



# LISA ES PRESIDENTA: LOS SIMPSONS Y EL FRAMING

**CARLOS GONZÁLEZ**

Graduado en Historia y alumno del Máster de Asesoría en Imagen y Consultoría Política de la UCJC. (@\_GonzalezCarlos)

*Los Simpson* es una serie de animación que cuenta con unas treinta temporadas a lo largo de las cuales hay referencias específicas a la política y a la comunicación política. Por la serie han desfilado figuras políticas de primer nivel como Bill Clinton, Fidel Castro, Mijail Gorbachov, George H. W. Bush y un largo etcétera. De hecho, el propio creador de *Los Simpson*, Matt Groening, ha llegado a afirmar que la serie es “un espectáculo político” y que “hay política en todo lo que hacemos”.

Uno de los ejemplos de comunicación política que cabe mencionar se enmarca en el capítulo 17 de la temporada 11, titulado “Bart to the

future” y emitido por primera vez en el año 2000. En este episodio se esboza el framing, es decir, el modelo de los marcos (frames) mentales de George Lakoff y, además, tiene lugar una de las famosas predicciones de la serie: Donald Trump pasa de ser un importante hombre de negocios a convertirse en el presidente de los Estados Unidos. Ante el asombro que causó, la revista de entretenimiento *The Hollywood Reporter* le realizó una entrevista a Dan Greaney, el guionista de este capítulo, quien afirmó que “parecía la última parada más lógica antes de tocar fondo [...]. Era una advertencia para América”. En efecto, una de las características más llamativas de la serie son los numerosos presagios que han acabado haciéndose realidad. Así pues, junto a la presidencia de Donald Trump, podemos mencionar otras predicciones relevantes de *Los Simpson*, como la caída de las Torres Gemelas o el auge de Google como gigante de internet mucho antes de que ocurriese en la vida real.

Pasemos ahora a hablar de los marcos mentales. De acuerdo con la psicología cognitiva, los seres humanos pensamos en términos de marcos (frames) mentales. Pero, ¿qué es un marco mental? Para responder a esta pregunta se hace necesario recurrir a George Lakoff, quien resumió el modelo de los marcos mentales en su libro *Don't think of an elephant*. El título del libro hace referencia al animal que los republicanos adoptaron como símbolo del partido y resume a la perfección el consejo que este lingüista norteamericano dio a los demócratas: “Si al iniciar una discusión con los republicanos piensas en un elefante, significa que el marco lo han construido tus adversarios y, por tanto, la discusión está perdida de antemano.

Según expone Lakoff en *Don't think of an elephant*, los marcos “son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones. En política nuestros marcos conforman nuestras políticas sociales y las instituciones que creamos para llevar a cabo dichas políticas. Cambiar nuestros marcos es cambiar todo esto. El cambio de marco es cambio social”.

La fuerza de los marcos es tal que “cuando los hechos no encajan con los marcos, estos últimos se mantienen y los hechos se ignoran”.

“No pienses en un elefante”. ¿Qué sucede cuando nos piden esto? De forma inconsciente y automática pensamos en un elefante, porque cada palabra que escuchamos activa en nuestro cerebro un marco y se define en relación con ese marco. De la misma manera, cuando negamos un marco el resultado es que lo evocamos.

Richard Nixon, a pesar de lo que dicen muchos analistas políticos, no perdió la presidencia de los Estados Unidos por la guerra de Vietnam o el escándalo del Watergate, sino porque se presentó ante los medios diciendo “No soy un chorizo”. Consecuentemente, todo el mundo pensó que lo era, pues aceptó jugar en el marco que sus adversarios habían construido.

Por todo ello, nuestra opinión personal sobre un tema puede cambiar dependiendo de cómo nos presenten (enmarquen) ese mismo tema. Esto es lo que en comunicación política se conoce como framing (enmarcado).

Pero volvamos ahora al episodio 17 de la temporada 11. En esta ocasión, Lisa Simpson se convierte en la primera mujer que asume la presidencia de los Estados Unidos. Tras el mandato de Donald Trump, se ve obligada a subir los impuestos, ya que, durante la administración del anterior presidente, el país había quedado en bancarrota. “¿Dice que hemos heredado del presidente Trump un agujero en el presupuesto?”, preguntaba Lisa durante una reunión con sus colaboradores en el despacho oval de la Casa Blanca.

Es necesario, por tanto, aumentar la recaudación fiscal en el país. Entonces Lisa se encuentra con el problema de no saber qué palabras utilizar para que la población se posicione a favor de la subida de impuestos y a Milhouse, quien en este capítulo desempeña el rol de secretario de la presidenta, se le ocurre llamar a este nuevo impuesto “ajuste temporal a reembolsar”.

Esta escena ejemplifica a la perfección que la manera de decir las cosas implica lo que se percibe. Y las percepciones son vitales en términos de comunicación política, ya que, como explicó el consultor Santiago Martínez durante una charla TED: “La realidad no es la que es, la realidad es la que se percibe”. Es una cuestión de framing, de enmarcado.

Es necesario destacar también que, aunque los marcos son algo normal, llamar

“ajuste temporal a reembolsar” a un impuesto podría constituir un marco manipulador, puesto que los impuestos no son reembolsables. Lakoff cita el ejemplo de la “ley de cielos limpios” de la administración Bush, pues era una ley que aumentaba la contaminación y, sin embargo, evocaba el marco contrario. Manipulación pura y dura.

Por último, otro aspecto interesante a destacar de este mismo capítulo de Los Simpson, es el hecho de que hay referencias constantes a presidentes de los Estados Unidos. Por ejemplo, mientras Bart está en Camp David mantiene una conversación con Billy Carter, hermano de Jimmy Carter. Asimismo, en otras escenas se puede ver a Homer buscando por toda la Casa Blanca el tesoro de Abraham Lincoln o a los amigos de Bart revisar las revistas de Bill Clinton.

