

El ala oeste de la Casa Blanca (*The West Wing*): Un tratado de Comunicación Política Institucional

Yolanda RODRÍGUEZ VIDALES*

Recibido: 22 Marzo 2010
Aceptado: 23 Marzo 2010
Evaluado: 1 Abril 2010
Aprobado: 2 Abril 2010
(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

1. INTRODUCCIÓN

“Y ahora que soy Presidente, ¿qué?”. Así termina la película *El Candidato*, protagonizada por Robert Redford, donde se nos cuenta cómo con la ayuda de unas sofisticadas técnicas de *marketing* electoral, un candidato inexperto en cuestiones políticas, consigue llegar al puesto más alto de su país, la Presidencia. Y esa parece ser la misma pregunta que se hicieron los creadores de la serie de televisión *El ala oeste de la Casa Blanca*. Claro que ellos disponían de un personaje premiado con el Nobel de Economía, y un máster en Teología Católica. Además de un gran equipo de profesionales de la comunicación y de la política dispuestos a renunciar a su vida personal en pro de los ideales demócratas defendidos por su presidente Bartlet.

El ala oeste de la Casa Blanca es una serie de ficción estadounidense que narra los sucesos cotidianos vividos por el Presidente y las personas más próximas a su entorno. Se centra en describir al detalle cómo es la estructura de un gabinete de Comunicación Institucional, las decisiones que tienen que tomar cada día, las negociaciones que deben realizar para conseguir sacar adelante algunas promesas electorales y los obstáculos que les plantea la oposición. Además de los problemas colaterales que les ocasionan algunas decisiones políticas internacionales.

Los personajes centrales son el presidente demócrata Josiah Bartlet (que interpreta Martin Sheen), el jefe de Gabinete, Leo McGarry; el subjefe Josh Lyman; el director de Comunicaciones, Toby Ziegler; el subdirector, Sam Seaborn y la secretaria de Prensa, C.J. Cregg¹.

* UCM, Madrid, Asesora de Imagen del Consejo Superior del Poder Judicial

¹ Como es lógico, a lo largo de los siete años de emisión de la serie se producen algunos cambios. Por ejemplo, Sam Seaborn se aleja para disputar un cargo político por el Estado de California, Leo sufre un infarto y deja su cargo aunque sigue aconsejando, C.J. Cregg pasa a ser la nueva jefa de Gabinete y, así, van surgiendo otros personajes relevantes, como Will Bailey, Ayudante del director de Comunicaciones de la Casa Blanca (2003-2006) y otros muchos.

El éxito de la serie, producida por Warner Bros y emitida por la NBC entre 1999-2006, se cimentó, precisamente, en el realismo de sus diálogos y tramas, basadas en las experiencias de algunos asesores presidenciales, como la jefa de Prensa de Bill Clinton, Dee Dee Myers, el experto en encuestas políticas Patrick Caddell o Mark Goffman, quien trabajó como consultor del Departamento de Estado y la Casa Blanca. Además de Eli Attie, otro de los guionistas de la serie que fue responsable de los discursos de Al Gore en la campaña de 2000.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Consideramos que esta serie de ficción puede servirnos como referente para describir cómo funciona —desde dentro— un gabinete presidencial de comunicación institucional y analizar las estrategias y técnicas que desarrollan para hacer visible la política comunicativa, en este caso, de la Casa Blanca.

Los objetivos del estudio son:

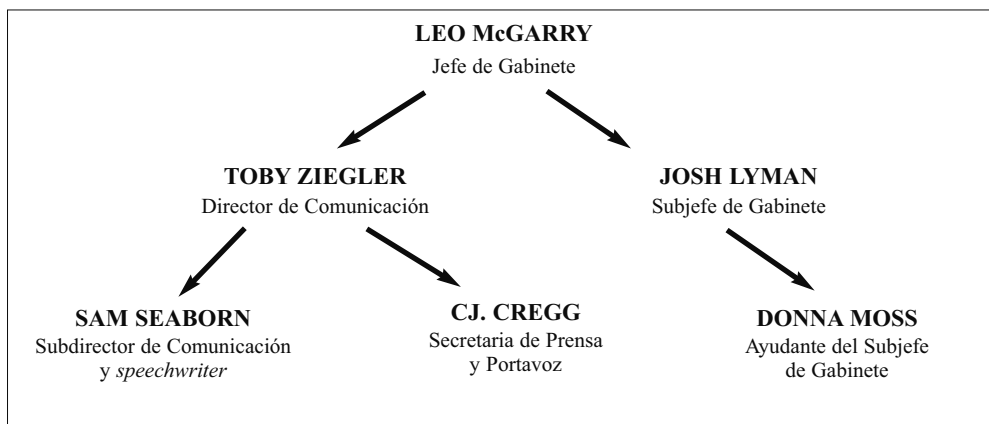
1. Partiendo de la serie *El ala oeste de la Casa Blanca*, exponer la estructura y el funcionamiento de un gabinete de comunicación político, a través de escenas de las siete temporadas.
2. Aplicar el modelo de R.E. Hiebert para identificar las estrategias y técnicas de comunicación institucional. También haremos referencia a otros conceptos más modernos, especialmente referidos a la persuasión política. (Citamos cada Episodio por su título y dos números, separados por una coma: el primero representa la temporada; el segundo, el ordinal del episodio en la temporada).
3. En ese mismo sentido, hemos analizado el contenido de los 155 episodios, (22 capítulos cada una de las siete temporadas, salvo la tercera que tiene 23). Nos hemos concentrado en ruedas de prensa, discursos y debates. El índice por el que hemos optado ha sido *la presencia de cada una de estas tres técnicas de comunicación* y el indicador ha sido *la frecuencia*. Se inserta gráfico.
4. Ilustrar con escenas de la serie cómo actúa un Gabinete de Comunicación en situaciones de crisis.
5. Analizar el recurso al humor como arma comunicativa.
- 6 Y, por último, poner de manifiesto el difícil equilibrio existente entre la comunicación institucional y el proyecto político del jefe de gobierno.

3. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE UN GABINETE DE COMUNICACIONES

Los protagonistas de la serie encajan perfectamente en la estructura comunicativa marcada en la presidencia de Bill Clinton, que por primera vez en la historia, otorga al Jefe de Gabinete de Comunicaciones el rango de Asesor del Presidente, revalorizando así el nivel de la comunicación en la infraestructura de la institución. Algo

que han seguido las distintas administraciones desde entonces, incluso se ha reforzado aún más. Para entender el trabajo de los protagonistas de *El ala oeste de la Casa Blanca* es preciso conocer esta estructura.

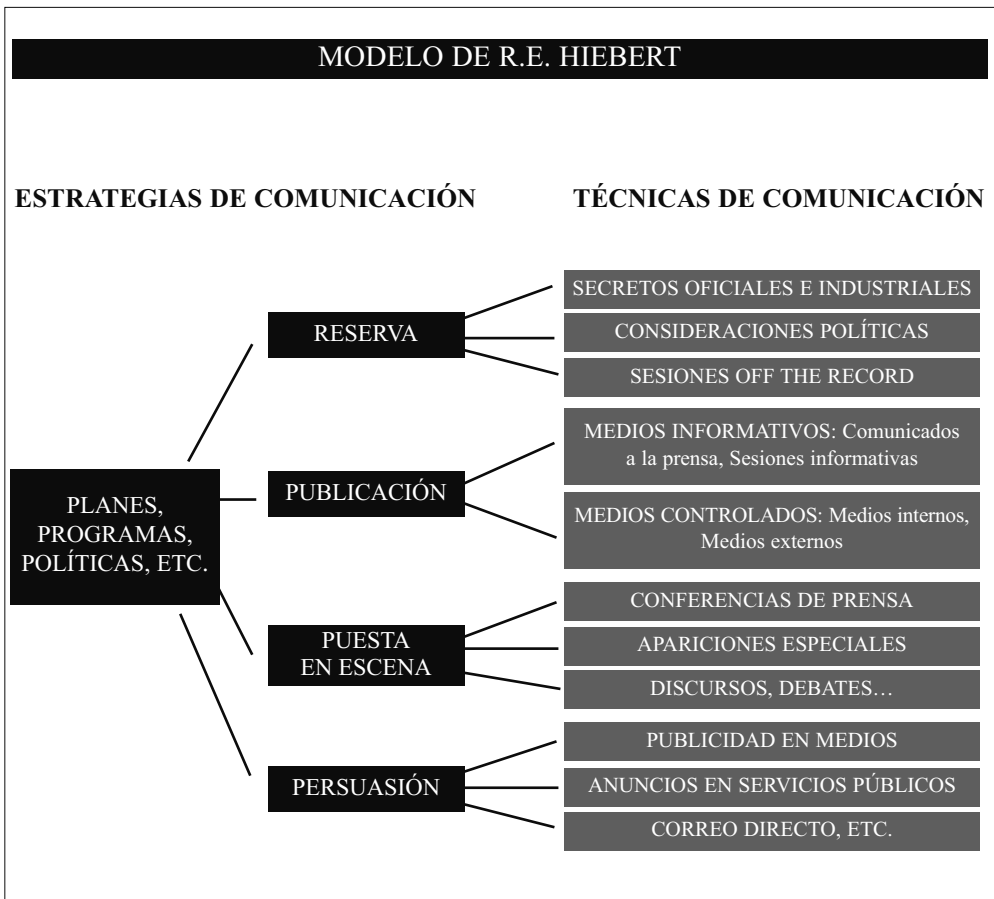
El Gabinete en la ficción se compone de las siguientes Oficinas:



- Jefatura del Gabinete. Es la responsable de la “planificación”. Esto incluye la organización de eventos y la coordinación con otras instituciones. Además, junto con el presidente, se encarga del establecimiento de la agenda presidencial. El trabajo del jefe de Gabinete, Leo McGarry, consiste en seleccionar y dirigir un *staff* leal y competente. Por debajo de él está el subjefe de Gabinete, Josh Lyman, cuyo trabajo se encuentra a medio camino entre la negociación y el *marketing* político.
- Departamento de Comunicaciones*. Depende de la Jefatura del Gabinete. El director de Comunicación, Toby Ziegler, es el responsable de la política de comunicación del Gobierno, desde su formulación y planificación hasta su implementación. Asimismo, supervisa la Oficina de Prensa, la Oficina de preparación de Discursos (*Speechwriting Office*) y todo lo vinculado con los medios de comunicación.
- Secretaría de Prensa*: es la responsable del “día a día”. Apenas suele tener relevancia en la planificación de la estrategia de comunicación, sino que su función es más inmediata: se ocupa de gestionar las operaciones diarias y ejecutar lo planificado por otros, principalmente por el director de Comunicación o el jefe de Gabinete. Este rol lo tiene en la citada serie C.J. Cregg, la secretaria de Prensa, aunque en posteriores temporadas, a partir de la sexta, (cuando ella se convierte en jefa de Gabinete), recae en otras personas. Su principal misión es cuidar la imagen de la Casa Blanca y reducir a la mínima expresión la capacidad de maniobra de los medios de comunicación. Para ello hay que controlar con mano firme las distintas formas de ofrecer u ocultar la información en la Casa Blanca.

4. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS INFORMATIVAS Y PERSUASIVAS EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. (MODELO DE HIEBERT)

¿De qué forma se consigue controlar la información que sale? ¿Es preferible dar toda la información u ocultar algo? ¿Cómo combinar la imagen de transparencia con el secreto oficial necesario en un gobierno? ¿Qué se debe hacer en un momento de crisis? Todas estas preguntas, y muchas más, se plantean en las distintas tramas de la serie *El ala oeste de la Casa Blanca*. Y es que, cualquier institución tiene que conocer muy bien el difícil equilibrio entre ceder información y ocultarla. Así podríamos hablar de las cuatro estrategias propuestas por Ray Eldon Hiebert (1981: 3-13). Si optan por no comunicarla, se reservan información; si la comunican, pueden hacerlo de tres maneras: publicándola, poniéndola en escena o empleando la publicidad y/o la propaganda.



5. RESERVA DE LA INFORMACIÓN

A lo largo de las siete temporadas de *El ala oeste de la Casa Blanca* podemos constatar cómo sus guionistas son expertos conocedores de las técnicas de comunicación institucional dedicadas a la *reserva de información*. Y es que, en muchas ocasiones, las instituciones no pueden facilitar toda la información que los medios de comunicación requieren, porque su publicación podría tener efectos perjudiciales para la nación (por ejemplo, para la seguridad del Estado), para la institución (puede desestabilizar la imagen del líder) o para la bolsa.

- En la serie, vemos cómo nunca suelen informar a los medios de comunicación hasta que la intervención militar no se ha producido. Cuando deciden una intervención militar suelen hacer que cierre el mercado de valores para que no se desplome la bolsa. Tampoco suelen hablar de cosas que afectan al Gabinete hasta que no tienen más remedio porque ya existen rumores. Por ejemplo: la enfermedad del presidente o la ex-adicción del jefe del Gabinete al alcohol y al *valium*.

A veces pactan con los periodistas para que estos no publiquen una información dañina para la imagen de la institución. *Enemigos (1, 8)*

- C.J.:** El presidente te agradecería que no siguieses adelante con esa noticia y como muestra de su gratitud, te concederá 30 minutos para que hables con él del asunto que a ti te parezca.
- DANNY CONCANNON** (periodista): Suena bien, pero no basta.
- C.J.:** ¿Qué más quieres?
- D.C.:** Que me cantes una canción.
- C.J.:** Danny...
- D.C.:** Una corta.
- C.J.:** ¿Aceptas el trato?
- D.C.:** Sí.
- C.J.:** Gracias.
- D.C.:** C.J.
- C.J.:** ¿Sí?
- D.C.:** Si despidas a alguien por esto contaré el porqué.
- C.J.:** Entendido.

- Además, pueden recurrir a otras técnicas para no ver publicadas otras informaciones. Un ejemplo de esto es la *mentira inadvertida*. Es aquella que se produce sin intención por parte de quien suministra la información. Esto es bastante habitual en las instituciones políticas. Se consigue manteniendo desinformados a los portavoces o jefes de prensa.

Un claro ejemplo de esto lo vemos en el episodio titulado *Lord John Marbury*, cuando los miembros del Gabinete se reúnen sin C.J. (Secretaria de Prensa) para analizar la situación entre India y Paquistán, donde se prevén enfrentamientos y ya

han detectado movimientos de tropas. Por eso, cuando ella acude a dar su rueda de prensa habitual, se ve sorprendida por las preguntas de los periodistas. *Lord John Marbury (1,11)*

- C.J.:** Hola. Hoy tendremos el informe del mercado bursátil.
 —**PERIODISTA:** ¿Mercado bursátil?
 —**C.J.:** Así me han dicho que lo llame. Será mañana a las 9 de la mañana. Y eso es todo. Podéis iros a casa.
 —**PERIODISTA:** Un informe del Pentágono dice que en las últimas horas ha habido movimientos de tropas en las fronteras de Cachemira.
 —**C.J.:** ¿En las últimas horas?
 —**PERIODISTA:** Sí.
 —**C.J.:** Tendrías que cambiar de informador, Bruce.
 —**PERIODISTA:** ¿Lo estás negando?
 —**C.J.:** ¿Qué cantidad de tropas?
 —**PERIODISTA:** Habla de 300.000 hombres y algunos barcos de guerra.
 —**C.J.:** ¿300.000 hombres?
 —**PERIODISTA:** Sí.
 —**C.J.:** Se ha divertido a tu costa, Bruce.
 —**PERIODISTA:** ¿Seguro?
 —**C.J.:** He visto al Presidente hace 10 minutos.
 —**PERIODISTA:** Lo que tú digas.
 —**C.J.:** Buenas noches, chicos.

Sin embargo, poco después, C.J. tendrá que comparecer de nuevo a ante la prensa para confirmar esa información que ella desconocía.

- Otra técnica comunicativa de reserva es el *off the record*, que básicamente sirve para “reforzar las relaciones con los periodistas y para ofrecer información de contexto. Obviamente no tiene sentido aplicar el *off the record* cuando lo que queremos comunicar es una noticia irresistible”. (Arroyo y Yus, 2008:80).

Un buen ejemplo lo encontramos en *Presupuestos (3,3)*, cuando ante las filtraciones que se están produciendo sobre las posibles citaciones del Gran Jurado² C. J. Cregg intenta derivar parte de la investigación al Congreso, donde pueden tener más opciones de victoria. Para ello, solicita la ayuda de una abogada republicana, Ainsley Hayes, que forma parte de la asesoría jurídica de la Casa Blanca.

- C.J.:** Estuviste muy bien anoche.
 —**AINSLEY HAYES:** Gracias.

² La tercera temporada de la serie se inicia con una investigación del Gran Jurado para saber si el equipo del presidente y él mismo engañaron al pueblo americano al mantener en secreto su enfermedad: la esclerosis múltiple. Por eso, cuando el audaz Fiscal Clem Rollins empieza a investigar a Bartlet y cita a su equipo, C.J. astutamente revela a la prensa ciertos datos que podrían quebrar la imparcialidad de Rollins para que sea destituido, y sustituido, por alguien más favorable a la Administración.

- C.J.:** Babish (que es el abogado de la Casa Blanca) y Rolling (Fiscal Clem Rollins del Gran Jurado) hicieron un trabajo conjunto para la revista de Yale.
- AINSLEY HAYES:** Sácalo a la luz.
- C.J.:** El problema es que no puedo hacer fotocopias y distribuir las.
- AINSLEY HAYES:** ¿Qué quieres?
- C.J.:** Que hables con uno de tus muchos amigos de algún periódico conservador.
- AINSLEY HAYES:** ¿Crees que somos una especie de secta?
- C.J.:** ¿Lo sois?
- AINSLEY HAYES:** Sí.
- C.J.:** Habla con él, y dile *off the record* no podrás creerlo, pero el Presidente se ofrece a renunciar a su inmunidad y al mismo tiempo reservarse el derecho a retener documentos. ¿Podrás hacerlo?
- AINSLEY HAYES:** No puedo creer que el Presidente renuncie a su inmunidad y al mismo tiempo quiera retener ciertos documentos.
- C.J.:** Dilo en voz baja, moviendo la cabeza al mismo tiempo.
- AINSLEY HAYES:** No puedo creer que el Presidente renuncie a su inmunidad y al mismo tiempo... (C.J. La corta: “No, muévela sólo al principio”)
- AINSLEY HAYES:** No puedo creer que el Presidente... (C.J. La corta de nuevo: “Piensa en lo que dices”)
- AINSLEY HAYES:** Lo he cogido.
- C.J.:** Gracias.

6. PUBLICACIÓN Y PUESTA EN ESCENA

Y observamos cómo también, los miembros del Gabinete, son capaces de publicar y dar a conocer todas las iniciativas gubernamentales a través de los cauces clásicos de la comunicación institucional: comunicados, ruedas de prensa, filtraciones, etc... (Smith, 1990; Valbuena, 1995; Huici, 1996; Hernández y Macías, 2009).

Comunicado de prensa. Como explica Felicísimo Valbuena (1995:508): “Suponen el mayor grado de libertad para el emisor, para quien elabora el mensaje. La redacción de estos comunicados lleva acoplado un ‘ángulo’ de interpretación para asegurarse de que son recibidos con la menor distorsión posible”. Por eso, es el instrumento que los portavoces utilizan con más frecuencia para hacer pública una información. En la serie, los comunicados se emplean para puntualizar algún asunto, o cuando el tema es especialmente grave y no se quiere responder a preguntas. *Cinco votos menos (1,4); La historia del tercer día (6, 3)*.

Rueda de prensa. Una de las formas rutinarias de difundir información es la rueda de prensa. Se trata de una puesta en escena para informar, convencer y persuadir sobre asuntos que se prestan a controversia. Es la institución quien convoca a los medios de comunicación para facilitarles una información. Por eso, es interesante analizar las frecuentes ruedas de prensa que ofrece C.J. Cregg, como portavoz presidencial, lidiando una o varias veces al día con una sala llena de periodistas que buscan saber más de lo que ella está dispuesta a decir. Y, que además, gozan de información privilegiada que la sitúa a ella en más de un compromiso.

En una rueda de prensa tras la reelección de Bartlet, su ley estrella va a tener que retrasarse al no contar con los apoyos necesarios en el Congreso (gobernado por los republicanos). C.J. comparece ante los periodistas para explicarlo. *Armas no mantequilla* (4,12).

- PERIODISTA 1:** ¿Intentaréis retrasar el voto?
- C.J.:** La resolución expira a medianoche, si el Congreso no actúa no habrá presupuesto para ayuda internacional.
- PERIODISTA 2:** ¿Qué opina el Presidente de la frase de Mosley: “tiramós dinero en problemas al otro lado del mundo”?
- C.J.:** El Presidente desearía tirar el dinero sólo en los problemas de casa, pero no quiere que dejemos de ser el líder mundial. La ayuda internacional se ha recortado un 50% en la última década. En porcentaje sobre el producto interior bruto somos los últimos del mundo.
- PERIODISTA 3 (Marc):** ¿Es malo que la primera ley de esta legislatura sea tan polémica?
- C.J.:** El Presidente no lo cree y es bueno que esta primera ley se tome en consideración. ¿Steve?
- PERIODISTA 4 (Steve):** Un senador demócrata dice que si la rechazan restará impulso al resto...(C.J.-Le corta)
- C.J.:** No vamos a responder a una cita que te has inventado (risas de los periodistas).
—Y aclara “bromeaba”— Gracias.

En este caso, C. J. Cregg evita dar una respuesta ante una pregunta hipotética, algo que siempre es recomendable hacer. Los “futuribles” son enunciados que versan sobre algo que podría haber sucedido si se hubiera cumplido una condición que no se ha dado. Suelen ser preguntas trampa.

En otra ocasión, los medios de comunicación van a publicar al día siguiente una información donde se desvela que el jefe de Gabinete, Leo, ha estado ingresado en un centro de rehabilitación por su adicción a las drogas y el alcohol. Deciden organizar una rueda de prensa, no sin antes preparar con Leo las respuestas que tendrá que dar. *Lo hará de vez en cuando* (1, 12)

- LEO:** Una historia que la mayoría de ustedes ya conoce perfectamente saldrá a la luz al final del día. Me gustaría aprovechar esta ocasión para leer una declaración antes de contestar a sus preguntas. En junio de 1993 ingresé de manera voluntaria en Sierra Tudson, un centro de rehabilitación para tratar mi adicción al alcohol y al *valium*. Actualmente, me estoy recuperando de ambas adicciones. Y lamento profundamente el daño y los problemas que esto ha causado a las personas allegadas a mí.

Las filtraciones. Están a medio camino entre la cesión y el ocultamiento de información. Es “la cesión de información parcial, prematura y desautorizada” (Hess, 1984: 77). Es parcial porque probablemente sobre aquello que se filtra sigan produciéndose informaciones; es prematura, porque la información sale a relucir antes de que el asunto esté maduro; y es desautorizada, porque una información filtrada no goza de respaldo oficial.

La filtración, según Lewis Helm, es “el relato planificado diseminado por el informador”. Si éste logra que un periodista de prestigio acepte la filtración y publi-

que un artículo, la repercusión será mayor que con un comunicado de prensa. Según quién haga la filtración y por qué, nos encontramos con diferentes tipos:

a) *La filtración sincera*. Es una filtración que la institución lanza de forma intencionada como parte de la política informativa. Quien filtra es el jefe de prensa, que “regala” al periodista la posibilidad de que se adelante con un tema, a cambio de que sea bien tratado en su medio.

Si quien filtra una información a los periodistas, es una persona que mantiene fidelidad a quien le ha contratado y es amigo de los periodistas, la filtración es sincera. Si esta relación se mantiene durante años, sin ruptura, las filtraciones pueden ser muy útiles para ambas partes. (Valbuena, 1995:517)

En esta serie, esa relación de amistad la encarnan la Jefa de Prensa de la Casa Blanca, C.J. Cregg y el periodista del *New York Times*, Danny Concannon. Ya en su primera aparición, el periodista Danny Concannon le dice a C.J. que ha descubierto que Sam Seaborn tiene por amiga a una señorita de compañía, aunque finalmente decide dejarlo correr. Sin embargo, advierte a C.J. diciéndole: “*No todos son tan buenos chicos como yo*” (*Una represalia proporcional*, 1, 3). Predicción que se materializa cuando un periódico publica la historia unos meses después.

En la segunda temporada, Toby le encarga a C.J., que filtre que el Presidente piensa convocar al Senado. A lo que Leo dice: “Que el cebo sea atractivo, pero que no sepan que lo ponemos nosotros”. C.J. utiliza a Danny. *El Congreso* (2, 6).

- C.J.: Carol, llama al portavoz del líder de la mayoría.
- CAROL: ¿Congreso o Senado?
- C.J.: Senado.
- DANNY: ¿Queréis convocar al Senado saliente?
- C.J.: ¿Quién lo dice?
- DANNY: -señalando a Carol- Va a llamar al líder de la mayoría.
- C.J.: Tenemos muchos asuntos que tratar con él, lidera a la mayoría.
- DANNY: Hoy no hay reunión.
- C.J.: Sabrán encontrarle.
- DANNY: ¿Puedo poner asesores?
- C.J.: No.
- DANNY: ¿Y qué tal fuentes de alto nivel?
- C.J.: Ciertas fuentes de asuntos legislativos que han preferido mantener el anonimato.
- DANNY: Así parece que lo haya inventado.
- C.J.: Tómallo o déjalo.
- DANNY: Lo tomo.
- C.J.: ¿Algo más?
- DANNY: No.
- C.J.: Adiós.
- CAROL: Ken Rismon por la línea 3.
- C.J.: ¿Quién es?
- CAROL: El portavoz del líder de la mayoría.
- C.J.: Dile que no estoy.

Varios capítulos más tarde es C.J. Cregg quien pide ayuda a Danny para pasar una información. *Armas no mantequilla* (4,12).

- C.J.:** Puedes decir que varios funcionarios del Gobierno dicen que la Casa Blanca tendrá buena memoria cuando llegue la Ley de Transporte el año que viene.
- DANNY:** Te gustan los anónimos si son tuyos.
- C.J.:** Claro.

Ya en la séptima temporada, *Desplazamiento interno* (7,11), este periodista también filtra a C.J., que el yerno del Presidente Bartlet, Just Guesting, quien aspira a ser candidato a congresista por New Hampshire, tiene un lío con la niñera. Esto puede traer consecuencias para el Presidente.

- DANNY:** ¿Has oído algo de Just Guesting?
- C.J.:** El yerno del Presidente puede ser el próximo congresista novel de New Hampshire.
- DANNY:** Sólo pierde por tres.
- C.J.:** Ya no le preocupa que le conozcan por sí mismo. Ha pedido al Presidente que le apoye en Manchester.
- DANNY:** ¿De veras?
- C.J.:** Sí, ¿por qué?
- DANNY:** Hablan mucho de él, su biografía,..le llaman estrella y eso me preocupa porque la vez que yo le ví me pareció...
- C.J.:** —cortándole— ¿Mediocre?
- DANNY:** Sí.
- C.J.:** ¿Insinúas que el éxito en política no depende de la valía de uno?
- DANNY:** No, yo nunca diría eso.
- C.J.:** Bien, cambiemos de tema. Creo que no voy a pedir pescado.
- DANNY:** Creo que se está tirando a la niñera.
- C.J.:** Mejor pediré... ¿Qué?
- DANNY:** El yerno puede que se esté tirando a la niñera.
- C.J.:** ¿Es un eufemismo?
- DANNY:** No. Lo de tirarse sí lo es. Sólo es un rumor. Aún no es oficial, pero empieza a comentarse demasiado.

b) Filtración globo sonda: consiste en revelar una propuesta que se está considerando para probar o no su viabilidad.

La posición de Josh Lyman en el gabinete de Bartlet se vio comprometida durante algún tiempo después de que filtrase información a la prensa acerca de ciertas negociaciones sobre temas militares con el senador por Idaho Chris Carrick. Carrick había estado intentado obtener la promesa de que la Casa Blanca instalaría parte de un sistema antimisiles en su estado, y al no conseguirlo bloquea los ascensos militares en el Senado. Josh decidió filtrarlo con el objetivo de hacer recapacitar al senador. *El único elector* (5,5).

- DONNA:** Carrick bloquea otros 56 ascensos.
- JOSH:** ¿Qué?
- DONNA:** El Secretario de Defensa quiere veros.
- JOSH:** Como no sea para atar a Carrick a un misil, de su absurdo lanzamisiles, y dispararlo contra un misil atómico, que por supuesto fallará...

- DONNA:** El Secretario teme que si se hace público...
- JOSH:** Voy a hacerlo público. Filtraré a toda la prensa del Universo que bloquea los ascensos porque no consigue fondos para construir un trasto inútil que hincharía las arcas de su Estado.
- DONNA:** ¿Es buena idea?
- JOSH:** Lo es. Haré que vuelva aquí de rodillas.

Después del revuelo, el Senador Carrick dimitió e informó a Josh de que se presentaría a la reelección por el Partido Republicano —y no por el demócrata al que pertenecía—, citándole como razón primordial de su cambio de bando. Esto supone perder una votación importante en el Senado.

En otra ocasión, *In excelsis deo (1,10)*, ante la brutal paliza a un estudiante *gay*, por un grupo de adolescentes, Leo y Josh se plantean si es el momento oportuno de debatir una ley contra la xenofobia y la aceptación que tendría entre la opinión pública.

- LEO:** ¿Has oído lo de ese chico de Minnesota?
- JOSH:** No.
- LEO:** Un estudiante *gay* de secundaria. Le dieron una paliza. Le desnudaron, le ataron a un árbol y le lanzaron piedras y botellas a la cabeza. ¿Sabes qué edad tenían los asaltantes? Trece años.
- JOSH:** ¿Ha fallecido?
- LEO:** Está en estado crítico. Después de las vacaciones tendremos que revisar las leyes que afectan a los crímenes xenófobos.
- JOSH:** Tendremos que calibrar las reacciones antes de meternos de lleno en ello.
- LEO:** C.J. va a enviar un globo sonda en su comunicado.

En la rueda de prensa posterior, C.J., ante la pregunta de una periodista: “¿Revitalizará el debate sobre la ley contra la xenofobia?”, ella dice: “Sí, aunque supongo que el mejor momento para hacerlo habría sido el día antes de que Lowel Laidler fuese lapidado, no el día después”. Con ello consiguen poner este asunto en su agenda política y, al mismo tiempo, en la agenda mediática.

c) *La filtración torpedera.* Quien filtra es la oposición para dinamitar la política de la institución. Lo hace sacando a relucir documentos, informes, datos, borradores, etc..., cuya publicación pone el acento en un aspecto negativo que provoca la reacción de rechazo en la opinión pública.

Esto lo encontramos cuando el portavoz del Congreso, gobernado por los republicanos, filtra una lista de posibles candidatos a vicepresidentes del Gobierno, para presionar al presidente demócrata Bartlet y plantear ante la opinión pública que ellos no aprobarán al candidato oficial, Lewis Berryhill, sino sólo a los que aparecen en su lista. Finalmente, el presidente Bartlet tiene que ceder y nombrar a uno de esos candidatos: Bob Russell³. *Jefferson vive (5,3)*.

³ Recordemos que tras la dimisión del Vicepresidente por “un lío de faldas”, el presidente Bartlet debe nombrar otro nuevo, que deberá ser ratificado por el Congreso, donde hay una mayoría de miembros republicanos, con lo que podría ser rechazado.

Aunque, en algunas ocasiones, *quien filtra una información es alguien de dentro* de la institución, que no está conforme con la política desarrollada y quiere dañarla. En la serie, al final de la cuarta temporada, *Vida en Marte (4,21)*, se descubre que el Vicepresidente, John Hoynes, había filtrado información clasificada a Helen Baldwin, una mujer de Washington con la que mantuvo relaciones extramatrimoniales. La información se refería a las posibles evidencias de vida en Marte. Cuando el jefe de Gabinete, Leo McGarry, le preguntó a Hoynes si estaba en condiciones de desmentir el asunto, éste presentó su dimisión como Vicepresidente para desagraviar a su mujer, Susan.

- DANNY:** Si queremos intentar arreglarlo, tendremos que empezar esta noche. Así que ve...
- JOHN HOYNES:** Señor, dimito de la Vicepresidencia.
- DANNY:** ¿Y si yo digo que no?
- JOHN:** Filtré información reservada. Es asunto suyo, señor. Y también es un delito.
- LEO:** ¿Estás en posición de negarlo?
- JOHN:** No.
- LEO:** Ha firmado un cuantioso acuerdo editorial, no tendrá credibilidad.
- JOHN:** No necesita credibilidad.
- DANNY:** Discúlpate y sigamos. Acepta la responsabilidad. No tienes que dar detalles. Ella hará eso en tu lugar. Serás la comidilla dos meses y luego tendrás tiempo de conseguir la nominación.
- JOHN:** No obtendré la nominación.
- DANNY:** En plena esclerosis parecía que nunca nos íbamos a recuperar y lo hicimos.
- JOHN:** Y es por eso que no volverá a suceder.
- DANNY:** John...
- JOHN:** Se acabó. Usted agotó nuestro cupo.
- DANNY:** Lamento, señor Vicepresidente, que mi esclerosis múltiple fastidiara tu agitada vida sexual. ¿Cómo diablos nos has hecho esto? No puedes dimitir John, daríamos muy mala imagen.
- JOHN:** Señor, si me quedo sabotearía todo su mandato y sabe que tengo razón. El partido necesita a alguien que pueda ganar y creo que lo mínimo que puedo hacer por Susan —su esposa— es no hacerle pasar por esto.

Durante las primarias, el jefe de Campaña del Vicepresidente Bob Russell, Will Bailey, filtra a la prensa un comentario que hizo su adversario, el congresista Santos, hace ocho años sobre New Hampshire. *Opposition Research (6,11)*.

- JOSH LYMAN:** Alguien ha rebuscado una frase que dijiste hace 8 años en Houston. Dijiste que las primarias de New Hampshire no deberían ser las primeras porque es un Estado tan variado como los pasajeros del Mayflower.
- MATT SANTOS:** Eso tiene gracia.
- JOSH:** Un estado lleno de descendientes del Mayflower desternillándose.
- MATT:** No recuerdo haber dicho eso.
- JOSH:** ¿Puedo negarlo?
- MATT:** Suena a una frase mía.
- JOSH:** Tienes que retractarte enseguida.
- MATT:** Es cierto, ¿no es así?

- JOSH:** Aquí la gente cree que estas primarias es privilegio suyo.
- MATT:** Verás, creo que tengo que mantener lo que dije.
- JOSH:** Hazte la foto. No contestes a nada. Ya pensaremos en eso luego.

Con ello consiguen ganar algo de tiempo, pero poco más. Los periodistas sólo le preguntan sobre esas declaraciones y no le hacen ninguna pregunta sobre su ambicioso plan de educación. Con este comentario de Santos —desconocido por sus asesores— se viene abajo toda la campaña prevista en New Hampshire.

Esto también ocurre durante la Convención Demócrata para elegir al sucesor de Bartlet, al conocerse que la esposa de uno de los candidatos, el Gobernador Baker, ha estado ingresada en un centro por depresión. Mientras el congresista Santos no quiere usar esa información, el Vicepresidente Bob Russell lo hace público para desprestigiar a un rival de su propio partido. *2.162 voto, (6,22)*. Con ello logra, además, eliminar de la carrera a un posible adversario.

d) La filtración de contraataque: Como afirma Valbuena (1995:517) “es una variedad sutil de la filtración torpedera”. En lugar de limitarse a difundir información perjudicial sobre la otra parte, el informador enmascara este propósito presentándola como una difusión del programa propio. Es lo que, en Análisis Transaccional, se denomina “Transacción Angular”.

Lo podemos comprobar cuando el congresista Santos, en plena campaña presidencial, se niega a hacer declaraciones sobre la actuación de la Casa Blanca en una filtración sobre información reservada. Y, al mismo tiempo aparece en toda la prensa una imagen suya y de su esposa en un hotel donde han destrozado la cama. *El problema de mamá (7, 2)*. Para acallar ambos temas, Santos, comparece ante la prensa y dice:

- MATT SANTOS:** Vosotros tenéis que hacer vuestro trabajo, me guste o no. Así que no voy a negar que las siestecitas y las camas desguazadas dan para vender muchos periódicos. Así que, sólo voy a comentarlo una vez. Esta vez, y daré el tema por zanjado. (Tras un silencio dice): Ni de guasa estaban reforzadas con acero. (Y hace como que se va)
- PERIODISTA:** ¿Sigue sin querer comentar la interrupción de su investigación?
- MATT SANTOS:** Si yo estuviera en la Casa Blanca llamaría al FBI. Haría todo lo que estuviera en mi mano para colaborar con el Congreso y el Gran Jurado. Recurriría a la Ley, no a la política. Y por si no lo habéis notado es, exactamente, lo que el Presidente ha hecho.

Esto también ocurre cuando Leo, ante su inminente debate contra el candidato republicano, Ray Sullivan, para la Vicepresidencia, *Compañeros de campaña (7,10)*, ensaya junto con sus asesores las respuestas. Leo se muestra perdido ante las cámaras, fuera de lugar, sin saber qué decidir, ni cómo moverse...No sabe cómo controlar su mensaje. Esto se filtra a través de Internet a la oposición, que se relaja.

- MODERADOR:** Señor McGarry, la siguiente pregunta para usted: Muchos americanos consideran que el papel del Vicepresidente, como primer sustituto del Presidente,

es el más importante de ese cargo. Dado su historial médico, ¿los votantes no deberían estar preocupados por usted?

—**LEO:** Por una abrumadora mayoría la primera consecuencia de un ataque al corazón es la muerte. Tengo la suerte de estar aquí, pero no fue todo suerte. Fui el beneficiario de la mejor atención médica del mundo. Asistencia médica para mí y para los privilegiados (señalando al candidato republicano), pero no para los millones de americanos con un seguro inadecuado o sin él. Aprieten su nariz contra las ventanas de los mejores hospitales del mundo, con los médicos y personal de enfermería mejor formados, y cuando los necesitan, cuando necesitan sus servicios no pueden entrar. Matt Santos y yo no queremos dejar a nadie en la calle, si están enfermos como lo estuve yo —**JOSH LYMAN**, que está viendo el discurso junto al resto del equipo de Santos le dice a la Directora de campaña “voy a darte un beso” y ante el gesto hosco de ésta dice: “mejor no”—. Queremos que todos los hombres, mujeres y niños de este país tengan acceso sin discriminación a unos cuidados de primera. Que, de hecho, creo que salvaron mi vida.

—**ASESORA:** No ha respondido.

—**JOSH LYMAN:** No importa⁴.

Al final, se descubrió que había sido el propio Leo quien filtró esa información, utilizando la dirección de correo de una de sus colaboradoras. Con ello, logró ganar el debate y sumar nuevos éxitos a la campaña de Santos. Además, consiguió ridiculizar a esa colaboradora, que días antes, le había dicho a Leo que “una cosa es entrenar a un jockey y otra montar a caballo”⁵.

—**COLABORADORA:** Se hizo el tonto.

—**LEO:** ¿No quieres ir a tomar algo?

—**COLABORADORA:** ¿Verdad?. No veo la mueca...

—**LEO:** (No responde)

—**COLABORADORA:** ¿Por qué lo hizo?

—**LEO:** ¿La verdad?

—**COLABORADORA:** Sí.

—**LEO:** Estaba muy perdido.

—**COLABORADORA:** Ah, vamos.

—**LEO:** Entrenando las respuestas... Y luego cuando Josh no quiso entregarme las cintas, me asusté mucho y lo filtré.

—**COLABORADORA:** ¿Fue usted?

—**LEO:** Me preocupaba que estuviera tan preocupado.

—**COLABORADORA:** Y llamó a unos periodistas y dijo “Eh... soy Leo, que sepáis que debato de pena”.

—**LEO:** Bueno no. Llevo tiempo en esto. Piensan que fuiste tú.

—**COLABORADORA:** ¿No sospecharon por la voz?

⁴ Una de las estrategias de la comunicación política consiste exactamente en eso: en esquivar una pregunta incómoda dando una respuesta programática. Toda la campaña de Santos y McGarry se basa en sanidad y educación, son los pilares de su programa electoral.

⁵ Leo McGarry es hombre experimentado en política, pero siempre ha estado en la sombra. Ahora debe hacer campaña política.

- LEO:** No hay bastante Helio en el Cosmos. Así que usé tu cuenta de *e-mail*.
 —**COLABORADORA:** ¿Cómo dice?
 —**LEO:** No uses a tu gato como contraseña.

• **La importancia de los discursos.** Los discursos proyectan la imagen de la institución, y existen muchas variedades. En *El ala oeste de la Casa Blanca*, la complejidad y los matices vinculados a la preparación de los discursos presidenciales recae durante las primeras cuatro temporadas en Sam, bajo la supervisión de Toby y, más tarde, sobre Will Bailey, ayudante del director de Comunicaciones.

El presidente Bartlet ofrece múltiples discursos: el discurso de inauguración de un mandato (con los consecuentes elementos programáticos y de promesas), el discurso parlamentario (sobre el Estado de la Nación, *El tercer debate de Bartlet (2,13)*), el de afrontar una crisis o problema *A falta de cinco votos (1,4)*, el de petición de sacrificio a la nación (ante la adopción de medidas económicas que suponen una reducción del gasto o el déficit presupuestario *Un buen día (6,17)*), el de petición de perdón (que supone aceptar haber cometido un error), el de mitin de campaña (donde adapta el discurso a cada zona del país y critica al adversario). De este último, hay un ejemplo en la cuarta temporada, durante la campaña de reelección en Indiana. *Veinte horas en América: primera parte (4,1)*.

- PRESIDENTE BARTLET:** ¿Saben el del hombre que queda atrapado con el coche en un barrizal? Se le acerca el granjero y le dice que le ayudará a sacarlo, pero que le costará 50 pavos, porque ese día ya ha sacado 10 coches del barrizal. El conductor le dice: “Y ¿cuándo ara la tierra?, ¿de noche?” Y el otro le dice: “No, no, por la noche empapo esto con agua” (Risas de los asistentes).
 Tenemos que encontrar energías alternativas. Este es el momento y vamos a hacerlo. Los republicanos quieren convencernos de que les importan esas energías y de que no están supeditadas a las grandes petroleras, pero lo tienen bastante crudo. No les envidio, porque su única esperanza es que no veamos que son ellos los que están empapando el campo con agua cada noche. Pero los americanos somos un pueblo listo y nos hemos dado cuenta. (Aplausos).

También existen otras modalidades de discursos: para reaccionar ante una acusación (que requiere información precisa) o aceptar una dimisión (éste siempre exige una explicación). Un ejemplo de esta última modalidad ocurre en la séptima temporada, *Hoy aquí (7, 5)*, cuando salta a la luz pública una filtración sobre un secreto militar referente a una estación espacial. Se trata de un delito federal: revelar información. Ante esta situación el Presidente tiene que dar un comunicado para anunciar el despido de su director de Comunicaciones, Toby Ziegler. Lo hace desde el Despacho Oval.

Sin embargo, uno de los más significativos, por su connotación emocional, ocurre en la cuarta temporada de la serie, *Veinte horas en América: segunda parte (4,2)*. Hay un atentado un lunes en la Universidad de Kenniton State, donde mueren 44 personas. Ese día el presidente Bartlet tiene que ofrecer un discurso de gala. Es uno de los muchos actos de precampaña electoral para su reelección. En un salón aba-

rrotado de gente, Bartlet pronuncia un discurso escrito por Sam (quien más tarde revelará que se ha inspirado en Camelot para su redacción). Además durante toda su intervención suena la música *I don't like Mondays*⁶.

—**BARTLET:** Recuperándonos de la crisis económica. Asegurando la paz en una época de conflictos globales. Manteniendo la esperanza en este invierno de temor y de ansiedad.

Es la primera vez, en la historia más reciente, que el destino de América no está en nuestras manos. No buscamos ni provocamos un asalto a nuestra libertad y a nuestro estilo de vida. No esperábamos, ni incitamos un enfrentamiento contra el mal. Aun así, la fortaleza de un pueblo se demuestra haciendo frente a las adversidades.

Cuarenta y cuatro personas han muerto hoy en la Universidad de Kenniton State, tres nadadores del equipo masculino han muerto y otros dos están en estado crítico. Estaban entrenándose, y al oír las explosiones corrieron hacia las llamas para socorrer a la gente... Corrieron hacia las llamas.

Esta noche, las calles del cielo están llenas de ángeles. Son nuestros estudiantes, maestros, padres y amigos. Las calles del cielo están llenas de ángeles. Si dudamos de nuestra capacidad para afrontar un desafío, miremos todos al cielo y recordemos que esa capacidad no tiene límites.

Es la hora de los héroes de América. Haremos lo más difícil: conseguir la grandeza. Es la hora de los héroes de América. Miremos a las estrellas. Que Dios les bendiga. Y a vosotros y a los Estados Unidos de América. Gracias.

Aunque, si tenemos que ceñirnos al discurso puramente político, que apele a los sentimientos y a la movilización de los votantes, tendremos que llegar hasta la sexta temporada cuando uno de los candidatos demócratas para suceder a Bartlet, el congresista Matt Santos, decide jugarse el todo por el todo en la Convención Nacional Demócrata, al solicitarle el partido que retire su candidatura. *2.161 votos (6,22)*.

—**MATT SANTOS:** Yo esperaba estar aquí esta noche en circunstancias diferentes.

Unas personas que respeto muchísimo me han pedido que aprovechara ahora para apoyar a otro gran candidato que ha llegado hasta aquí. (Gritos de la gente: ¡NO!). Para así ayudar a decidir quién será nuestro nominado, pero no puedo. (Aplausos). No puedo hacerlo, porque no es cosa mía decidir quién tiene que ser nuestro nominado. Esa decisión es vuestra y sólo vuestra.

Hoy se ha armado un escándalo por la decisión del senador Baker de no discutir un problema médico de su esposa. Mucha gente cree que debía haberlo dicho, pero yo no creo que el Gobernador Baker no lo contara por vergüenza. Creo que evitó descubrirlo porque somos hipócritas, no los Baker. Todos tenemos problemas. Todos nosotros. Y, sin embargo, fingimos no tenerlos. Todos vivimos vidas imperfectas. Y nos aferramos a una fantasía de que existe la perfección y que nuestros líderes deben encarnarla. Pero si esperamos que nuestros líderes posean una moral más elevada que el resto de nosotros, estamos pidiendo que nos engañen.

⁶ El cantante Bob Geldof compuso esta canción tras escuchar las declaraciones de la niña Brenda Spencer, quien un lunes 29 de enero de 1979, disparó con su rifle a los alumnos de su escuela, causando dos muertos y nueve heridos. Al ser interrogada por la policía sobre los motivos de esta acción la niña sólo respondió: "No me gustan los lunes".

Me han sugerido que intente comprar vuestro apoyo con puestos de trabajo y la promesa de ascensos. Se me ha sugerido que la unidad del Partido es más importante que vuestros derechos como delegados. No, señor, no lo es. Tenéis una decisión que tomar. No nos votéis porque nos creáis perfectos. No nos votéis por lo que podríamos hacer por vosotros. Votad por quien comparta vuestros ideales, esperanzas y sueños. Por quien creáis que encarna lo que os parece necesario para una nación fuerte y libre y cuando lo hayáis hecho volveréis a Seattle, a Boston, a Miami, a Omaha, a Tucson, a Chicago o Atlanta con la cabeza alta. Y decid: Yo soy miembro del Partido Demócrata.

Sobre los discursos y los efectos que pueden tener en la popularidad de una institución existen estudios de gran interés como los realizados por Smith y Smith, 1994; Procter y Ritter, 1996; Pérez, 2003; y Schlesinger, 2008.

- **Los debates.** Se señala a los Estados Unidos de América como el país precursor en la aplicación de las técnicas de *marketing* a la política. Y es que la historia del desarrollo de las campañas políticas en ese país está unida a la del desarrollo de los partidos políticos. El primer enfrentamiento televisivo entre candidatos presidenciales no se produjo hasta 1960 y lo protagonizaron John F. Kennedy y Richard Nixon. Este debate significó un cambio importante en la aceptación de las nuevas técnicas de comunicación política.

Este tipo de debates son propios de los países presidencialistas, donde las campañas se construyen en torno a la figura del candidato. Y constituyen uno de los eventos más importantes de las campañas, por ser el que más puede cambiar un resultado electoral, es el acto más seguido en los países donde se celebra (Marin, 2003:236; Mckinney y Carlin, 2004:203; Valbuena, 2007: 11-144). Algo que no es extraño si se considera el atractivo que tiene observar al candidato en la situación más indefensa y comprobar si, ante el ataque del rival, es ágil de palabra, se pone nervioso, entra al trapo o si esquiva con habilidad.

“Los candidatos temen lo desconocido, tratan de minimizar cualquier imprevisto”, y por ello es un formato que inspira mucho respeto entre los políticos. Además, insiste en que “entender los debates supone entender los códigos de la televisión: el drama, el conflicto, la competencia, la sorpresa y el riesgo”. Por ello, insistió, en que “los valores teatrales cuentan más que la sustancia política, ya que un buen chiste te puede hacer ganar”. Por eso la preparación es “imprescindible”. Gana quien más se prepara (Schoeder, 2008).

Los guionistas de *El ala oeste de la Casa Blanca*, sabedores de la importancia de los debates en las campañas, incluyen varios ejemplos muy significativos, e incluso dedican un capítulo completo al debate entre el congresista Santos y el senador Vinick en la séptima temporada. *El debate* (7,7). En él se pactan los tiempos: respuestas de dos minutos, seguidas de una réplica de un minuto. (Luz amarilla 15 segundos y una roja indica que se acabó el tiempo.) Además, los candidatos no podrán dirigirse la palabra uno a otro y habrá un tiempo final de dos minutos.

—**ASESORA DE SANTOS:** Vinick no tiene respuesta a cómo va a permitirse bajar los impuestos. Así que intentará agotar el tiempo. Si está en un aprieto repite un párrafo de su discurso hasta que ve la luz roja.

- SANTOS**: Ya.
 —**ASESORA DE SANTOS**: Use las normas para que esto no se convierta en un debate.
 —**SANTOS**: En un debate...
 —**ASESORA DE SANTOS**: Exacto.

Los temas del debate son elegidos por el moderador. Durante el mismo se habla de inmigración, reducción de gastos en el Congreso, educación, sanidad pública, condonación de la deuda a los países pobres, estabilidad laboral, las fuentes de energía alternativas, etc...

En la cuarta temporada, el equipo de Comunicación de la Casa Blanca, junto con un puñado de asesores externos, preparan el debate decisivo en un rancho, en North Carolina, durante 48 horas. Como hay que cuidar todos los detalles, durante el ensayo, Sam Seaborn hace el papel de Senador Ritchie, —el adversario republicano del presidente Bartlet—. Sólo habrá un único debate presidencial y de su resultado dependerá en gran medida que aumenten o disminuyan las posibilidades de reelección. Por eso, el equipo se esfuerza en buscar las respuestas adecuadas para los temas más polémicos ocurridos durante el primer mandato de Bartlet. *Campamento de Debate* (4,5)

- SAM SEABORN** —haciendo de Ritchie—: No sé cómo puede hablar de igualdad de oportunidades y al mismo tiempo apoyar la discriminación racial.
 —**BARTLET**: Pero si yo no apoyo la discriminación racial.
 —**SAM**: Su candidato a Fiscal General sí. ¿Por qué fue su candidato?
 —**BARTLET**: ¿Por qué?
 —**SAM**: Sí.
 —**BARTLET**: Pues porque me dio la gana (Todos los asistentes le dicen que no diga eso). Han pasado cuatro años, —dirigiéndose a Sam— ¿Cuánto tiempo seguirás con lo de “se lo dije”?
 —**JOSH LYMAN**: No ha dicho “se lo dije”, conteste sobre Rouquer, por favor.
 —**BARTLET**: Otra pregunta.
 —**JOSH LYMAN**: Así perderemos.
 —**TOBY**: En New Jersey, no. (En tono cínico)
 —**C.J.**: La discriminación racial es estúpida y estoy en contra.
 —**JOSH LYMAN**: Una respuesta sencilla.
 —**C.J.**: Podemos complicarla.
 —**ANDY WYATT**: Mucha gente... Señor, ¿le importa sí...?
 —**JOSH LYMAN**: No.
 —**BARTLET**: Me parece que se dirigía a mí, Josh. Dime.
 —**ANDY WYATT**: Muchos policías creen que la discriminación les ayuda en su trabajo. Otros están en contra.
 —**BARTLET**: Yo estoy en contra.
 —**JOEY LUCAS**: Los votantes también, pero eso ni implica que...
 —**BARTLET**: ¿Qué tal Joe? ¿Kity? —Josh Lyman le corrige—: Kenny.
 —**BARTLET**: Eso digo.
 —**JOEY LUCAS**: Creo, señor, que lo que la congresista Wyatt quería decir es que si pudiésemos incluir en la respuesta la lucha contra la droga, podríamos hablar de éxitos.
 —**BARTLET**: ¿Tiene razón, Andy?
 —**ANDY WYATT**: Sí señor.
 —**C.J.**: Sí, pero Ritchie volverá a lo de Rouquer y al hecho de que no sabe cuál es su postura.

- BARTLET:** Sí, sé cuál es mi postura.
 —**TOBY:** Volvamos a la pregunta, ¿qué demonios pasó con lo del Fiscal General?.
 —**C.J.:** Le dimos nuestro apoyo hasta que empezó a quedar claro que un Congreso, cada vez más dividido, iba a rechazarle.
 —**TOBY:** ¿Cómo? Pero si retiramos su candidatura.
 —**JOSH LYMAN:** Porque no pasamos de largo eso de la candidatura y ofrecemos una...
 —**C.J.:** ¿Pasar de largo?
 —**JOSH LYMAN:** Una declaración sin ambigüedades apoyando a las fuerzas del orden.
 —**TOBY:** No preguntarán eso.
 —**JOSH LYMAN:** Nadie apoya unas fuerzas del orden más justas.
 —**SAM:** Digamos que la cagamos. El señor Rouquer es un devoto luchador contra el crimen. Tuvimos nuestras diferencias, pero todos los americanos estamos de acuerdo.
 —**BARTLET:** Disculpa.
 —**SAM:** Señor.
 —**BARTLET:** Me estás imitando.
 —**SAM:** Daba una respuesta.
 —**BARTLET:** Imitándome.
 —**SAM:** Me he dejado llevar, señor.
 —**BARTLET:** ¿Alguien más sabe imitarme?

Además, esos días preparan más preguntas sobre Rouquer, la familia, los misiles de defensa y sobre las becas universitarias. Aquellos asuntos sobre los que iba a versar el debate que ganan.

Un error a la hora de comparecer en un debate es desconocer quién será el adversario o subestimarle. Esto ocurre en la serie cuando Sam Seaborn, consejero demócrata de la Casa Blanca, acude a TV a debatir con una desconocida asesora del partido republicano, Ainsley Hayes en el programa *Capital Beat*. *En esta Casa Blanca* (2,4)

- MODERADOR:** Vendrá Ainsley Hayes.
 —**SAM:** No la conozco.
 —**MODERADOR:** La ha traído el nuevo productor.
 —**SAM:** Mark, no me digas que es de esos. ¿Eso no había acabado?
 —**MODERADOR:** No, no ha acabado...Pelo rubio, piernas largas, es republicana ...
 —**SAM:** Y también oportunista, pelo rubio, piernas largas, es republicana..
 —**MODERADOR:** Sí.
 —**SAM:**El prototipo de la tonta.
 —**MODERADOR:** Exacto.

La excesiva confianza de Sam le juega una mala pasada y la asesora le vapulea en directo.

- MODERADOR:** Hoy, en Capital Beat, se espera que el Congreso apruebe la semana que viene la propuesta del Presidente de dedicar 1.500 millones de dólares a educación. Sam Seaborn, ¿Por qué es mejor esta propuesta que la de los republicanos, que fue vetada por el Presidente el año pasado?
 —**SAM:** Porque compra cosas necesarias como libros de texto. Un estudio exhaustivo nos dice que un alarmante alto porcentaje de profesores, el 40% del profesorado de Kingsburg, Oregón, por ejemplo. Y Kingsburg, Oregón, es un modelo bastante fiel de la media de escuelas del país. El 40% de los profesores de Kingsburg, Oregón, dije-

ron que no tenían suficientes libros de texto para sus alumnos. La propuesta presentada por los republicanos ofrecía un total de cero dólares para libros de texto.

- MODERADOR:** Ainsley Hayes. ¿Es cierto?
- AINSLEY HAYES:** No lo es.
- MODERADOR:** ¿Está mintiendo Sam Seaborn?
- AINSLEY HAYES:** Mentir es una palabra bastante fuerte.
- MODERADOR:** Quieres...
- AINSLEY HAYES:** Sí, está mintiendo.
- SAM:** Yo no...
- AINSLEY HAYES:** Y debería decir la verdad sobre educación.
- SAM:** Si va a decir que...
- AINSLEY HAYES:** La propuesta incluía mucho dinero para libros de texto. También para comprar ordenadores, seguridad en las escuelas, laboratorios...La diferencia es que nosotros queríamos darle el dinero a las comunidades y dejar que ellas decidiesen cómo gastarlo. Ya que las necesidades del instituto Lincoln de Deyton, no son como las de Crison del Sur de Los Ángeles.
- MODERADOR:** Sam, ¿por qué se vetó la propuesta?
- SAM:** Pues..
- AINSLEY HAYES:** Porque garantizaba por Ley que el 95% del dinero iría directamente a las aulas pasando de los intermediarios, que es lo que preocupa a este presidente porque él no trabaja para los alumnos.
- SAM:** Eso es falso.
- AINSLEY HAYES:** Ni trabaja para los padres de los alumnos. Trabaja para el sindicato de profesores.
- SAM:** Ya está la vieja...
- AINSLEY HAYES:** El proyecto incluía mucho dinero para libros de texto, Marc, y el que diga lo contrario está mintiendo descaradamente. Y debemos decir la verdad sobre esto. Los libros son importantes aunque sólo sea para saber que la ciudad de Kingsburg está en California y no en Oregón.

La preparación de entrevistas. Cada vez es más habitual que los departamentos de comunicación cuenten con asesores expertos en formación de portavoces. Con ello se consigue que las personas de la institución que tengan que hablar ante el público estén preparadas. Aunque, como asegura Roger Ailes, uno de los asesores políticos de Ronald Reagan:

Todas las sugerencias, todo el adiestramiento en oratoria, todo el conocimiento sobre escenificación, representación y medios de comunicación —todo aquello popularmente asociado a fabricar una imagen— no funcionará si las mejoras no se ajustan adecuadamente a lo que tú eres esencialmente (Ailes 1988: 173).

Cuando alguien aceptar someterse a una entrevista, tiene que prepararla. Debe conocer sobre qué le van a preguntar. “Adivinar qué preguntas concretas nos harán en una entrevista de radio, prensa o televisión, es prácticamente imposible. Hay infinitas posibilidades. Pero adivinar los temas en torno a los cuales nos harán las preguntas es muy fácil. Hay una gran diferencia entre anticipar las preguntas y anticipar los temas de las preguntas. Lo primero es imposible. Lo segundo fácil” (Arroyo y Yus, 2008:301).

Cualquiera sabe que una entrevista versará sobre un máximo de tres o cuatro temas concretos. Esos son los que hay que preparar bien con los asesores y ensayar hasta conseguir que las respuestas logren colocar los mensajes claves.

Al final de la primera temporada, el presidente Bartlet ensaya con todo su equipo de comunicación, en la sala de prensa, posibles preguntas que le harán durante una entrevista con alumnos de la Universidad de Georgetown donde estudia su hija Zoey. *Qué clase de día ha sido*, (1,22). Hablan de si el Presidente debe quitarse o no la chaqueta para hablar con los universitarios y preparan algunos temas: la situación con Cuba, la sanidad, la educación, etc...

- MANDY:** Señor Presidente, hay más de 40 millones de americanos que no tienen seguro médico y la mayoría de ellos son niños. En el primer año de su presidencia usted no propuso —el Presidente interrumpe diciendo: “yo propuse”— ninguna solución nueva a este problema. ¿Podemos esperar una acción real en un futuro próximo o seguirá su administración esquivando el tema?
- BARTLET:** Yo no diría que mi Administración haya esquivado...
- JOSH LYMAN:** Esa frase es jugosa, señor. No la repita. Si no tenemos una solución reconozcamos que tenemos un problema.
- MANDY:** Estoy de acuerdo con que demasiados americanos no tienen acceso a un servicio médico de calidad que se merecen. Y es intolerable que la mayoría de ellos sean niños. —Josh: “Eso es”— Podemos y debemos hacer más.
- BARTLET:** ¿Culpo al Congreso?
- JOSH LYMAN:** Despáchese a gusto.

Otro ejemplo lo tenemos en la segunda temporada cuando el presidente Bartlet ensaya cómo será su intervención junto a miembros de la NASA para hablar con los estudiantes sobre la nave Galileo, que viaja a Marte. C.J. Cregg le explica como irá todo. *Galileo*, (2,9).

- C.J.:** Este es el equipo de relaciones públicas de la NASA.
- BARTLET:** ¿Qué tal estáis?
- Gente:** Bien.
- C.J.:** Llevaremos a cabo un ensayo de lo que haremos mañana. Debe saber que estará usted flanqueado por el director de Operaciones en Vuelo, David Narakawua, y por el Administrador jefe de la NASA, doctor Peter Johnson. Que tendrán a su lado al doctor Samuel Thurman, del equipo de análisis de meteoritos del Centro Espacial Johnson y a la doctora Joyce Saton, geóloga planetaria de la Universidad de California. En estos monitores —y se los señala— verá imágenes enviadas desde Marte y en esta pantalla de ordenador podrá ver las preguntas, que vayan siendo enviadas por los niños. Señor, le pido encarecidamente...
- BARTLET:** Sí.
- C.J.:** Le pido encarecidamente...
- BARTLET:** Sí. Lo sé.
- C.J.:** Le pido encarecidamente que actúe como moderador y que pase las preguntas a los expertos que le acompañan, en vez de responderlas usted mismo.
- BARTLET:** Sí.
- C.J.:** ¿Quiere ver algunas preguntas?
- BARTLET:** ¿Ya tenemos las preguntas?

- C.J.:** Algunas.—dirigiéndose a un informático— ¿Puede pasarlas?
- BARTLET:** Katie, de sexto curso del Colegio Green Oak de Austin, Texas, pregunta: ¿Cuántos años tiene el planeta Marte?
- BARTLET:** ¿Cuántos años tiene el planeta Marte? Buena pregunta. Marte tiene 4,6 millones de años.
- C.J.:** ¿Qué acabo de decirle?
- BARTLET:** Me la sabía.
- C.J.:** No cae bien un sabelotodo.
- BARTLET:** Comprendo ante 60.000 estudiantes de colegios públicos, el Presidente no debe parecer inteligente.
- C.J.:** Eso está bien, pero no alardee señor.
- BARTLET:** Descuida. Steve, de cuarto curso de una escuela pública de Manhattan pregunta: ¿Cuál es la temperatura de Marte? Bueno Steve, si me acompañase alguno de nuestros expertos te diría que la temperatura media va de 15 grados a 140 bajo cero.
- C.J.:** Perdona, creo que se ha equivocado. Yo tengo apuntado que va de 18 a 125 bajo cero.
- BARTLET:** Pues ya puedes corregir esos apuntes. Vemos la INTRO (que es como se llama a lo que leerá en el Pronter).

En otra ocasión la Jefa de Prensa, C.J., se desplaza hasta New Hampshire para preparar la entrevista que la hija del Presidente, Zoey, va a conceder a una reputada periodista, Diane Mathers, tras sufrir el secuestro de unos islamistas. *Separación de Poderes (5,7)*.

- C.J.:** A Diane le gusta mantener un tono informal y relajado. Intentará sorprenderte con alguna indirecta como: la gente dice... se rumorea que...
- ABEY** (esposa de Bartlet): ¿Por ejemplo?
- C.J.:** ¿Se rumorea que está viendo a un psicólogo?
- ABEY:** No respondas a eso.
- C.J.:** Si no contestas, ella esperará como si fuera un cruce misericordioso entre la Virgen María y un perro faldero.
- ABEY:** No le importa a nadie.
- ZOEY:** Mamá...Quiero contestar. Sí, veo a un psicólogo.
- C.J.:**Bien.
- ZOEY:** No podría haber superado esto yo sola. Y aunque mi familia y mis amigos me han ayudado mucho, necesitaba ayuda. La he recibido y me ha ido muy bien.
- C.J.:** ¿Muy bien?
- ZOEY:** Ha sido una gran ayuda.
- C.J.:** Zoey, dediquemos un momento a hablar de aquella noche en la discoteca con Jean Paul —era su novio—. ¿Accediste a tomar drogas?

C.J. Cregg sabía que esa última pregunta sería la más difícil. Por eso la ensayó con Zoey y todo salió bien.

7. PERSUASIÓN

Por último, las instituciones pueden elaborar mensajes persuasivos, con el fin de provocar en el destinatario una actitud de adhesión o de rechazo sobre el adversario. Los mensajes persuasivos pueden ser:

Las inserciones publicitarias en los medios de comunicación. Las instituciones políticas suelen hacer referencia a la consecución de determinadas actitudes en el público, relacionadas con una medida o con unos principios sociales, políticos o culturales. En Estados Unidos estas inserciones publicitarias se centran principalmente en la televisión y son más frecuentes en campaña. Esto explica el papel tan importante que juegan las finanzas políticas y la capacidad de los grupos de presión para influir en los políticos estadounidenses. Algo que se aprecia muy bien en el episodio *En silencio* (3,7), cuando los asesores se plantean la reelección de Bartlet y deben estudiar qué dinero gastar en publicidad. Especialmente, a lo largo de la sexta temporada vemos cómo los candidatos presidenciales obtienen donaciones, votos, apoyos y presencia en los medios.

En la sexta temporada, *Freedonia* (6,15), cuando se preparan los anuncios de campaña entre los candidatos demócratas. Vemos como los dos candidatos mejor posicionados, Hoynes y el Vicepresidente Russell, comienzan a emitir anuncios agresivos, criticando mutuamente la política del adversario. Santos decide no entrar en esa guerra sucia y apuesta por hacer una alocución mirando directamente a cámara. Apuesta por un anuncio de un minuto, en horario de máxima audiencia. Con ello consigue que la prensa empiece a interesarse por su campaña y obtiene algo de publicidad gratis⁷.

—**MATT SANTOS:** Buenas noches. Soy candidato a la Presidencia. Y si no saben ustedes quien soy, no me sorprenderá. Me han negado la participación en el debate de mañana por sugerir que fuera un auténtico debate. Y éste es el único anuncio que puedo pagarme. Me metí en esto para mejorar un mal sistema escolar, reformar los servicios sociales que hoy están en quiebra y ampliar las coberturas médicas porque ahorraremos dinero si llegan menos pacientes a urgencias. Y he descubierto que las campañas presidenciales no tratan de eso. En ellas se trata de sacarle los ojos a tus rivales siempre que no te cueste a ti más que a ellos. Así que, que os parece esto: Yo nunca diré nada sobre mis contrincantes, ni nada sobre nada sin decirlo yo mismo. Mirando a la cámara. Tal vez no oigan muchas palabras mías, pero si oyen alguna sabrán que es idea mía. Soy Matt Santos y les aseguro que he aprobado este anuncio.

Se pueden observar muchos ejemplos de técnicas publicitarias de campaña, especialmente, en la sexta y séptima temporada de la serie.

La investigación de la oposición. Otra forma de persuasión muy utilizada por los grandes gabinetes de comunicación, como el de la Casa Blanca, es lo que (Thompson, 2001 y Marks⁸, 2007) llaman *investigación de la oposición* (*opposition researchers*). Consiste básicamente en hacer acopio de información para contraatacar, llegado el caso, o, simplemente, como medio disuasorio, porque como dijo el ex

⁷ Obama también sustituyó, años más tarde, los anuncios convencionales por alocuciones directas a cámara.

⁸ Stephen Marks, fue asesor político del Partido Republicano, durante más de doce años (1993-2006). En ese tiempo se dedicó a “hurgar en la basura” para destruir las posibilidades electorales de los rivales, normalmente candidatos demócratas, pero también otros candidatos republicanos durante las primarias. Tras abandonar la política reveló sus tácticas en un libro titulado *Confessions of a Political Hitman: My Secret Life of Scandal, Corruption, Hypocrisy and Dirty Attacks That Decide Who Gets Elected (and Who Doesn't)*. 2007. Naperville, Sourcebooks.

presidente Harry S. Truman, y Hillary Clinton repetía incansablemente en las primarias presidenciales de 2008: “Si no aguantas el calor, sal de la cocina”.

El capítulo 11 de la sexta temporada se titula precisamente así: *Investigación de la oposición*. Nos cuenta como Josh Lyman contrata a Joey Lucas, una experta en encuestas e investigación de campaña, para obtener la información sobre los candidatos, aunque el Congresista Santos había pedido expresamente que no los investigara.

- SANTOS:** ¿Tú contrataste a Joey Lucas para que investigara a la oposición después de decirte que no?
- JOSH LYMAN:** Congresista...
- SANTOS:** Después de decirte que no pensaba echar mierda sobre otros demócratas.
- JOSH LYMAN:** No les investigó a ellos, sino a ti. Yo no te conozco. No sé lo que has dicho o lo que has hecho y debo saberlo.
- SANTOS:** Si un maestro me pegó a los siete años, ¿te ayudará a vender mi plan de educación? Si cambié de postura sobre el bebe de Lindberg, ¿significa que hay que investigarme?
- JOSH LYMAN:** Tu hermano no trabaja hace años y tú le mantienes. Necesito saber si alguna vez has intentado colocarle en algún cargo o si has hecho alguna llamada telefónica.
- SANTOS:** No le metas en esto. ¿Cómo coño sabes tú eso?
- JOSH LYMAN:** Del mismo modo que se enterarán todos.
- SANTOS:** Pues más vale que dejes de hacerlo. Deja ese sistema inmediatamente, Josh.
- JOSH LYMAN:** No puedes hacer de esto una prueba de la intimidad de tu familia, ni tampoco elegir qué Estados son adecuados para dar discursos.

Al final del capítulo, el congresista Santos cede y le dice a Josh: “Cuando tengas el resto de esa investigación la revisaremos juntos”. Santos comienza a darse cuenta que en política todo vale. Algo que ya dijo, en su momento, Susan Estrich, jefe de campaña de Michael Dukakis en 1988: “El que no se lanza al fango termina hundiéndose en él”.

Aunque conviene aclarar, que:

Los investigadores de la oposición no pueden reivindicar grandes victorias sin ayuda: ayuda de los medios de comunicación, siempre dispuestos a transmitir información jugosa para derribar a las figuras políticas; ayuda de las propias organizaciones políticas, que proporcionan gran parte del material y a menudo filtran información para eliminar la competencia en su propio partido, y ayuda de un oscuro ejército de traficantes de información que suministran a todos una munición parecida, gracias a la cual ellos prosperan en los campos de exterminio de la política mediática (Castells 2009: 320).

La evaluación de vulnerabilidad, o búsqueda de información sobre el candidato propio para descubrir posibles problemas en su vida⁹ y su comportamiento antes de

⁹ Esta técnica se aprecia muy bien en la película *Primary colors*, de Mike Nichols (1998). Cuando se descubre que el candidato demócrata a la presidencia, (interpretado por John Travolta), ha dejado embarazada a la hija de su amigo y sus asesores deberán dedicar todos sus esfuerzos a arreglar el asunto.

que el adversario lo haga. En la serie *El ala oeste de la Casa Blanca* hay una trama en la que el Presidente de Estados Unidos se enfrenta a un momento crítico. Debe hacer público que ha ocultado la grave enfermedad que padece (esclerosis múltiple). Esto supone haber mentido al electorado. El Presidente Bartlet consulta con el abogado de la Casa Blanca, que acepta llevar el caso. Pero impone condiciones. El dialogo entre ambos es toda una lección de transparencia política. *Se acercan malos tiempos* (2,19)

—**OLIVER BABISH** (abogado): Habrá que hacerlo público, y luego ordenará al Fiscal General que designe a un Fiscal Especial. Pero no a un fiscal cualquiera, sino al republicano más anti-Bartlet y sanguinario que exista. Se le concederá un presupuesto ilimitado y un ejército de ayudantes. Y nuestro eslogan a partir de ahora será: Investiguen.

Tras un silencio dramático, Babish sigue: Tendrán acceso a cualquier papel que haya pasado por sus manos y si usted utiliza el privilegio ejecutivo, me largo. Si un ayudante del Fiscal del Distrito de donde sea quiere llamarlo a declarar, lo hará. Si un Congresista novato quiere que testifique irá donde él diga. Y si quieren llevarle a La Haya y acusarle de crímenes de guerra, ¿qué diremos?

—**BARTLET**: ¡Investiguen!

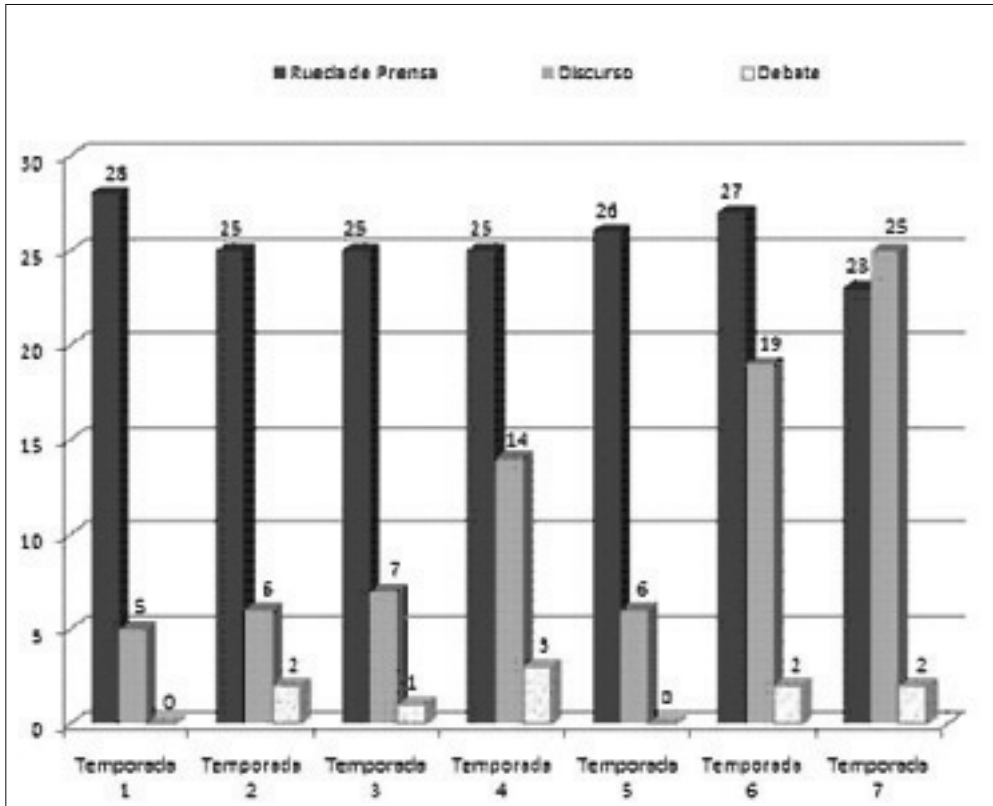
Tras hacer pública la enfermedad del Presidente, su jefe de Gabinete tendrá que declarar ante una Comisión de Investigación del Congreso, el presidente Bartlet será sometido a una moción de censura y su esposa, Abey, será apartada del ejercicio de la medicina durante todo el tiempo de mandato presidencial de su marido.

8. ANÁLISIS PORCENTUAL DE RUEDAS DE PRENSA, DEBATES Y DISCURSOS

Como expusimos al hablar de las ruedas de prensa estas son las formas más rutinarias de dar a conocer una información. Quizá por ello, es la fórmula más empleada en la serie dentro de la trama narrativa. Aunque la gráfica muestra un número equitativo de ruedas de prensa durante las siete temporadas, conviene aclarar que casi todas las de las cinco primeras temporadas, son ofrecidas por la secretaria de Prensa, C.J. Cregg, mientras que a partir del capítulo *Despegue*, 6,4, tras convertirse C. J. en jefa de Gabinete, e iniciarse la búsqueda de candidato demócrata y republicano hay más portavoces y eso hace que se mantenga el número de ruedas de prensa, pero son menos las que ofrece directamente la Casa Blanca.

A través del gráfico observamos como en la cuarta temporada (14 discursos), en la sexta (19 discursos) y, sobre todo, en la séptima (25 discursos) se incrementa el número de discursos. Esto es así porque es en la cuarta temporada cuando el presidente Bartlet hace campaña para su reelección, mientras que en la sexta y en la séptima asistimos a todo el proceso de primarias, la campaña y las elecciones. En esos momentos se suelen concentrar los actos de puesta en escena mediante un contacto más directo con el electorado.

El gráfico también muestra la escasez de debates, aunque algunos de ellos son muy significativos y representativos. Por ejemplo, en la cuarta temporada es todo un ejemplo ver cómo el presidente Bartlet derrota a su adversario republicano, el gobernador de Florida, Rob Ritchie en el único debate programado por los asesores, *A ganar*, 4, 6. Aunque quizá es mucho más explícito el debate de la séptima temporada protagonizado por Santos y Vinick. *El debate*, 7,7.



9. CÓMO ACTUAR EN SITUACIONES DE CRISIS

Una crisis se puede definir como “un evento imprevisible y de cierta entidad, que lleva consigo potenciales consecuencias negativas para la organización” (Dolphin 2000: 120). La comunicación en un momento de crisis es esencial. Reaccionar a tiempo, y hacerlo bien, puede ser la diferencia entre salir ileso o ver dañada la imagen de una institución de forma fulminante. En el último capítulo de la tercera temporada, *Posse Cominatus* (3,22), el Presidente Bartlet debe decidir si da, o no, la orden de asesinar al Ministro de Defensa de Kumar, Abdul ibn Shareef,

por sus actos de terrorismo. El diálogo con Leo es una lucha entre la moral y la razón.

- PRESIDENTE:** A los civiles se les juzga.
 —**LEO:** Me parece que no es un civil...como el Fiscal General.
 —**PRESIDENTE:** Sabrán que fuimos nosotros. Haremos que parezca un accidente, pero sabrán que fuimos nosotros. Y me voy a presentar a la reelección estando en guerra con Qumar. Quiero que lo juzguen.
 —**LEO:** Eso es imposible.
 —**PRESIDENTE:** Lo entiendo.
 —**LEO:** Hoy he contado que Malory -su hija- le pone nombre a las langostas para que no me las coma.
 —**PRESIDENTE:** Ya.
 —**LEO:** Le sería útil si le trajera una lista con todas las víctimas de Shareef.
 —**PRESIDENTE:** ¿Qué quieres de mí?
 —**LEO:** Una vez un monje escribió “no siempre sé qué es lo correcto, Señor. Pero espero que al querer complaceros os complazca”. Tiene dos minutos.
 —**PRESIDENTE:** No es cuestión de religión.
 —**LEO:** No, Señor.
 —**PRESIDENTE:** Reconozco que hay maldad en el mundo.
 —**LEO:** Exactamente, ¿cuál es su objeción?.
 —**PRESIDENTE:** Haciéndolo nos uniríamos a la liga de países ordinarios.
 —**LEO:** ¿Es esa su objeción?. Yo mañana no tendré problemas para jurar fidelidad.
 —**PRESIDENTE:** No es una objeción.
 —**LEO:** Señor....
 —**PRESIDENTE:** Está mal. Tremendamente mal.
 —**LEO:** Lo sé. Pero tiene que hacerlo.
 —**PRESIDENTE:** ¿Por qué?
 —**LEO:** Porque ganó (se refiere a las elecciones).
 —**PRESIDENTE:** (tras un silencio) ¡Liquidadle!

La política habitual de la Casa Blanca —reflejada en la serie—, ante una situación de crisis, es la de mantener el silencio el mayor tiempo posible, especialmente si se refiere un problema internacional (intervención militar o una represalia política), aunque siempre actúa cómo se espera de un Presidente. “¿Nuestra gente está segura?”, pregunta Bartlet cuando Leo le informa de la revuelta en un país extranjero. *El tormentoso presente* (5,10). Sin embargo, esta estrategia cambia cuando se produce una crisis interna en el país, como un escape nuclear, un atentado o una catástrofe natural. En estos casos se apuesta por la rapidez y la transparencia informativa. Eso lo vemos cuando ocurre un accidente en una central nuclear situada en San Andreo (California). Desde el primer momento, el presidente Bartlet decide asumir el mando en las comunicaciones y convoca una rueda de prensa *A cubierto* (7,12).

- BARTLET:** Buenas noches. Hace 32 minutos ha habido un problema en la central nuclear de San Andreo, California, que ha provocado el sobrecalentamiento del reactor. No ha habido explosiones. No hay indicios de terrorismo o manipulación. Los ingenieros trabajan para solventar el problema. El Gobernador Tilman ha ordenado la evacuación y yo declaro la zona catastrófica, enviando todos los recursos disponibles.

Ahora no tenemos más datos. Los comunicaremos cuando los recibamos, pero el Gobierno trabaja a todos los niveles buscando soluciones. No importa lo que suceda, lo controlaremos.

También se refleja cuando muere algún soldado americano en acto de servicio, porque el Presidente Bartlet llama personalmente a sus familiares para darles el pésame, o cuando ocurre un atentado en el país. Al final de la primera temporada y principios de la segunda, vemos las secuelas que ha ocasionado un atentado en la Universidad de Georgetown donde resultan heridos el presidente Bartlet, Josh Lyman, y una mujer del público. La secretaria de Prensa, C.J. comparece ante la prensa para informar de la situación rápidamente.

A la sombra de dos tiradores: segunda parte (2,2).

- C.J.:** Nos acaban de confirmar que ha sido detenido un sospechoso. El cual está siendo interrogado por fuerzas federales del orden, pero por el momento no podemos... No daremos información alguna sobre este sospechoso. Repito, no daremos información.
- PERIODISTA:** ¿Nos dices al menos su nombre, su raza o si tenéis alguna sospecha sobre el motivo?.
- C.J.:** Sí, Steve, puedo decirte todas esas cosas. Porque cuando dije que no daremos información alguna, no me refería, por supuesto, a su nombre, su dirección, su raza, y cuál creemos que ha sido el motivo... Puedo daros el nombre de Stephany Abbott. (Lo deletrea A-B-B-O-T-T), de Silversprings (Maryland), que estaba entre la multitud y recibió un disparo en el fémur izquierdo. O sea, en el hueso del muslo. El Presidente continúa estando estable en la sala de postoperatorio y se espera que reciba el alta médica el miércoles. Josh Lyman lleva seis horas en quirófano donde está siendo intervenido de un pulmón y de la ruptura de una arteria pulmonar. Seguramente, no tendremos nuevas noticias sobre su estado hasta que haya acabado la operación. Según fuentes del hospital no será antes de seis u ocho horas. Os daré más información dentro de una hora.

10. EL RECURSO AL HUMOR COMO ARMA COMUNICATIVA

En *El ala oeste de la Casa Blanca* aparecen todos los conceptos y tramas que conforman la actividad política de una institución (sondeos, discursos, política internacional, pactos, nombramientos...), aunque siempre son expuestos de manera sencilla y ejemplificada. El éxito de esta serie se basa en el recurso humorístico que consigue crear un equilibrio perfecto entre drama y comedia. Desde el capítulo primero el espectador percibe que la política de comunicación transmitida por la secretaria de Prensa, C.J. Cregg, con los periodistas se va a sustentar en el humor. Como dijo el escritor Charles Gordy: “La sonrisa es una forma barata de cambiar tu imagen”. No conviene olvidar que una buena sonrisa transmite cualidades como confianza, bienestar y éxito. Y estas son cualidades muy importantes para un portavoz institucional.

Al comienzo de la serie, *Piloto (1,1)*, C.J. tiene que dar una rueda de prensa porque el presidente Bartlet ha chocado contra un árbol y se ha caído de una bicicleta.

- C.J.:** Buenos días. El doctor Randall Haymen, (se lo deletrea) H-A-Y-M-E-N-, jefe de Traumatología del Hospital de Saint Jones, le ha diagnosticado al presidente un ligero esguince en el tobillo izquierdo, que se produjo cuando chocó con su bicicleta contra un gran ciprés. (Risas). Los detalles se pueden leer en el informe que Linda y Susan están repartiendo, junto con la foto del presidente negándose a la ayuda de la gente del servicio secreto. y cayéndose de nuevo. (Risas).

En otra comparecencia, para informar de dónde va a pasar el Presidente las Navidades, C.J. se muestra cínica con la puntualidad de la Casa Blanca. *In excelsis deo (1,10)*

- C.J.:** El Presidente tiene previsto salir hacia New Hampshire mañana a las 10, sin retrasos ni dilaciones. Lo que quiere decir que saldrá alrededor del medio día. (Risas de los periodistas). Pasará la Nochebuena en la Mansión Manchester y atenderá los servicios de Navidad con su familia por la mañana.

Incluso en situaciones complicadas, recurre a esta técnica. Por ejemplo, cuando tiene que salir a hablar con los periodistas sobre un ultimátum dado por el Presidente Bartlet a Kundun, donde se ha producido un genocidio¹⁰. Este asunto introduce la doctrina Bartlet para el uso de la fuerza: Estados Unidos intervendrá donde haya intereses humanitarios en juego. *Distrito 47 de California (4,16)*.

- C.J.:** El presidente informó al embajador Tiki y al Presidente Nzele que tenían 36, — mira su reloj—, ahora quedan 34 horas, para poner fin a la violencia antes del despliegue de nuestras fuerzas, ¿John? —dirigiéndose a un periodista—
- PERIODISTA:** ¿En qué consistirá?
- C.J.:** A las 12 hay rueda de prensa en el Pentágono.
- PERIODISTA:** ¿Estamos negociando con Nzele?
- C.J.:** El gobierno de Ghana se ha ofrecido de intermediario, empezarán a hablar en menos de una hora.
- PERIODISTA:** ¿Tiene nombre la operación militar?
- C.J.:** “Refugio seguro”.
- PERIODISTA:** ¿Política informativa?
- C.J.:** Ser siempre optimista.
- PERIODISTA:** Claro, quería decir...
- C.J.:** Yo no decido la política informativa de las fuerzas armadas. Personal del Pentágono nos acompañará a California e informará periódicamente durante todo el fin de semana. Esta noche en Washington tendremos 7 bajo cero y Newport Beach 25 positivo y tiempo soleado.
- PERIODISTA:** ¿De noche?
- C.J.:** También.
- PERIODISTA:** ¿Qué recibimiento esperáis?
- C.J.:** Sam irá a recibirnos e iremos a cenar (risas).
- PERIODISTA:** Me refiero al condado.
- C.J.:** No os equivoquéis chicos, nos adoran en el condado de Orange. El presidente

¹⁰ La Trama hace referencia, aunque emplea el nombre de un país ficticio, al genocidio ocurrido en Ruanda entre los Hutus y los Tutsis en 1994.

les chifla y el Partido Demócrata en general. Creo que les gusta que vayamos allí. El mes pasado en un mitin, unos chicos jóvenes preocupados por la posibilidad de que con mi sueldo no pudiese comprar fruta me tiraron la que llevaban (risas). 25 y soleado, si no surge nada, nos veremos en el avión.

—**C.J.:** —dirigiéndose a su ayudante— Hay 1.331 dólares en mi cuenta. Te doy 1.300 si vas a California en mi lugar. Me quedará 31 para comida y transporte.

Todos, incluso el Presidente Bartlet, tienen miedo de contrariar a la Primera Dama debido a su mal genio. Por eso, cuando Charlie (el ayudante del Presidente) informa a C.J. de que la Primera Dama quiere cambiar el tema de su agenda, en una cena de gala, ella se lo toma a risa, pero manda a Charlie de mensajero. *Refugio rojo en llamas (4,17)*

—**TOBY:** He leído este teletipo. ¿Por qué ha hablado la Primera Dama sobre el descenso del precio de la soja?

—**C.J.:** Se lo preguntaron.

—**TOBY:** ¿Por qué la dejaste?

—**C.J.:** A toro pasado es lo que decimos todos.

—**CHARLIE:** C.J., la señora Bartlet quiere que sepas que hoy quiere hablar del voto de la Cámara sobre el programa de ayuda para la nutrición.

—**C.J.:** No creo que sea buena idea.

—**TOBY:** ¿Por qué no?

—**C.J.:** Es un acto de etiqueta y si se pone a hablar de ayudar a los pobres llevando un vestido de Krizia de 4.000 dólares, parecerá María Antonieta.

—**TOBY:** Tienes razón.

—**C.J.:** La tengo. Deberías decírselo, Charlie.

—**CHARLIE:** ¿Cómo dices?

—**C.J.:** Deberías decirle que no hable de eso.

—**CHARLIE:** ¿Quieres que le diga que parecerá una principiante?

—**C.J.:** Un día le dije a él (al Presidente) que llevaba zapatos distintos.

—**CHARLIE:** No es lo mismo.

En casi todas sus intervenciones ante la prensa, C.J. Cregg utiliza el humor, además de las citadas anteriormente, merecen especial atención *Cena oficial, (1,7)*, donde tiene que hablar de la ropa y los complementos que llevarán las Primeras Damas de Estados Unidos e Indonesia.

Otros miembros del Gabinete también utilizan el humor. Así, en *Post Hoc, Ergo Propter Hoc (1,2)*, el director de Comunicaciones, Toby, tiene una conversación con su ayudante, Sam Seaborn, en la que le informa que ha mantenido relaciones íntimas con una chica de compañía y esto puede afectar al Gabinete si se hace público.

—**SAM:** ¿Tienes un segundo?

—**TOBY:** Sí.

—**SAM:** Cerraré.

—**TOBY:** Bien.

—**SAM:** Me he acostado con una puta accidentalmente.

—**TOBY:** ¿De veras?

- SAM:** Sí.
- TOBY:** Te has acostado con una puta accidentalmente.
- SAM:** Chica de alterne.
- TOBY:** ¿Accidentalmente?
- SAM:** Sí.
- TOBY:** No lo entiendo, ¿tropezaste con ella?
- SAM:** No sabía que era profesional.
- TOBY:** No levantó una bandera roja cuando te cobró por los servicios prestados.

También, en muchas de sus intervenciones, recurre al humor el Presidente Bartlet. Nada más empezar la serie, tiene que comparecer ante la prensa para explicar su primera incursión militar contra un país. Se trata de una “represalia” por el derribo de un avión estadounidense.

- BARTLET:** ¿Y los informes del ataque?
- SAM:** No los tenemos, señor.
- BARTLET:** ¿Por qué?
- TOBY:** Normalmente conseguiríamos información de nuestras fuentes dentro de la inteligencia, así que...
- BARTLET:** ¿Y qué problema hay?
- TOBY:** Hemos bombardeado el edificio.
- BARTLET:** Por el amor de Dios, que alguien llame a la CNN y le pregunte si hemos alcanzado algún objetivo.

En una entrevista en la Universidad de Georgetown, cuenta un chiste sobre los políticos, para acercarse más a los universitarios, quienes siempre suelen ser críticos con la política. *Qué clase de día ha sido* (1,22).

- BARTLET:** Dos políticos están discutiendo y uno de ellos se levanta y grita: “Estás mintiendo” y el otro dice: “Ya lo sé pero deja que acabe”.

En otra ocasión, *El viaje a Portland* (2,7), obliga a la Jefa de Prensa, a acompañarle a Portland y a ponerse una gorra de su equipo de fútbol americano —el Notre Dame.

- BARTLET:** Hola C.J. ¿Qué tal estás?
- C.J.:** Muy bien, señor.
- BARTLET:** Me alegro de que decidieras venir con nosotros.
- C.J.:** Creo que se me ordenó, señor Presidente.
- BARTLET:** Sí, ahora lo recuerdo. Hiciste uno de esos chistes tuyos tan graciosos.
- C.J.:** Sí, señor.
- BARTLET:** Póntela. (Se refiere a la gorra).
- C.J.:** Señor.
- BARTLET:** ¡Póntela!
- C.J.:** Llevo un modelito y no me hace juego con...
- BARTLET:** Póntela.
- C.J.:** Por favor, que nadie me vea así (se pone la gorra).
- BARTLET:** Eh, una foto (a la entrada del avión, con todos los periodistas abajo).
- C.J.:** Esto no es justo.

11. EL DIFÍCIL EQUILIBRIO ENTRE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y EL PROYECTO POLÍTICO DEL JEFE DE GOBIERNO

Muy pronto los nuevos inquilinos ficticios de la Casa Blanca se dan cuenta de que una cosa son las promesas electorales y otra, muy distinta, convertirlas en realidad. El equipo presidencial, inspirado en el espíritu de Camelot de la era Kennedy, busca realizar grandes ideales, cumplir su programa (mejorar la educación, la sanidad, prohibir la venta de armas,...), pero comprueban, una y otra vez, que todo tiene un coste político. Y, en algunos casos, los miembros del Gabinete tienen que renunciar a sus objetivos e ideales (recortar su ambiciosa ley de educación, renunciar a la firma de un tratado de no proliferación nuclear, aceptar un Vicepresidente que no era su primera opción, recortar los presupuestos para evitar el veto en el Congreso, etc...) en pro de la agenda legislativa.

En uno de los capítulos, concretamente *Dejemos que Bartlet sea Bartlet*¹¹, el presidente se entera de que hay circulando por la prensa un informe secreto sobre los puntos débiles de su estrategia política, elaborado hace tiempo por Mandy, una asesora política de un adversario que ahora trabaja para él. En una reunión con su jefe de Gabinete, Bartlet, le confiesa que tras un año de mandato se siente cansado y decepcionado porque las cosas no le salen bien. Se encuentra en un punto muerto de mandato. *Dejemos que Bartlet sea Bartlet (1,19)*

- LEO: Todo lo que hace es decirme: “Por el amor de Dios, Leo, no quiero ser un Presidente de un solo mandato”.
- BARTLET: ¿No dije que metiésemos a los nuestros en FEC?
- LEO: No Señor, no lo dijo.
- BARTLET: Leo.
- LEO: No Señor, no lo dijo. Usted dijo: “Tantaremos el terreno”. Y no sé qué demonios tanteamos cuando sólo queremos hacer ver lo que estamos intentando pero sin molestar a demasiada gente.
- BARTLET: Estás escribiendo una fascinante versión de la historia.
- LEO: Lea el informe de Mandy, Señor, y descubrirá una versión fascinante.
- BARTLET: Me has hecho ceder con los profesores, me has hecho ceder con las plusvalías, me has hecho ceder con China y me has hecho ceder con las armas.
- LEO: ¿Ceder qué? Nunca ha tenido una posición firme contra las armas, ni contra los profesores. Usted tantea el terreno y yo soy como el bedel. Mi trabajo es asegurar que nadie se pase de la raya. Envío a Josh al Senado para hablar sobre la financiación de las campañas, y él sabe que no ocurrirá nada.
- BARTLET: Tonterías.
- LEO: Sam no puede plantar cara en el asunto de los *gays* porque sabe que usted no le va a apoyar. Y todos los que están al otro lado de la mesa lo saben.
- BARTLET: Leo, si te hubiera dicho que fueses agresivo en lo de la financiación de las campañas o en lo de los *gays* en el ejército hubieras dicho que no me pasase de la raya.

¹¹ Este título está tomado al pie de la letra de *Let Reagan be Reagan* y surgió después del primer debate Reagan-Mondale, porque los asesores aconsejaron a Reagan que citase muchas estadísticas, y el debate le salió deslucido. En el segundo, cuando empleó su estilo personal, le venció claramente.

- LEO:** Si me hubiera dicho que fuese agresivo con algo le hubiera dicho que estaba a disposición del Presidente. Pero nunca lo comprobaremos porque no creo que vaya a decirlo.
- BARTLET:** Lo he dicho y nunca ha pasado nada.
- LEO:** ¿Quiere que organice esto ahora mismo? ¿Quiere que movilice a todo el personal? Esas personas entrarían en una casa en llamas si usted se lo pidiese. Esas personas se presentaron para ayudarle. Esas personas se presentaron para luchar. Este chico -señalando a Charly, el asistente del Presidente- recibe amenazas de muerte porque es negro y sale con su hija. Le advirtieron que no viniese aquí o su vida correría peligro y el dijo: NO. Prudente o imprudente, este chico de 21 años, que gana 600 dólares dijo: “Iré a donde quiera porque un hombre da la cara”. Todos están esperando, aunque no sé por cuánto tiempo.
- BARTLET:** No me quiero sentir así más tiempo.
- LEO:** No tiene por qué.
- BARTLET:** No quiero acostarme sintiéndome así.
- LEO:** No tiene por qué.
- BARTLET:** Quiero hablar.
- LEO:** Dígamelo más fuerte.
- BARTLET:** Es más importante que la reelección, quiero hablar ahora.

Según van avanzando las temporadas las decisiones del Gabinete, muchas de ellas sustentadas en las encuestas, no gozan del respaldo suficiente. Algo que se observa desde el principio del mandato presidencial, cuando tras dos semanas de Gobierno —esto aparece en *flashback*—, el jefe de Gabinete, Leo, amonesta a los colaboradores tras recibir unos datos sobre la gestión del Gobierno. *Campamento de debate (4,5)*

- LEO:** La aprobación al Presidente ha bajado desde 61% durante el traspaso de poderes, cuando no se aprobaba nada, al 49% tras él. El 47% le ve como un líder sólido. Como resultado de la chapuza de Rouquer -para Fiscal General- y el apoyo afroamericano, que fueron quienes les eligieron, ha pasado del 92 al 78%. Señores, si las elecciones se celebraran hoy, el Presidente sería secretario de su comunidad de vecinos. Eso como máximo.

Muchas instituciones políticas y, más concretamente la Casa Blanca, no pueden informar acerca de su estrategia política hasta que no está confirmada y respaldada por el número de votos suficientes para su aprobación. Y aquí, se suele producir un choque entre los miembros del Gabinete netamente políticos (como es el caso de Leo, de Josh y del propio Presidente) —cuyo objetivo es sacar adelante su programa electoral— y el personal de comunicaciones (C.J., Sam, Will o Toby) —cuyo objetivo es conseguir que su mensaje llegue a la ciudadanía—. El equilibrio se rompe en cualquier situación de crisis o cuando afloran los ideales personales.

Como señala Castells:

La política mediática es la forma de hacer política en y a través de los medios de comunicación: los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público. Por tanto, sólo aquellos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos tienen posibilidad de influir en sus decisiones de

forma que les lleve a posiciones de poder en el Estado y/o a mantener su control en las instituciones políticas. (Castells 2009:262)

De ahí que la importancia de la comunicación y sus estrategias en la construcción de la imagen pública de una institución gubernamental sea fundamental para que la opinión pública continúe apoyando la gestión del Gobierno durante el mandato presidencial y, al mismo tiempo, genere expectativas de mejora, con vistas a una posible reelección.

12. CONCLUSIONES

La serie *El ala oeste de la Casa Blanca* muestra la estructura y el funcionamiento de un gabinete de comunicación político. “La política mediática de una institución es la forma de hacer política en y a través de los medios de comunicación”.

La recopilación de estas estrategias y técnicas comunicativas (ruedas de prensa, comunicados, filtraciones, planificación de las entrevistas, discursos, debates...), a través de ejemplos recogidos en las escenas de la propia serie muestra, con un más que aceptable realismo, la vida política estadounidense. De hecho, *El ala oeste de la Casa Blanca* se inspiró en la realidad, pero en el transcurso de los siete años de emisión de la serie se produjo un vuelco: ésta acabó marcando las pautas de una nueva política [el candidato presidencial que aparece en la sexta temporada pertenece a una minoría étnica (latina), buen orador, atractivo y capaz de hacerse con un mensaje de cambio]. Ese hombre era Matt Santos. Un candidato que conseguía ganar por sorpresa en algunos estados hasta forzar un empate que le llevaría a enfrentarse a los candidatos del *establishment* demócrata en la Convención del partido y jugarse en los discursos el voto de los superdelegados. Esto pasó dos años después, en la realidad, con la elección del actual presidente de la Casa Blanca, Barak Obama¹².

A lo largo de las siete temporadas de la serie se puede constatar cómo un gabinete de comunicación siempre se muestra mucho más abierto a tratar los temas de política interior que los de política exterior, especialmente por sus implicaciones militares y/o económicas.

Las ventajas del humor como táctica comunicativa. El humor desempeña un importantísimo papel en la comunicación, ya que permite atraer la atención del público, reducir las tensiones y, suavizar el impacto negativo de algunos mensajes. Por ello, los oradores más experimentados, como los portavoces de una institución, saben que si hacen reír a su público con una broma ingeniosa y pertinente, conseguirán que su mensaje tenga un impacto y un poder persuasorio mucho mayor. Y esto es algo que se aprecia, especialmente, en las comparecencias de prensa. Aunque también se recurre al humor en otras muchas tramas.

¹² Eli Attie, uno de los guionistas de las últimas temporadas dibujó el personaje de Matt Santos inspirándose en Barak Obama. Como él mismo confesó a *The Guardian* era David Axelrod, el gran estratega del político demócrata, quien durante un año le proporcionó información sobre sus proyectos de futuro.

Y, por último, a través de los distintos capítulos de la serie se observa el difícil equilibrio existente entre la comunicación institucional y el proyecto político del jefe de Gobierno. En un estado democrático, siempre hay que saber que la negociación será difícil. Cualquier proyecto del Ejecutivo tendrá que pasar después por el Poder Legislativo para su aprobación, y se da la paradoja de que, en muchas ocasiones, éste se encuentra controlado por la oposición al partido del Gobierno. Por eso, es imposible sacar adelante todas las promesas electorales realizadas en campaña. Un ejemplo claro lo encontramos en Barak Obama, quien el 22 de enero de 2009, en una de sus primeras medidas como presidente de Estados Unidos firmó la orden para el cierre de la prisión en Guantánamo (Cuba) en un año. Con esta promesa, que no pudo cumplir, quería hacer un movimiento de ruptura con el Gobierno anterior. Sin embargo, el Presidente Obama subestimó la resistencia de los legisladores, incluyendo miembros de su propio partido, a admitir la entrada de detenidos terroristas en los Estados Unidos. Y, al mismo tiempo, sobrestimó la disposición de sus aliados europeos a aceptar a presos de Guantánamo. Además, Obama tampoco ha podido cumplir su promesa de no subir los impuestos. Aunque sí pasará a la historia por ser el Presidente que consiguió aprobar la Ley de Reforma del Sistema Sanitario, dando así cobertura a más de 32 millones de personas y limitando los abusos de las aseguradoras.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AILES, R. (1988): *Tú eres el mensaje*. Ediciones Paidós, Barcelona.
- ARROYO, L. y YUS, M. (2008): *Los cien errores de la comunicación de las organizaciones*. ESIC Editorial, Madrid, (3.ª Ed.).
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y Poder*, Alianza Editorial, Madrid.
- DOLPHIN, R.R. (2000): *The fundamentals of corporate communications*, Butterworth-Heinemann, Londres.
- HELM, Lewis, Ray E. HIEBERT, Michael R. NAVER y Kenneth RAVIN (Compiladores) (1981): *Informing the People*. Longman, Nueva York.
- HERNÁNDEZ, M.A. y MACÍAS, A. COORDS. (2009): *Comunicación corporativa. Las relaciones con los medios de comunicación*. Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca. pp.18-24.
- HESS, Stephen (1984): *The Government/Press Connection*. The Brookings Institution, Washington.
- HUICI, Adrián. (1996): *Estrategias de la persuasión. Mito y propaganda política*. Ediciones Alfar, Sevilla.
- MARÍN, Benjamín. (2003): *Teoría de la comunicación: una propuesta*, Tecnos, Madrid.
- McKINNEY, Mitchell S., y CARLIN, Diana B. (2004): "Political campaign debates", en KAID, Linda Lee (ed.), *Handbook of Political Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, pp 203-234.
- MARKS, Stephen. *Confessions of a Political Hitman (2007): My Secret Life of Scandal, Corruption, Hypocrisy and Dirty Attacks That Decide Who Gets Elected (and Who Doesn't)*. Naperville, Sourcebooks.

- PÉREZ, David. (2003): *Técnicas de comunicación política*. El lenguaje de los partidos. Tecnos, Madrid.
- PROCTER, David E. y RITTER, Kurt. (1996): “Inaugurating the Clinton Presidency Regenerative Rhetoric and the American Community”, en DENTON, Robert E. y HOLOWAY, Rachel L. (eds), *The Clinton Presidency, Images, Issues and Communications Strategies*, Praeger, Westport, Connecticut, pp.1-16.
- SCHLESINGER, Robert. (2008): *White House Ghosts: Presidents and Their Speechwriters* (Paperback). Simon & Schuster, New York.
- SCHROEDER, Alan. (2008): *Presidential debates: fifty years of high-risk TV*. Columbia University Press. (2ª Edición)
- SMITH, Carolyn. (1990): *Presidential Press Conferences: A Critical Approach*, Praeger, New York.
- SMITH, Craig Allen y SMITH, Kathy. (1994): *The White House Speaks: Presidential Leadership as Persuasion*, Westport, Praeger.
- THOMPSON, John B. (2001) *El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Paidós. Barcelona.
- VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo: “Comunicación Institucional: (I) Comunicados de Prensa, ruedas de prensa, sesiones con la prensa” en EL MIR, Amado y VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo. *Manual de Periodismo*. 1995. Pp. 497-520.
- (2007) “Estudio retórico-comunicativo de los dos debates presidenciales mexicanos (2006): análisis retórico-comunicativo”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*; Volumen 201, Pp. 11-144.

RESUMEN

El ala oeste de la Casa Blanca a través de sus siete temporadas, (155 capítulos) cuenta las vivencias del equipo de comunicación (desde el jefe de Gabinete hasta el Secretario Personal, director de Comunicación, adjuntos,...) del Presidente de los Estados Unidos. Y lo hace mediante situaciones políticas ficticias (guerras, accidentes atómicos, catástrofes naturales) y otras tan reales como la vida misma (guerras, conflictos diplomáticos con otras potencias mundiales, elecciones presidenciales, discursos sobre el Estado de la Unión, corrupción, enfermedades del Presidente, descubrimiento de secretos federales, líos de faldas en la Casa Blanca...). Los guiones, los personajes, los espectaculares diálogos, y la realidad de muchas de las situaciones que narra, al igual que las estrategias y las técnicas empleadas por el Gabinete Presidencial para dar a conocer sus mensajes hacen que la citada serie sea el cauce ideal para analizar la política de comunicación institucional mediante el esquema propuesto hace años por R.E. Hiebert.

Palabras clave: comunicación institucional, estrategias comunicativas, debates, discursos, entrevistas, off the record, filtraciones, humor.

ABSTRACT

The West Wind of the White House, in its seven series (155 chapters), tells the experiences of the communication team (from the Press Chief to the personal secretary, communication director, or auxiliary staff...) of USA President. It uses false political situations (wars, atomic accidents, natural catastrophes) and other so real as life itself (wars, diplomatic conflicts with other global empowered countries, presidential elections, discourses over the State of the Nation. Corruption. President's illnesses, the discovery of federal secrets, love affairs in the White House...) The scripts, the roles, the spectacular dialogues, and the truth of the many situations it displays, and also the strategies and techniques by presidential team to disclosure their messages make this film the ideal medium to analyze the politics of institutional communication with the help of the schema proposed years ago by R.E. Hiebert.

Key words: institutional communication, communication strategies, debates, discourses, interviews, off the record, filtrations, humour.

RÉSUMÉ

L'Aîle Oueste de la Maison Blanche, dans ses sept séries (155 chapitres), nous raconte les expériences de l'équipe de communication (du chef de Cabinet au secrétaire personnel, au directeur de communication, ou au personnel auxiliaire...) du président des Etats-Unis. Il emploie des situations politiques fausses (guerres, accidents atomiques, catastrophes normales) ainsi que des vraies comme la vie elle-même (guerres, conflits diplomatiques avec d'autres puissances globales, élections présidentielles, discours sur l'état de la nation, corruption, les maladies du président, la découverte des secrets fédéraux, les liaisons amoureuses dans la Maison Blanche...) Les scénarios, les rôles, les dialogues spectaculaires, et la vérité des nombreuses situations qu'elle montre, également que les stratégies et les techniques employées par l'équipe présidentielle à la révélation de leurs messages, font de ce film le milieu idéal pour analyser la politique de communication institutionnelle avec l'aide du schéma proposé dès longtemps par R.E. Hiebert.

Mots clé: communication institutionnelle, stratégies de communication, débats, discours, interviews, off the records, filtrations, humeur.