presentan fotografías modificadas para incluir la cara del republicano en el alunizaje del Apolo 11 en 1969, alzando la bandera en Iwo Jima en 1945, siendo el rebelde desconocido en frente de un tanque en la República Popular China en 1989, y esposado a Lee Harvey Oswald en 1963.

Esta campaña es un proceso evolutivo de un candidato con autenticidad que comete torpezas y aleja a votantes, hacia uno comunicativamente competente y encaminado a llegar a Washington para finalmente repetir la historia de Jeff Smith.