

# PRESIDENCIA VISUAL Y DEMOCRACIA DE LA EMOCIÓN

## El liderazgo mediático en *Primary Colors*<sup>1</sup>

Amparo Guerra Gómez  
Universidad Complutense de Madrid

### I. La elección presidencial. Su representación en el medio cinematográfico

Desde la cinta de John Ford *Young Mr. Lincoln* (1939), relatando los primeros años del que se convertiría en líder de la Emancipación, o las históricas apariciones de Teddy Roosevelt (*The Wind and The Lion*, 1975), la imagen de la moderna presidencia en mandato o campaña no abandona la pantalla desde los tiempos de John Fitzgerald Kennedy. Un año antes de su asesinato el Camelot del siglo XX da pié a Otto Preminger (*Advise and Consent*, 1962) y a John Frankenheimer (*Seven Days in May*, 1963) para la realización de magistrales productos de ficción desde la óptica insider de una época dorada<sup>2</sup> donde las tensiones entre Ejecutivo y Legislativo y las conspiraciones militares de alto nivel sirven para resaltar perfiles de un liderazgo presidencial que brilla con luz propia gracias a los medios de comunicación. Una de las presidencias más mitificadas por Hollywood desde *PT 109* (1963), recreando el episodio por el que fue condecorado durante la II Guerra Mundial, interrogándose sobre las circunstancias de su trágica desaparición con *Executive Action* (1973), o el in memoriam de Oliver Stone *JFK* (1991). Que decir de producciones del nuevo siglo como *Trece días* (Roger Donaldson, 2000), apoteosis del management kennediano durante la crisis de los misiles<sup>3</sup>. Hasta el esperpento de Kubrick (*Dr. Strangelove*, 1963) no ha hecho sino magnificar esta memoria.

Para nada gloriosos los films sobre Richard M. Nixon, si contemplando Watergate y la recopilación que Alan J. Pakula realizó en *All The President's Men* (1976). Desastroso balance sólo ponderado tras la muerte del mandatario republicano

---

<sup>1</sup> Estudio enmarcado en el Proyecto de Investigación Interdisciplinar *La percepción de los Estados Unidos desde España: Análisis de tendencias historiográficas e interpretativas españolas. Estudio de caso para las relaciones culturales internacionales* (Comunidad de Madrid / Universidad Complutense. Referencia: HUM2006-11365/HIST"). Investigadora principal: Dra. Sylvia L. Hilton.

<sup>2</sup> Cfr. Guerra Gómez, Amparo (1996). "Coexistencia y desarme. Historia, mito y ficción. Dos visiones de la era Kennedy". En Paz, M<sup>a</sup> Antonia, Montero, J. *La Historia que el cine nos cuenta: el mundo de la postguerra, 1945-1990*: Madrid: Tempo, pp. 50-62.

<sup>3</sup> Un tratamiento en profundidad Guerra Gómez, M<sup>a</sup> Desamparados (2000, 2002). *Distensión, retórica y propaganda en la política exterior norteamericana (1962-1980)*. Madrid: Editorial Complutense, pp. 98-228. También Guerra Gómez, A. (1997). "El News Management como comunicación y propaganda institucional norteamericana durante la guerra fría". *Historia y Comunicación Social* N<sup>o</sup> 2. Madrid: Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 280-282.

con *Nixon* (O. Stone, 1995), mientras que la imagen del adversario salió bastante mejor parada en las versiones más acordes con la época rebelde: así *El candidato* (Sydney Pollack, 1972), primera muestra de ficción y retrato coetáneo de la campaña de McGovern. Aunque presidente cinematográfico donde los haya ha sido William Jefferson Clinton, el protagonista de una década inolvidable, mezcla de heroicidad y pies en el suelo, a la que productores, directores y actores no han sabido ni querido resistirse. Sin distinguir extremos. Desde la atractiva simbiosis Kennedy-Clinton *El Presidente y Miss Wade* (Rob Reiner, 1995), a las implacables *Absolute Power* (Clint Eastwood, 1996) y *Wag the Dog* (Barry Levinson, 1997), o la melíflua *Dave, Presidente por un día* (Ivan Reitman, 1993), los guiones no han dejado de rizar el rizo sobre la personalidad y la falta de límites (engaño, lujuria, ambición) del inquilino de la Casa Blanca, con el mandatario de Arkansas en el cargo tras sonora reelección. Pero ninguna tan dura y creíble como la que inspiró la novela publicada en 1996, fruto de la experiencia o de la frustración de un insider: Joe Klein - quizás George Stephanopoulos y demás especulaciones de autoría-, que bajo el seudónimo Anonymous desmenuza para el ciudadano corriente la metamorfosis de los ideales políticos en la carrera hacia la cima del máximo poder.

El film aquí analizado es su crónica convertida en imágenes. Un relato intenso y crítico que nos informa de primera mano de las interioridades de una campaña a la presidencia y de los cambios en la representación del primer liderazgo mundial, de su construcción y conquista, en donde extensión y ubicuidad visual son los rasgos definitorios de un largo proceso, con los candidatos en perenne exposición en eventos directos, entrevistas y *talk shows*. Estamos ante un nuevo y anómalo tipo de elección, herencia directa del *Great Communicator* Ronald Reagan, que pone a prueba a público y comunicadores, y deja muy atrás el proceso de *packaging* electoral iniciado con Eisenhower y mejorado por Kennedy, gracias al medio sonoro y a la pequeña pantalla. Aspectos personales del candidato sobre issues y programas priman desde los 80 en audiencias y coberturas de medios, más allá del trabajo ofertado por expertos de Washington, determinando el éxito de la “política espectáculo”.

A finales de siglo, con una cuarta revolución de la información instalada, el entorno de la comunicación electoral se ha vuelto irreconocible gracias a la extensión de

las tecnologías de última generación<sup>4</sup>, el crecimiento espectacular de los sondeos, la multiplicación de caucus, eventos y meetings, los nuevos formatos televisivos (C-SPAN, MTV), y la presencia de expertos en los equipos de campaña. Igualmente, nuevas herramientas políticas de prospección y análisis se abren al uso por los candidatos con los PCs portátiles, la telefonía móvil y las primeras utilidades de Internet. Todo al servicio de la que ya es una democracia visual, para un tipo de líder directo y emocional, convertido más que nunca en el equivalente de su percepción mediática –es 1992 cuando los votantes comienzan a interesarse por la imagen del candidato presidencial.

## II. *Primary Colors*. Una biografía oficiosa de la campaña demócrata de 1992

Dirigida y producida por Mike Nichols y guión de Elaine May, estrecha colaboradora de años de profesión, esta historia de la ascensión de un desconocido gobernador del Sur a la más alta magistratura de los Estados Unidos, más que a unas primarias bien puede asimilarse a la crónica de una elección presidencial en fases y estrategias aplicadas. Sin contar con su inesperado final. Película que no deja a nadie indiferente, por su innegable similitud en trama y personajes con la carrera que llevó a Clinton a la Casa Blanca; comedia dramática, explica el cineasta a Brendan Lemon, y no una sátira, porque la sátira no tiene corazón<sup>5</sup>. Autor de films de impronta social: *The Graduate* (1967), *Carnal Knowledge* (1971), *Working Girl* (1988), *Regarding Henry* (1991) o *Wolf* (1994), con los que ha retratado la evolución del *American Way* en las últimas décadas de siglo, la visión que el director nos proporciona de la criatura debida a la pluma y experiencia del periodista que cubrió la campaña de Clinton para *New York Magazine*, es bastante más suave y éticamente ambigua –puede que más realista- que la que se desprende de la lectura de la novela. Algo típico, dice Christopher Lehmann en *Washington Monthly*, en autores norteamericanos metidos a ficción política, que tienden a proyectar en sus páginas sus aspiraciones personales y/o decepciones, más que los hechos que pretenden reflejar<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Bimber, Bruce (2003), *Information and American Democracy. Technology in the Evolution of Political Power*. New York: Cambridge University Press, p. 23.

<sup>5</sup> Entrevista de 1/04/1998 <http://www.encyclopedia.com> (Consulta: 2/04/2007).

<sup>6</sup> “Why Americans can’t write political fiction” (October/November 2005) <http://www.washingtonmonthly.com/features/2005/0510.lehmann.html>. Consulta: 2/04/2007

Con todo, los paralelismos e identificaciones con el círculo de amigos y colaboradores del 42 Presidente no dejan muchas dudas. Comenzando por el matrimonio Stanton, clones cinematográficos de Bill y Hillary Clinton –su única hija, Chelsea se convierte aquí en el adolescente Jackie Stanton.

Jack (John Travolta) es el candidato *frontrunner* en fase de primarias. Un joven gobernador sureño de imponente presencia (un WASP fortachón), universitario formado, risueño, cercano y con gran carisma popular, si bien un tanto hedonista y manipulador. Cúmulo de contradicciones personales, es también un estratega lúcido y flexible, al estilo de Bill Clinton, hábil conversador al que le gusta escuchar y promover el debate antes de dar su conclusión<sup>7</sup>. En definitiva un adorable encantador de serpientes que destila emoción y habilidad comunicadora ante las audiencias, que tiene en su equipo de amigos y colegas de siempre, y sobre todo en su esposa, el parapeto infalible para los golpes públicos que le llegan por su dejadez y su incontinencia en materia sexual. Con todo, hemos de coincidir con lo expresado por Janet Maslin en *NYT*<sup>8</sup>, en que el estudio que el film hace de la personalidad de Jack se queda en la superficie, sin poner al espectador al corriente del íntimo sentir de su protagonista, bastante menos indolente de lo que su papel quiere aparentar.

Su alter ego personal y político Susan Stanton (Emma Thompson) es mucho más que una aspirante a First Lady. No la gran mujer que hay detrás de todo gran hombre, sino a su lado y en ocasiones en su lugar –o en segundo plano cuando es necesario. Es su apoyo y principal *adviser*, su cerebro no tan gris y la racionalidad de la que Jack carece, o que delega totalmente en ella. Igualmente *well educated* es una luchadora incansable, disciplinada y calculadora que ama a su marido, y quien ella no hay nada más importante que su carrera, que vive codo a codo con su pareja cuida sus comparecencias, sale al quite de sus desplantes y soporta humillaciones públicas hasta lo indecible. Tandem electoral perfecto, la emoción y la razón, según la receta dictada y aplicada Richard Wirthlin (1995)<sup>9</sup> para una época visual de valores locales por

---

<sup>7</sup> Cfr. Harris, John F. (2005). *The Survivor. Bill Clinton in the White House*. New York: Random House, pp. 56 y ss, 435 y ss.

<sup>8</sup> “Primary Colors: Funny Parts, Uneven Whole” <http://www.nytimes.com/library/film/032098primary-film-review.html>. Consulta: 2/04/2007.

<sup>9</sup> *Estrategia electoral. Persuadir por la razón, motivar por la emoción. La estrategia de la comunicación política*. Madrid: Editorial Complutense.

excelencia en la que, como el ex asesor Dick Morris expresó en *The New Prince*, los temas de campaña no son ahora sino interpretaciones del sentimiento público<sup>10</sup>.

Especulaciones aparte tampoco resulta difícil localizar a personajes reales entre los miembros del staff de campaña – ningún Al Gore a la vista, dada la fase de la misma y sin ticket vicepresidencial.

Como en la obra de Klein, el hilo conductor es Henry Burton, personaje algo modificado en carácter y no tanto en etnia si nos atenemos a la descripción física que hace de sí mismo al comienzo de la novela: *I am small and not so dark, not very threatening to Caucasians...*<sup>11</sup>. Joven Stephanopoulos de color, que vienen a coincidir los analistas<sup>12</sup>, brillante y también graduado en Harvard, que interpreta el actor británico Adrian Lester, dando vida a la última y máspreciada adquisición del equipo de Stanton como nieto de un conocido líder de los Civil Rights. Desarrollando su labor por la causa de las minorías de color, es un idealista en política que queda inmediatamente fascinado ante el que considera un candidato progresista real y diferente. En estrecho equipo, la soñadora Libby Holden (Katie Bates), amiga de los Stanton, lesbiana y ex veterana asesora de la época McGovern es un remedo de Betsey Wright, la que mejor conoció las relaciones extramatrimoniales de Clinton<sup>13</sup>. Una gruesa hermana mayor hippie fashion que conduce una camioneta, experimentada y dura en apariencia –la única que canta las verdades a Jack. Pero inestable emocional y mentalmente –ha pasado los últimos años entrando y saliendo de clínicas psiquiátricas. Pero, ante todo, es la más rendida admiradora de su candidato, hasta el punto de convertirse en la “comebasura” (*dirt-digger*) de su causa, cuya labor se requiere en cuanto los escándalos empiezan a destaparse.

Los dos encarnan el triunfo de los valores morales que todo verdadero líder no puede olvidar. Aunque no lo hagan con la misma intensidad ni resistencia, llegado el momento de la bajada a los infiernos de la política.

Descendiendo en la escala del dilema: ideales o pragmatismo, Daisy Green (Maura Tierney) interpreta a una atractiva e inteligente *campaign adviser* que no separa sexo y campaña, en quien muchos han reconocido a Mandy Grunwald. Cumplidora pero realista en lo que se refiere a las lealtades con su jefe, al que abandonará temporalmente.

---

<sup>10</sup> Citado por Daniel Casse en “The Quadriennial Fear of Ideas. Policy and presidential campaigns” <http://www.hoover.org/publications/policy/review/3909731.html> (Consulta: 9/08/2007).

<sup>11</sup> Cfr. Anonymous, *Primary Colors. A Novel of Politics* (1996). London: Vintage Books, p. 1.

<sup>12</sup> <http://www.reelviews.net/movies/p/primary.html>. También “Joe Klein’s true Colors?” <http://www.americanreview.us/truecols.htm> (Consulta: 5/06/2007)

<sup>13</sup> Hamilton, Nigel (2005), *Bill Clinton*. Volumen II. Madrid: ABC S. L., pp. 431-435.

Al igual que el escéptico “*spin doctor*” del equipo –término anglosajón que populariza la novela- Richard Jemmons. Típico sureño, paleta, con tics racistas y declarado machista que persigue “Winonas” (Ryder) en cada mujer que se cruza en su camino. Papel de gran fuerza interpretado por el actor Billy Bob Thornton de un experimentado cínico con brillantes ideas, aunque pálido reflejo, en presencia y carácter, de su equivalente en la vida real: James Carville, creador del efectivo slogan *It’s economy, stupid!*, y superestratega responsable de *The War Room* (Hegedus/ Pennebaker, 1994), documental ad hoc de la Casa Blanca sobre las claves de la victoria de 1992.

Aunque nadie tan amoral y maquiavélico como Howard Ferguson, interpretado por el conocido actor de series Paul Guilfoyle (*CSI Las Vegas*), no exactamente un dirt-digger, aunque sus trabajos tengan ese efecto. Este veterano asesor encarna al frío ejecutor en pos de la *raison d’État*, a quien se recurre cuando de emplear métodos taxativos se trata. Cicerone de Henry Burton al circo de Stanton, de su mano conocerá el amargo sabor de la pérdida de la inocencia.

Los paralelismos continúan en personajes menos centrales aunque imprescindibles para la progresión del relato. Comenzando por los adversarios de partido con reflejo real. Así el inoportuno Orlando Ozio (Mario Cuomo), o el duro Lawrence Harris (Kevin Cooney), representación fílmica del senador Paul Tsongas, perdedor anticipado de las primarias ante Clinton. Personaje sin equivalente real en el que algunos comentaristas dicen localizar al ex gobernador de California Jerry Brown<sup>14</sup>, es el honesto y moderado Fred Picker (Larry Hagman), continuación del anterior y creación necesaria para explicar la transformación Dr. Jeckill style de Jack Stanton, de humano aunque voluble chico de Tennessee, a contrincante decidido a pagar un alto precio moral para decidir el curso de la elección. Rol de corta pero imprescindible aparición lo tenemos en Cashmere McLeod (Gia Carides), la rubia y casquivana peluquera de Susan, y amante no tan fortuita de Jack. Una Jennifer Flowers de ficción, y la causa de sus primeros dolores de cabeza mediáticos durante la campaña en New Hampshire -los episodios coinciden en momento y espacio con lo vivido por Clinton<sup>15</sup>-, de los que saldrá sin embargo fortalecido.

---

<sup>14</sup> Cfr. Lasalle, Mick (*San Francisco Chronicle* Friday, March 20, 1998). “Shades of Clinton. Primary Colors comes across as a good-natured prequel to current scandal”. <http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/1998/03/20/DD71959.DTL>  
(Consulta: 5/06/2007)

<sup>15</sup> Cfr. Clinton, William Jefferson (2004). *My Life*. New York: Alfred A. Knopf pp. 384 y ss.

Junto a otros personajes secundarios, asesores amigos y voluntarios del Stanton Headquarters como la bella Jennifer Rogers (Stacy Edwards), doble de Winona y obsesión de Jemmons aunque novia de Libby, destacan la ingenua Lucille Kaufmann (Carolina Aaron), o March (Rebecca Walter). No hay que olvidar a la marchosa Mama Stanton (Diane Ladd), ni al multiusos Charlie Martin, “Tío Charlie” (Chelcie Ross). Además de la familia de color que regenta el merendero favorito y segundo punto de reunión del gobernador y su equipo: Fat Willie (Tommy Hollis), su mujer y su hija adolescente, baby sitter ocasional de los Stanton y tierna pieza que cae en las redes del impenitente cazador.

Si bien en menor medida que la novela, el film se caracteriza por la dureza expositiva, tanto en argumentos como en la utilización de un lenguaje soez, repleto de *slang* y numerosas referencias sexuales, lo que le valió el *R rated* en las pantallas estadounidenses.

## II.1 *Feeling Your Pain*: las habilidades de un líder emotivo con visión política

Aunque con limitada experiencia gubernamental, Stanton es un candidato de su tiempo. Aprovechando el tirón de su presentación como “nuevo Kennedy”, este demócrata de corte populista prepara laboriosamente y con tiempo su acceso a las primarias en la línea de otros candidatos del Deep South -Jimmy Carter lo hizo desde finales de 1974. Así, *state by state, crisis to crisis, hope to hope*, que escribe Stephen Hunter en marzo de 1998 en *Washington Post*<sup>16</sup>, el aspirante de ficción entra esperanzado en el *long run* de los 90 en busca de la nominación, enarbolando su programa de cambio centrista, protección de las clases desfavorecidas, recuperación de la economía y del pleno empleo e instauración de Medicare para todos. Oferta claramente identificable con la síntesis terminológica *Putting People First* que George Stephanopoulos convirtiera por entonces en consigna clintoniana para captar votantes.

Además de gran simbolismo visual que supone la omnipresente bandera estadounidense a gran tamaño que abre y cierra el film y sirve de escenario de fondo en meetings y convenciones de partido, más que estrategias persuasivas de marketing electoral descritas o desarrolladas, la película nos muestra de una manera gráfica e inteligible sus efectos en la construcción mediática de Jack Stanton. Desde las de

---

<sup>16</sup> “Primary Colors: a Brush With political Reality” <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/longterm/movies/videos/primarycolorsh> (Consulta: 2/04/2007).

carácter más neutro, a las que implican un gran contenido de comunicación emocional, incluso las negativas, todas se rentabilizan.

El perfil de hombre llano (*plain*) es una constante en comparencias y discursos. Ante todo el gobernador Stanton es el *Common Man* soñado para su década. Joven y del pueblo, preparado pero accesible –cualidades desplegadas en 1976 por su paisano del Sur Jimmy Carter-, que se destaca por su sensibilidad social y preocupación por la educación de los mas desfavorecidos.

Así cuando visita el *Adult Literacy Program* en el instituto de Harlem donde Jack escucha, se emociona y llora –para lagrimones los del recién “cazado” Henry Burton- ante el relato de superación del cocinero disléxico de color, al que felicita con su toque evangélico: *Gracias de Wayne por haber compartido esto con nosotros*. Lo que da pie para fabricar su propia historia, con “Tio Charlie” como protagonista, sobre un familiar analfabeto combatiente en Iwo Jima al que conceden la Medalla de Honor del Congreso. Además de fascinar a la directora del programa, una azorada Señorita Walsh (Allyson Janney) a la que ayuda a levantarse de su resbalón en la escalera, y que poco después vemos saliendo de la habitación de Stanton componiéndose –él abrochándose la camisa. Incidente totalmente inventado por Klein, que trajo cola legal tras la publicación del libro, al tener el personaje ciertas similitudes con Daria Carter-Clark, empleada en la Biblioteca de Harlem que Bill Clinton visitó en 1991<sup>17</sup>. Mientras tanto Susan, al teléfono desde New Hampshire, abronca a su marido por olvidar su cita con el presidente del Comité Demócrata, un cargante aficionado a la pesca con mosca, al que ha tenido que entretener durante más de una hora.

En privado, esta preocupación por la “*ordinary people*” y por sus problemas cotidianos se hace más evidente, como muestra la conversación que el glotón Jack sostiene con el empleado nocturno de un kiosko de Donuts -decorado a la medida de *American Graffiti*. Burton, que le viene observando desde la ventana del hotel, abandona las deliberaciones del braintrust allí congregado, y se une a ellos a la captura de los momentos auténticos del candidato. Dulces, baseball, el coste de la vida... Y la importancia de luchar por gente como Dany, que trabaja sin descanso semanal por

---

<sup>17</sup> Demanda millonaria por difamación planteada por sus abogados en 1997 contra Klein y Random House Inc., que quedó desestimada en 2003 por la Corte Suprema de Manhattan. Ni en hechos ni en forma. En aquel momento Carter-Clark, que se ocupaba de un mostrador de consulta, ni era miembro del Sindicato de Profesores, ni responsable del programa de educación de adultos. Cfr. Tamara Loomis, “Libel Lawsuit Against Autor of “Primary Colors” Dismissed” <http://www.law.com/jsp/law/Law...> (Consulta: 5/06/2007).



menos de 2 dólares la hora sin quejarse ni hacer mal a nadie. Y sin seguro médico. “*Por ellos lo hacemos, Henry*”. Susan diría que por la historia.

Más patriarcal resulta la actitud del candidato en la celebración del Thanksgiving Day en la mansión del Gobernador en Mammeth Falls, frente a la falta de euforia de los miembros del equipo. Pavo, abundante buffet y bebidas para familia, estómagos agradecidos (*homeless*), y trepas históricos (amigos y *classmates*), según la incisiva observación de Daisy a Burton sobre los supporters de este “average citizen” en estado puro. Al atardecer, fiesta, ritmos sesenteros y otras nostalgias. Mientras los asistentes entonan “*You’re my Sunshine*”, balada debida a un gobernador sureño, llega la noticia de la primera victoria. Tras resistir a desprecios y desplantes, Jack lo ha logrado: su competidor Ozio se retira de la carrera.

Pero si de comunicar emociones se trata no hay momento que escenifique mejor la “transfiguración del líder” que el speech de Stanton en la zona de Porsmouth, promovido por el Partido Demócrata local y la AFL/CIO, en la nave de un astillero cerrado, donde se congregan cientos de trabajadores de ambos sexos, parados de larga duración o con empleos precarios (*Mi madre tuvo trabajos de esos cuando murió mi padre...*). Reciente su comparecencia y exculpación mediática por el asunto Mc Leod, el efecto “apaleado” (*underdog*) funciona a la perfección. Con atuendo informal y haciendo chistes sobre si mismo, el reciente escándalo impulsa la imagen de *good guy* injustamente tratado. Sonríe, se presenta a su audiencia como el “candidato del pueblo” muestra su empatía y se interesa por su incierto futuro sin caer en la condescendencia. *Voy a hacer algo realmente escandaloso: decir la verdad* –anuncia ya crecido para, directamente, entrar a desmenuzar simple y crudamente la realidad. Todo ha cambiado en la última década. De la seguridad y el bienestar a la fiereza competitiva en un mundo global sin fronteras económicas ni laborales, donde la fuerza física se traslada a donde los salarios son más bajos –*les ha perdido*, dice Ferguson a Henry. *Que se j...*, ataja Burton. *A mí me ha ganado*. La receta de Jack es clara. Como ya dijera el presidente Carter en 1978 a la nación respecto del ahorro energético a modo de *moral equivalent of war*<sup>18</sup>, la lucha ahora tendrá que venir América. De su decisión y de su reeducación para adquirir nuevos conocimientos. También de su compromiso, en caso de ser elegido. Este es el trato: *I will work for you. I'll wake up every morning thinking about you. I'll fight and worry and sweat and bleed to get the money to make education a lifetime thing*

---

<sup>18</sup> Carter, Jimmy (1982). *Keeping Faith. Memoirs of a President*. New York: Bantam Books, pp. 93-94.

*in this country, to give you the support you need to move on up*<sup>19</sup>. Dramáticas palabras que, en opinión de Ian Kaplan<sup>20</sup>, más que salir de su personaje, parecen puestas por Anonymous en boca del presidente Clinton, menos idealista a la postre de lo que refleja el film. ¿O quizás no?

No todo se queda en el electorado de a pié (agricultores y *blue collar*). Según va posicionándose en los sondeos, Stanton debe aparecer como el *stateman* que aspira a ser, y eso supone picar más alto. Hacia la captación de las elites y lobbies poderosos.

Con los buenos resultados en New Hampshire, y sin dejar de lado a la que ya es su clientela de base (negros, latinos, marginados), la estrategia apunta hacia New York y Florida, dos de los estados con más votos electorales, graneros del establishment y una destacada comunidad judía. Este Kennedy venido del pueblo debe triunfar en ambos. Si bien la visita a la Gran Manzana resulta desastrosa- en plena efervescencia de los rumores sobre su posible paternidad del hijo de una menor (Fat Willie ya ha puesto a Henry en antecedentes), el abucheo y los insultos de la multitud (*pervertido, hetero, pederasta*) hacen que la pareja tenga que ser escoltada hasta su vehículo-, las cosas en el estado de los cayos son de otro modo. En visita a un centro de jubilados judíos, la aplicación de una estrategia mucho más agresiva contra Harris, recordando sus intenciones de recortes en Sanidad y sus declaraciones pasadas sobre Oriente Medio, le sirve para el *cardstaking* de imagen (aspectos positivos), tranquilizando a su añoso auditorio sobre su convencimiento de que *para los Estados Unidos no existe mejor amigo que el Estado de Israel*.

Ampliando el radio de influencia, entre sus planes más inmediatos está un acercamiento a organizaciones como Greenpeace.

Cierto que no todo son puntos fuertes en el horizonte del líder local que aspira a la nominación presidencial. Y es que su perfil como *Commander in Chief* no cuenta precisamente con los mejores antecedentes. Como otros jóvenes de la generación del sit-in, Jack evitó en su momento el reclutamiento (*draft*) para Vietnam y utilizó la influencia política de sus amistades para agilizar su liberación tras ser detenido en Chicago en 1968, como participante en una protesta antiguerra. La encargada de hacerlo público es la ex novia de Burton, activista y reportera del rotativo *La Causa Negra*, que aborda y pone contra las cuerdas al emergente candidato a la salida de un meeting –en

---

<sup>19</sup> Tomado de Kaplan, Ian, "Primary Colors by Anonymous"  
[www.bearcave.com/bookrev/primary\\_colors.htm](http://www.bearcave.com/bookrev/primary_colors.htm) (Consulta: 2/04/2007).

<sup>20</sup> Ibidem.

1991 *Wall Street Journal* dio a conocer la maniobra de Bill Clinton de ampliar estudios en Oxford cuando podía ser llamado a filas<sup>21</sup>. Pero el “embrujo Stanton” es imparable, y es el propio Henry quien para el golpe quitando importancia a la cuestión, mientras intenta convencerla para que se una a la campaña con el pretexto de recuperarla. Aunque el eco mediático del incidente es relativo, sí provoca la respuesta inmediata de su adversario Lawrence Harris en forma de spot televisivo a lo Robert Dole, donde recuerda su pasado militar y el de sus descendientes: *Yo serví a mi patria en Corea, y mi hijo en Vietnam... Libraré las batallas más difíciles, porque yo no me escondo. ¡Es cuestión de carácter!* Realmente furioso por estas palabras que le tachan de antipatriota, Stanton se decide a dar un vuelco en su habitual estrategia de no respuesta (*¡Aniquilaré a ese hijo de puta!*). La lucha abierta ha comenzado. El paso al juego sucio es sólo cuestión de tiempo.

## II. 2 Carisma versus establishment. Un outsider a la conquista de la imagen

El perfil de comunicador de Stanton es incontestable. Visión global, síntesis y facilidad de expresión. Al igual que el candidato y presidente de Arkansas<sup>22</sup>, mejor cuanto más a la defensiva, y echando mano de la improvisación, lo que a veces saca de quicio a asesores y *speechwriters*, sin que se resienta por ello la convicción ni el tono de sus mensajes. Con la ventaja de la sorpresa para media, tertulios y audiencias; Stanton es “real” y tiene don de gentes. Convince de sus virtudes y hace de sus defectos algo deliciosamente humano, como le echa en cara Libby Holden, su conciencia moral.

Habilidad pues interpersonal del populista con cálido tono y pronunciación no del todo coincidente con la de sus paisanos del Sur *-r-less* de Carter que no se da en Clinton<sup>23</sup> y que John Travolta imita, a veces demasiado. Lenguaje fluido y simplificador que contrasta con la exhaustividad en materias y respuestas destinado a la parte más sensible de sus oyentes: los sentimientos. Es el signo de la comunicación de una época que ha agotado los recursos racionales y recurre ahora la persuasión más elemental.

---

<sup>21</sup> Greenstein, Fred. I. (2001). *The Presidential Difference. Leadership Style from FDR to Clinton*. With A New Afterword on George W. Bush. New Jersey: Princeton University Press, p. 177.

<sup>22</sup> *Ibid.*, pp. 185-188

<sup>23</sup> Metcalf, Allan A. (2004). *Presidential voices: speaking styles from George Washington to George W. Bush*. Boston: Houghton Mifflin, p. 157.

Como el abrumado candidato Fred Picker describe a la perfección, pidiendo calma a medios y público en la convención demócrata de New Haven (*por favor griten un poco mas bajo*), hoy las explicaciones en política requieren cada vez términos más sencillos. Y si los candidatos no lo consiguen, la solución es empezar a tirarse mugre unos a otros. No porque se odien- a veces a penas se conocen-, pero *parece que es el único modo de emocionar a todos ustedes*.

¿Ideas o gestos? Más similitudes con Clinton<sup>24</sup>. Como el ex presidente, su réplica cinematográfica domina ambas herramientas discursivas. Y lo que es más, sabe como y cuando enviarlas a las audiencias para recoger lo más rentable de su imagen. Pero para ello se requieren espacios en los medios de comunicación, preferiblemente audiovisuales. Es la primera batalla a sostener por cualquier recién llegado: proporcionar noticias en un contexto informativo y tecnológico en que los opinión que estar informado las 24 horas del día de la marcha de la elección para así poder optar a la mayor cobertura posible de su ticket.

De ahí sus estallidos de cólera cuando las cosas no van como desea, o por el desconocimiento de sus asesores de la agenda oficial de Ozio. Ante el desangelado aspecto de la suite alquilada en el motel de New Hampshire, ramplona y sin apenas comodidades, por lo que supone para su imagen política -*¡Hay que ahorrar, pero no tanto! ¡Esto es economía de perdedor!*, son algunos de sus exabruptos mientras se lía a patadas con la averiada puerta corredera del living room. O ante la inexistencia de TV por cable (*¡No se puede ser presidente de los p... Estados Unidos sin la CNN!*) Tan diferente a la reacción de su esposa que, en la cocina junto a un desencantado Burton (*Quiero formar parte de algo que sea historia*) planea la jornada siguiente mientras practican “psicoanálisis político” ante una taza de té. Susan habla con el cerebro a las emociones. Y convence (*Nosotros hacemos historia*).

Pero ahora, lo que apremia es ponerse en marcha. Y las infraestructuras no son precisamente el fuerte de alguien que empieza desde abajo.

Nombrado campaign manager por aclamación en tiempo record –Stanton es como un torrente-, a Henry toca poner orden en el Cuartel General, donde sobran voluntarios y faltan expertos con formación y conocimientos adecuados, si exceptuamos al equipo personal de Jack. Se inicia así un desesperante canvassing: llamadas, listas, reparto de carteles, folletos, sticks... con aficionados y negados de las tecnologías

---

<sup>24</sup> Greenstein. Op. cit. 185 y ss.

digitales. Objetivo: coordinar medios y recursos con vistas a los sondeos. Tácticas: aumentar los tantos racionales y frenar los emocionales. Un modo de funcionar que extraña tanto como incomoda a Jemmons –en este punto la falta de equivalencia con el Carville real es notoria<sup>25</sup>-, acostumbrado a otro ritmo, enfrascado como esta en el acoso público a la dulce Jennifer, exhibicionismo incluido, y que, ante la reprensión de Henry le tacha de “*blanquito*” producto Harvard y mixtura para liberales y norteños. En el punto álgido de la violenta discusión, Stanton irrumpe sonriente con las maletas extraviadas de Burton y, tras lanzarse a la bandeja de Donuts, como poniendo orden sin pretenderlo y con la boca llena, plantea que hacer con Ozio.

Con poco más que una mímica básica, la comunicación no verbal del candidato en Primary Colors impresiona desde la primera escena de la película. El expresivo ritual del “pasamanos” al estilo Boticelli a la entrada del instituto de Harlem con el que—contrariamente a la novela, con Henry como narrador— Ferguson llama la atención del espectador y del recién llegado sobre las habilidades de salutación de su jefe en términos de “milagro”. No precisamente con la mano derecha (*se lo he visto hacer millones de veces, pero no podría explicarte como lo hace*) sino con la otra. Según la altura a la que suba en el brazo del presentado se deduce menor o mayor intimidad. El gesto cumbre —muy frecuente en Jimmy Carter— tiene lugar cuando estrecha con ambas manos la de su interlocutor. Es lo que hace con Burton, impresionado desde el momento en que el gobernador se gira hacia él.

Como Carter y sobre todo Clinton, Stanton hace gala de su “*self-styled policy*” con gusto por el debate abierto y performance diseñada para los *town meetings*. Es en el face to face, donde su ángulo telégenico arrasa. Así las escenas del primer debate de las primarias, donde la simpatía y moderación de Stanton, y la manera amable con que pone la guinda en las recetas de sus adversarios para evitar la bancarrota del Welfare State, no hacen sino crispar a aquellos. Ante la pregunta capciosa de si existe algo con lo que no esté de acuerdo, nuestro candidato cambia de gesto abruptamente, y volviéndose hacia la cámara contesta con contundencia: *Estoy en contra de no hacer nada cuando tanta gente sufre... Y de descartar cualquier idea válida porque no sea la mía*. Tan inusuales declaraciones le convierten en el centro del evento, haciendo saltar de júbilo a un airado

---

<sup>25</sup> Al famoso spin doctor se debe la organización en 1991 de una oficina de avanzados sistemas de alta tecnología, con computadoras, televisiones y otros recursos tecnológicos para el seguimiento de la elección minuto a minuto. Cfr. Morel Schmidt, Geraldine J. “Bill Clinton, pionero en su campaña política” [www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/M/MorelJennifer\\_BillClinton.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/M/MorelJennifer_BillClinton.htm) (Consulta: 2/08/2007).

Jemmons y a su nervioso acompañante, Henry, que siguen el debate desde la televisión del hotel.

Contrariamente a lo que cabría pensar, el crecimiento mediático de Stanton viene precisamente por vía de sus escándalos sexuales que, más que hundir su carrera, atraen la curiosidad de público, medios y potenciales electores. Entrañable pero creíble la defensa en directo frente a las relaciones extramatrimoniales que los medios le arrojan a la cara con Cashmere McLeod, gracias a la aparición de la pareja en el espacio televisivo “60 minutes” de la CBS<sup>26</sup>. La estudiada comparecencia del candidato proyecta una imagen altamente humana del pecador (*sinner*) con gran corazón y conciencia ciudadana – inocente *I’d Lust on My Heart*, expresado en por Jimmy Carter a *Playboy* que viene a la memoria, si bien con menor humildad y propósito en el caso de Stanton. Lo importante es el efecto que el directo causa en la gente común. Frente al receptor de una cafetería abarrotada, Henry puede oír los comentarios de los parroquianos acerca del aspecto físico (*Está gordo... Ella lleva el pelo muy corto*, observan ellas). O sobre la sinceridad de las declaraciones de un candidato que muchos ven por primera vez (*Han pasado por malos momentos...Fue entonces cuando se lió con la peluquera*, disculpan ellos). Escena con backstage en la que Susan, cogiendo la mano de su marido – que soltará bruscamente en cuanto se apague la cámara- toma las riendas para hablar a los espectadores de la solidez de su matrimonio pese a los avatares de toda unión, y del inquebrantable compromiso político de Jack en una forma y lenguaje (*se levantará todas las mañanas dispuesto a mover el trasero por el pueblo americano*) que levanta las protestas de las damas maduras (¡*Él debería atarla corto!*)

Llegado el momento de desmontar públicamente el contenido de las cintas aportadas por la peluquera, gracias a la incansable labor de su entregada *dirt-digger* y de Henry Burton, reconociendo entre los cortes de la grabación un fragmento de su conversación con Stanton tomada del móvil, los mismos métodos sirven al montaje con la voz del presentador emitido mas tarde en *The Larry King Show* (famoso que aparece en el film). En el mismo programa, y tras lectura de una adornada carta autoinculpatoria del redactor de la revista *Flash* –arrancada a Randy Culligan por la temperamental Libby pistola en genitales-, Daisy exige públicas disculpas de los medios. Sorpresa para audiencias y tantos para el ofendido, que sube automáticamente en las encuestas.

---

<sup>26</sup> Basado en episodio real que Bill Clinton detalla en sus memorias. Cfr. *My Life*. Op. cit., pp. 385 y ss.

Fuera del hotel de los Stanton, el público allí concentrado aclama a Jack que, en actitud de modestia, sale a la terraza para recibir el baño de multitudes por esta victoria moral y mediática. Ovación que el *frontrunner* y esperanza de la nación (sintonía de fondo “*Still The One*”) agradece, mientras anima a sus seguidores a continuar en la difícil tarea que se avecina, y que se conseguirá *con vuestra ayuda y la gracia de Dios*: la nominación *¡Seguimos aquí!*

La hora de la verdad se acerca y el desánimo cunde en Daisy, mientras que Richard, tras proponer a Henry formar equipo fuera de la campaña, piensa en abandonar (*Un profesional sabe cuando decir adiós*). No lo ve así su jefe, tras el fin del culebrón McLeod, consciente de que interesa aquél que aparece en los medios. Aún con la diferencia de votos que le separan de Harris. De ahí que pase la tarde de primarias bajo la lluvia de Manchester pidiendo el voto a transeúntes y automovilistas. La televisión capta estas imágenes de última hora y permite a los indecisos conocerle. Cuando llegan los resultados el *bandwagon* ha funcionado, acortando distancias y permitiéndole continuar -*On the Road Again*, balada folk que acompaña la imagen del helicóptero con Stanton y su equipo a la caza de los estados populosos.

Pero los brillantes colores de los comienzos van degradándose en los corazones según avanza la elección. Fortalecido en la liza y desenterrada el hacha de guerra, Stanton pasa a criticar la cicatería demócrata en cualquier medio que le de voz, aunque sea mediante el recurso al miedo (*scare tactics*), como puede observarse en la entrevista en Florida en el programa radiofónico “*Con brío judío*” presentado por el orondo Izzy Rosenblatt (el director Rob Reiner en curioso cameo) despegando toda la simpatía y seguridad de que es capaz. Y su arrogancia. Cuando Harris entra en antena para acusarle de atemorizar a la tercera edad diciéndoles en cuanto piensa reducir los presupuestos para pensiones, el sureño responde con datos que él mismo ha proporcionado a los medios. Su contrincante, un hombre mayor y con menor facilidad de palabra, se azora, se repite, dice y desdice hasta quedar enredado en su propia red de explicaciones. Presa de la excitación y del ridículo, sufre un infarto en directo y una réplica en casa.

Aunque la jugada más cruel y certera se desarrolla entre bambalinas. Es la bajada a los abismos, no ya de Jack y Susan Stanton sin freno en su viaje hacia el lado tenebroso, sino de sus más estrechos colaboradores, Henry Burton y Libby Holden, que han de buscar los secretos mas guardados de Fred Picker, el ingenuo y caballeroso candidato que ha tomado el relevo respondiendo a la oferta de la señora Harris. Trabajo sucio pero necesario, insiste Susan colmada la copa de las traiciones de su marido, pero

no la de su ambición. Un encargo sólo comparable al trato que Burton y Ferguson imponen a Tío Willie de parte del gobernador: una pensión de por vida y, a cambio, una amniocentesis a su hija que esclarecerá la paternidad del hijo que espera tras la prueba de ADN.

Un reto para el que todo el mundo no está preparado. Cuando termine ¿Quién de todos se graduará? pregunta de Libby ya en la carretera de acceso a Miami. El pasado del adversario llega en forma consumo de cocaína y relaciones homosexuales confirmadas por un ex presidiario y terminal Lorenzo Delgado, su abogado de tiempos de gobernador, camello y amante puntual. Ya de vuelta, y a la vista del informe que Libby les arroja en de la mesa de la cocina, Susan piensa donde mejor filtrarlo ¿El *Times*? Mejor *Wall Street Journal*. Jack se limita a hacerse el sorprendido. Holden se niega en redondo -*reparos morales y objeción histórica*. Picker fue su candidato fallido y la causa de su primera depresión importante. Insiste y apela a los viejos tiempos- *Con limpieza, vamos a ganar ¿recordáis?* Tampoco le convencen las razones de “alta política” con que los Stanton hacen piña para que la carrera no se pierda -*será culpa tuya Libby*. Desesperada, saca su as de la manga en forma de resultados de laboratorio y amenaza con revelar la falsedad de las muestras de sangre enviadas para la prueba de paternidad. Son de Tío Charlie. Pero Susan insiste en que las revelaciones sobre el adversario de su marido son una bomba que tarde o temprano caerá en manos de los medios. Algo que puede evitarse si Fred renuncia, como ya hizo años atrás, aludiendo problemas matrimoniales. Por el bien del partido y de la nación. Sólo queda un candidato capaz de llevar adelante la elección, y tiene que ser Jack. Ante lo insalvable del dilema, la aguerrida Libby se derrumba. No quiere hacer daño a Picker, al fin y al cabo un buen hombre con defectos. Tampoco traicionar a los Stanton, su razón de ser, pese a sus metafóricas amenazas de destruir la aldea para poder salvarla. De camino para dejar a Burton en su apartamento, le abre su corazón. Sin los Stanton es alguien sin referentes, un planeta frío que ha perdido a su astro. No volverá verla viva.

Tras el emotivo funeral donde el Jack baptista y *sinner* parece sacar partido hasta de la lectura de la última nota de su amiga (*Me has decepcionado so cabrón. ¡Compórtate!*), la última felonía. La visita de candidato y su jefe de campaña para entregar el dossier que Libby pasó a Henry antes de pegarse un tiro en su truck a un Freddy Piker acabado que se avergüenza, se disculpa y agradece humildemente lo que se le presenta como un gesto de buena fe. Al despedirse, Stanton le pone la mano derecha en el hombro. Ya en el jardín el gobernador vuelve a ser el siempre, se relaja y



canturrea una canción local que habla de una infancia en Tennessee... Henry ha llegado al límite, dice que dimite. No está cómodo. Aunque Daisy y Jemmons regresen. Libby ha sido su graduación.

Jack tira de su mejor seducción para intentar convencerle. Le habla de los sacrificios y del precio que conlleva el poder *¿Crees que Abraham Lincoln no fue puta antes que presidente?* De que es el único capaz de lograrlo y de la gloria que les aguarda *-Voy a ganar esto, y cuando gane haremos historia... No puedo lograrlo sin ti.* A la vista de los medios de comunicación apostados ante la verja de Picker, su ruego se torna suplica: *Vamos, Henry... ¿Quieres que me ponga de rodillas? ¡Di que sí!*

La mirada de Burton es inquisitorial.

### III. Epílogo. La imagen presidencial. Un producto de masas para la historia

Contrariamente al final que Klein da a su relato, y como cabe esperar en toda adaptación de Hollywood con un mínimo de didactismo, el film no acaba en la profundidad de los negros ojos del airado Burton. La siguiente escena va precedida por los acordes de un vals amable y protocolario. Unos engalanados Jack y Susan Stanton dan vueltas al compás de la música con el sello presidencial bajo sus pies. Es el Baile Inaugural de la Casa Blanca.

Globos de color, luces, aplausos, gente de etiqueta y caras sonrientes en torno a los danzantes. Llegado el turno de los saludos, la especialidad de Jack, éste se dirige a un grupo alineado de hombres y mujeres estrechando su mano uno a uno con satisfacción. Están todos, o casi: Jennifer, Ferguson, Richard Jemmons, Daisy... El trato, aunque abierto, es ahora más formal *-No nos parta el corazón* es el ruego emocionado de Lucille a este presidente del celuloide, cuya trayectoria real es por todos conocida. El saludo más íntimo, reservado para alguien especial. La imagen muestra las manos de Stanton, estrechando con fuerza otra de color. Según va subiendo la cámara vemos a Henry Burton que, enfundado en su smoking, le devuelve el apretón con verdadero orgullo en su rostro. Es la meta y el final de un largo camino tortuoso y ambivalente. Por fin está haciendo historia. A toda pantalla, la brillante enseña de las barras y estrellas ondea en todo su esplendor.

Concluido aquí nuestro análisis, más político que propiamente fílmico de *Primary Colors*, no cabe sino resaltar, aún con las deficiencias propias de cualquier producción de sus características, su contribución a la comprensión de la imagen

presidencial y de un tipo de liderazgo imprescindible en nuestros días. En este caso lo es doblemente. Primero por lo que aporta como a la configuración visual de las campañas modernas, de las que el modelo electoral estadounidense es referente obligado. También, por lo que tiene de documento para el estudio de la Historia de la Comunicación Social, materia tan ligada al conocimiento de la persuasión y de las técnicas de marketing electoral. Máxime cuando, aún ficción política, es obra de personajes reales, testigos presenciales como su autor: Joe Klein ¿O era Stephanopoulos? Pero sobre todo por el retrato crudo y nada disimulado que su obra, y por ende la película de Mike Nichols, hace de uno de los presidentes más famosos del final de siglo, si bien referido a los comienzos de su carrera a la Casa Blanca. Un mandatario y un candidato capaz, ya se trate de Jack Stanton o de Bill Clinton, de no impedirlo la XXII Enmienda, de haber conquistado un tercer mandato.

Producto a la medida de los medios de comunicación y del electorado de nuestro tiempo, cuya extensión femenina pudo hacerse realidad en las reñidas primarias de 2008, convirtiéndole en el primer *First Husband* de la historia. Igual de preparada y más racional que emotiva. Decidida, con carisma y una imagen igualmente poderosa. No en vano fue su otra mitad política. Una Susan real hoy Secretaria de Estado en una no menos mediática administración demócrata: la de Barack Obama. Cuestión de colores, y no sólo ideológicos. La historia, real o ficcionada, de sus cambios y sacrificios está aún por hacer.

## **Bibliografía**

- Anonymous(1996). *Primary Colors. A Novel of Politics*. London: Vintage Books.
- Benoit, William L. (1999). *Seeing Spots. A Funtional Analysis of Presidential Televisión Advertisements, 1952-1996*. Wesport, Connecticut: Praeger Publishers.
- Benoit, William L. (2006). *Communication in Political Campaigns*. New York: Peter Lang,.
- Clinton, William Jefferson (2004). *My Life*. New York: Alfred A. Knopf.
- Cornog, Evan (2004). *The Power and the Story. How The Crafted Presidential Narrative Has Determined Political Success from George Washington to George W. Bush*. New York: Penguin Books.
- Geenstein, Fred. I. (2001). *The Presidential Difference. Leadership Style from FDR to Clinton. With A New Afterword on George W. Bush*. New Jersey: Princeton University Press.
- Hamilton, Nigel (2005). *Bill Clinton*. Vols. I y II. . Madrid: ABC S. L.
- Harris, John F. (2005). *The Survivor. Bill Clinton in the White House*. New York: Random House.

- Metcalf, Allan A. (2004). *Presidential voices: speaking styles from George Washington to George W. Bush*. Boston: Houghton Mifflin.
- Newman, Bruce I. (1994). *The Making of the President. Political Marketing and Campaign Strategy*. Thousand Oaks, Ca.: Sage Publications.
- Parry Giles, Shawn and Parry Giles, Trevor (2002). *Constructing Clinton: hyperreality & presidential image-making in postmodern politics*. New York: Peter and Lang.
- Rodham Clinton, Hillary (2003). *Living History*. New York: Simon and Schuster.
- Ryfe, David M. (2005). *Presidents in culture. The meaning of presidential communication*. New York: Peter and Lang.
- Shogan, Robert (2001). *Bad News. Where The Press Goes Wrong in the Making of the President*. Chicago: Ivan R. Dee.
- Thomas, Helen (2006). *Watchdogs of Democracy? The Waning Washington Press Corps and How It Has Failed the Public*. New York: Lisa Drew Books/Scribner.
- Wirthin, Richard (1995). *Estrategia electoral. Persuadir por la razón, motivar por la emoción. La estrategia de la comunicación política*. Madrid: Editorial Complutense.

**Dirección autora:**

**Amparo Guerra Gómez**

**C/ Galileo 66 2º Centro Izquierda**

**28015 Madrid**

**[aguerrag@ccinf.ucm.es](mailto:aguerrag@ccinf.ucm.es)/[amparoguerragomez@yahoo.es](mailto:amparoguerragomez@yahoo.es)**