

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Índice

1. Introducción.....	1
2. Marco teórico.....	2
3. Metodología.....	16
4. Marco televisivo.....	25
4.1 Ficción y realidad en la política televisiva	25
4.2. Contexto televisivo de las ficciones tratadas	28
4.3. Retrospectiva histórica de la ficción política: del cine a la TV	31
4.3.1. Ficción política en el cine	31
4.3.2. La ficción política en la televisión	34
5. Investigación de campo y resultados	38
5.1. El ala oeste. La primera representación.	39
5.1.1. Los medios de comunicación en El Ala Oeste.	40
5.1.2. Las instituciones en El Ala Oeste.	43
5.1.3. Los personajes en El Ala Oeste.	45
5.2. The Thick of It. La transición.....	48
5.2.1. Los medios en The Thick of It..	49
5.2.2. Las instituciones en The Thick of It.	51
5.2.3. Los personajes en The Thick of It..	52
5.3. Borgen. Virtud y constructivismo.	55
5.3.1. Los medios en Borgen..	56
5.3.3. Los personajes en Borgen.	61
5.4. Crematorio. Anarcofranquismo	64
5.4.1. El poder en Crematorio..	65
5.5. House of Cards. El príncipe del siglo XXI	69
5.5.1. Los medios en House of Cards. Profesionalidad liberal.	70
5.5.2. Las instituciones en House of Cards. El estado Hobbesiano.	71
5.5.3. Los personajes en House of Cards.	73
6. Comparación de resultados.....	76
6.1. Comparación de los medios de comunicación en las series analizadas	76
6.2. Comparación de la actividad institucional en las series analizadas	78
6.3. Comparación de los personajes en las series analizadas	80
6.4. Crematorio. ‘Caso aparte’.	82
7. Conclusiones.....	83
8. Bibliografía y Webgrafía	87
9. Anexos.....	91

1.Introducción

La ficción política se ha convertido en uno de los principales motores de representación y acceso al funcionamiento político por parte de los ciudadanos desde su éxito a finales de los años 90 y principios de los 2000. Después de la definitoria *El Ala Oeste de la Casa Blanca* (The West Wing, NBC, 1999-2006), algunas de las series más potentes de la última década se han dedicado a mostrar la actividad política, desde la danesa *Borgen* (DDR1, 2010 – 2013) a la norteamericana *House of Cards* (Netflix, 2013-), valuarte del modelo de producción de la compañía de *streaming* Netflix.

A la par que la evolución de las series políticas, las teorías de análisis político y la comunicación política en general ha evolucionado desde principios de siglo hacia nuevos lugares, más espectacularizadas en muchas ocasiones, hasta llegar a acercarse a lo que algunos autores llaman *politainment* (Política-entretenimiento).

En las próximas páginas se intentará encontrar la relación entre las teorías que estudian la comunicación política y el funcionamiento institucional en relación con los medios de comunicación, desde la teoría de los *sistemas mediáticos comparados* de los autores Daniel Hallin y Paolo Mancini, que establece las fronteras geográficas entre tres sistemas mediáticos y, por tanto, políticos diferentes, hasta las teorías del impacto de los medios de comunicación sobre la opinión pública del profesor británico John Street, que estudia cuáles son las aproximaciones teóricas a la relación entre medios, instituciones y sociedad civil y cómo estas aproximaciones idean la construcción de la opinión pública.

De esta forma, se analizarán las primeras temporadas de las tres series mencionadas anteriormente – dos norteamericanas y una danesa –, además de las temporadas inaugurales de la británica *The Thick of It* (BBC4-BBC1, 2004-2010) y la española *Crematorio* (Canal+ - La Sexta, 2011) para aplicar las teorías mencionadas anteriormente, además de otras que se expondrán más adelante, a las series, y observar su relación con las teorías, su entorno político y mediático y las diferentes concepciones existentes de cómo funciona la institucionalidad, los medios de comunicación y la construcción de la opinión pública.

2. Marco teórico

La evolución de la ficción política a lo largo del siglo XX puede trazarse en una línea paralela con la evolución de la relación de la política institucional con los medios de comunicación, así como de la evolución formal de la política y la construcción de personalidad y discursiva. El politólogo y profesor de ciencias políticas en la Euskal Herriko Unibersitate Carmelo Moreno del Río plantea un punto de inflexión, a finales del s.XX, en el que la política institucional se ve despojada de su halo de elevación, de misterio elitista, y entra en la vida de los ciudadanos como un elemento más, con sus posibilidades narrativas y paródicas (Moreno del Río, 2012). Para Moreno, el acercamiento definitivo de la relación entre política y ficción – y humor, apunta – se produce con la revolución conservadora. El autor se remonta a la profunda crisis por la que pasa el consenso socialdemócrata europeo de finales de los años setenta y la consiguiente explosión *neocon*, refiriéndose a ella – especialmente a los gobiernos de Margaret Thatcher en el Reino Unido y Ronald Reagan en Estados Unidos – como una “época humorística en la que los conservadores eran revolucionarios y los progresistas, reaccionarios” (Moreno del Río, 2012). Moreno describe así la transición de la ficción política hacia el panorama televisivo, fenómeno que da su pistoletazo de salida con la británica *Sí, Ministro* (Yes, Minister, BBC, 1988) producida por la BBC – aunque existe alguna referencia previa¹– y que acabara por desencadenar toda una hilera de ficciones políticas televisivas, dramáticas, cómicas, con mil y una tonalidades, mucho más populares que sus contrapartidas literarias y, posiblemente, mucho más crudas y con más licencias y posibilidades de parodia o hipérbole narrativa que sus predecesoras.

Como se ha planteado anteriormente, las características de ficción y realidad política son, en ocasiones, comunes. Por tanto, para entender en qué contexto político y mediático se produce la implantación de las ficciones políticas en televisión tal y como la describe Moreno del Río (2012), es útil observar cuáles son las teorías del análisis de la comunicación política y cómo estudian el periodo en que se centra Moreno para presentar esta transición hacia la ficción televisiva.

¹ Ver capítulo 4.2. *La ficción política en televisión*

En 1999, los comunicólogos John G. Blumler y Dennis Kavanagh plantearon que el proceso evolutivo de la comunicación política se dividía, hasta entonces, en tres fases diferenciadas. Una primera, identificada con la edad de oro de los partidos, con profundas identificaciones ideológicas de las formaciones con su electorado y de enorme legitimidad del trabajo político institucional, una segunda y tercera fases que forman parte de un mismo proceso (Blumler y Kavanagh, 1999). Las características principales de esta evolución, según observan los autores, son la transición de la edad de oro de los partidos políticos a las etapas posteriores viene marcada por conceptos como individualización, estetización o economización, pero resaltan especialmente dos términos: secularización y mediatización (Blumler, y Kavanagh, 1999). Es decir, los autores plantean que la constante creación de medios de comunicación y la colonización por parte de las lógicas mediáticas de los procesos políticos provocaron un proceso no solo de desafección hacia la insititucionalidad política, sino especialmente de desmitificación de su actividad y de erosión de las identificaciones, casi sagradas, casi religiosas, que el electorado movilizado tenía con sus partidos de referencia.

Si se compara la línea temporal que expone Moreno del Río en su capítulo con las tres etapas de la comunicación política que describen Blumler y Kavanaagh en su artículo de 1999, la revolución conservadora coincide con los últimos años de la segunda etapa. La ruptura, por tanto, del modelo de ficción política que se produce en los 80 – Moreno lo identifica con *Sí, Ministre*, que se estrena en el 80 y termina en el 84 – y especialmente los 90– década que se cierra con el estreno de *El Ala Oeste de la Casa Blanca* (The West Wing, NBC, 1999 - 2006), que irrumpe en el panorama televisivo en y reformula el género – puede tener mucho que ver con esta nueva etapa de la comunicación política. La línea histórica dela ficción política que plantea Moreno, leída en el contexto de un final de siglo XX convulso para la comunicación política tal y como lo describieron Blumler y Kavanagh, abren la puerta a una hipótesis viable sobre qué ocurrió para que la política encontrara, de los 80 y 90 en adelante, un espacio en la ficción televisiva como un marco de relatos populares: la revolución conservadora, y el panorama político y comunicativo que abre, provocan un contexto en el que la ficción política pueda aflorar como género televisivo, porque las férreas identificaciones

con el modelo político imperante se disuelven por primera vez. Esto se puede dar por dos motivos: Primero, que el giro *humorístico* al que se refiere Moreno provocará una apertura del espacio a ficciones basadas en momentos políticos contemporáneos a sí mismas, una vez las identificaciones políticas fueran más difusas y estuvieran más mediatizadas. Segundo, que esa desdibujada identificación del electorado con los representantes políticos, esa progresiva desaparición de modelos políticos impolutos, de grandes estadistas con enorme popularidad entre el electorado al estilo JFK, hará florecer – a medio plazo, pues la desafección con una propuesta política no implica la inmediata desafección con todo un régimen democrático – la necesidad de reconstruir los paradigmas y la confianza en el funcionamiento de las instituciones. Se puede hablar de *El Ala Oeste de la casa Blanca* (The West Wing, NBC; 1999-2006) como una ficción que hace un gran trabajo en ese sentido, con la figura del brillante estadista Jed Bartlet (Martin Sheen) al frente; un trabajo en el campo discursivo y político que, como recogía Toni Aira en su capítulo en *Política en Serie* (Aira, 2016), entra en conflicto con el modelo de Comandante en Jefe que representaba George W. Bush a partir del 2000, y que hace entrar el miedo a los asesores de Bush a que el electorado prefiera al presidente ficticio al real – prefieran, por tanto, el paradigma brillante que la administración real dirigida por una figura que nada tiene que ver con el modelo ideal de líder político. Este miedo se concretó con la campaña *Bartlet for America*, que proponía al presidente ficticio como jefe del ejecutivo real de EE.UU. por delante del Comandante en Jefe en el momento.

El siguiente desarrollo del marco teórico provee al análisis del trabajo con un sustento teórico con el que relacionar los diferentes modelos comunicativos y políticos que aparezcan en las diferentes series con una estructura teórica ya planteada. Es necesario – pese a que el trabajo es el análisis de un producto mediático – ya que, la carga política teórica del análisis es alta, y las visiones teóricas son, finalmente, aplicables a los diferentes productos televisivos analizados.

El proceso de mediatización de la política: Como los medios de comunicación colonizaron los parlamentos

Todo el *background* teórico expuesto anteriormente requiere de un estado previo de relación entre política y medios de comunicación. Primero, requiere de un concepto recogido por muchos autores, el de mediación (por ejemplo, Hjarvadt, 2004). Es decir, el hecho de que los medios de comunicación sean el principal agente de comunicación y transmisión de información entre la política y los ciudadanos. Sin embargo, el análisis requerido para observar la relación estructural entre medios de comunicación e instituciones políticas requiere de una concepción más amplia y más profundidad del papel de los medios en cualquier sociedad y estructura política. Para ello, hace falta dirigirse a un concepto que recogen varios autores a lo largo de los años: la **mediatización de la política**, entendida como la adopción, por parte de partidos e instituciones políticas, de lógicas mediáticas en su funcionamiento interno. Es decir, el hecho de que partidos e instituciones no funcionan tanto en clave política como en clave comunicativa, y adoptan procedimientos propios de los medios de comunicación para funcionar así. De entre los autores que han estudiado la mediatización de la política, uno de los análisis más detallados de su evolución es el de Jesper Strömback, que plantea en su artículo “The Four Phases of Political Mediatization” el proceso de *conquista* por parte de los mecanismos mediáticos del funcionamiento de la institucionalidad política, tanto en administraciones como en partidos políticos (Strömback, 2008: 231).

Para Strömback, la mediatización es un hecho en las sociedades occidentales contemporáneas, y no solo en el campo de lo político, sino en “cualquier relación social a todos los niveles, desde el micro de la construcción de la propia identidad hasta el macro de las instituciones políticas y sociales” (Strömback, 2008: 232). La lectura de Strömback viene acompañada de una crítica hacia parte de los pensadores en medios de comunicación. Considera en su artículo que “la tendencia de la academia con relación a la mediatización ha sido sistemáticamente la de la crítica y el pesimismo, como demuestran las obras de Habermas o Bourdieu. El pesimismo en este sentido debería ir ligado a una pregunta empírico-normativa sobre la cuestión, no ser parte inherente a la mediatización” (Strömback, 2008: 235). Muchos autores, como considera

Strömback, ligan el periodo previo a la mediatización a una interpretación casi nostálgica de una *Golden age* de la política en la que todo discurso estaba ligado a unos ideales de los que emanaba un programa político racional, en oposición a una época mediatizada donde sobra el mensaje y falta el contenido. Para el autor, la mediatización es un mero cambio procedimental sin un contenido político propio – es decir, ni la *época dorada* de los nostálgicos era pura razón política ni la etapa mediatizada está vacía de sentido ideológico. En este sentido, recoge una definición sencilla de mediatización de Stig Hjarvard: “La mediatización implica que elementos nucleares de las relaciones sociales asumen forma mediática” (Hjarvard, 2004: 48). A diferencia, sin embargo, de todos los autores que toma como referencia, Strömback aporta una nueva lectura de la mediatización, la que llama *mediatization as a process* (Strömback, 2008: 231), que, según el autor, permite aplicar la lectura de la mediatización en países e instituciones en las que la asunción de la forma mediática toma ritmos diferentes. Otra de las principales novedades que aporta Strömback en su artículo es la lectura de la mediatización desde la percepción que las instituciones políticas tienen de los medios como actores sociales – es decir, entiende esa mediatización como proceso como el camino de las instituciones políticas hacia una internalización completa de los medios como actores sociales y políticos completos. Strömback identifica cuatro fases en ese proceso:

- **Primera fase de la mediatización:**

“La primera fase de mediatización se produce cuando los mass media se convierten en el principal canal informativo entre la ciudadanía y la política” (Strömback, 2008: 236). La reflexión que hace Strömback alrededor de esta primera fase es que sirve de detonador del proceso de mediatización. Según él, el hecho de que los medios de comunicación se hayan convertido en un canal más potente que cualquiera de los institucionales para construir discurso político hace que la relación institución – medios sea mucho más cercana, con lo que partidos políticos y administraciones necesiten comenzar a aplicar lógicas mediáticas en sus estrategias políticas para, primero, aparecer en los medios y, segundo, hacer llegar su mensaje de forma mucho más directa y potente a la ciudadanía. En este sentido, Strömback afirma que esta fase “debe ser entendida como un prerrequisito para el resto de fases” (Strömback, 2008: 236).

- Segunda fase de la mediatización

La segunda fase de la mediatización tal y como la plantea Strömback es puramente mediática. La lectura que hace el autor de esta fase de la evolución mediática es la de la consecución de una cierta semi-independencia de los medios, que no solo con sus lógicas sino con un aumento de sus recursos consiguen deshacerse parcialmente de las influencias externas a la hora de elegir dónde y de qué forma colocar el foco. Como se leía anteriormente, la *previa* que supone la primera fase de mediatización provoca un nuevo paso en el proceso de asunción de lógicas mediáticas. Los medios de comunicación son el principal canal de información de los ciudadanos. La política tiende a parecerse a los medios para ser relevante. Los medios ganan independencia y, por tanto, solidifican aún más sus formas y procedimientos. Esto obliga a la política a abandonar aún más sus mecanismos clásicos y dar otro paso hacia la mediatización, lo que liga con la siguiente fase. (Strömback, 2008: 237)

- Tercera fase de la mediatización

“Lo importante en esta tercera fase ya no son las interacciones individuales entre actores mediáticos ni políticos, ni el agenda setting. Lo importante es que las lógicas mediáticas están tan amplificadas que ningún actor social ni político que requiera interacción con el público puede evitar adoptar la lógica mediática”. (Strömback, 2008: 238). Para Strömback, la tercera fase refleja el hecho de que la adopción de las lógicas mediáticas comienza a hacerse patente en las instituciones políticas. El autor pone el siguiente ejemplo: la individualización es una técnica narrativa muy útil para los medios a la hora de contar historias políticas. Por ello, los actores políticos comienzan a poner mucha más atención en la creación de sus liderazgos, y en darles un rol central una vez están creados y consolidados en el imaginario político-mediático. Es decir, esta tercera fase es el inicio de la mediatización en sí, el inicio de la adopción de las rutinas, el trabajo, la noticiabilidad y los criterios mediáticos por parte de las instituciones políticas y los partidos, que deben adaptarse a una sociedad mediatizada, como decía Hjarvard.

- Cuarta fase de la mediatización

La cuarta fase de la mediatización es la más importante en la estructura de los actores políticos. Según Strömback, “mientras que en la tercera fase los medios, aunque necesarios, siguen apareciendo como actores externos a los actores políticos (...) en esta cuarta fase, consciente o inconscientemente, estos actores han internalizado el funcionamiento mediático, por el que ahora se rigen” (Strömback, 2008, 13). La cuarta fase implica una imposición absoluta del funcionamiento mediático a las formas políticas y sociales, que entienden las lógicas mediáticas como una “realidad empírica” (Strömback, 2008: 240) de las relaciones sociales

Estas cuatro fases, especialmente la tercera y la cuarta – según las circunstancias mediáticas en las que operan los diferentes sistemas, que se describirán más adelante – son las que deben relacionarse con los comportamientos mediáticos y políticos en las ficciones analizadas. Los diferentes análisis que se realicen no tienen sentidos sin la adopción de las lógicas mediáticas por parte del poder político y sus diferentes instituciones, por lo que es necesario, previo paso a todo el resto de partes del estudio, describir cómo aparece esta internalización y naturalización de las lógicas mediáticas por parte de los diferentes poderes políticos en las ficciones analizadas, si lo hace.

La política y los medios de comunicación: mediatización de la política y esfera de opinión pública

En su artículo “Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonised? Theories of the Impact of Mass Media”, el sociólogo John Street atiende a las interpretaciones de diferentes autores a lo largo de las últimas décadas del s.XX y los primeros años del XXI para establecer tres modelos diferentes de encaje de los *mass media* en los sistemas políticos a los que pertenecen, que se definen por su influencia a la hora de crear opinión pública, prioridades políticas, narrativas dominantes: los modelos **Pluralista, constructivista y estructuralista** (Street, 2008)

El primer modelo, el **pluralista**, que encuentra en los análisis mediáticos de autores como Robert Putnam, entiende que el sistema mediático es uno más de los creadores de opinión dentro de un sistema político, en el que consumidores y creadores de información tienen una relación bilateral y los efectos de la

maquinaria mediática sobre la opinión pública son, a lo sumo, limitados. Así, se entiende que las preferencias políticas de los actores sociales están dadas y los *mass media* actúan como intermediario entre estos actores y sus opciones, en competencia. (Street, 2008: 20)

Street reconoce un segundo modelo en los autores **constructivistas**. Para el constructivismo, una teoría que Street sitúa dentro del campo de los estudios culturales, los medios de comunicación masivos ocupan un papel determinante en la creación de narrativas dominantes, en tanto que constituyen el marco político establecido. Para Street, los constructivistas afirman que “más que actuar como medios de comunicación o como instrumentos políticos, los *mass media* constituyen la esencia de las relaciones políticas”. De esta forma, los constructivistas establecen cómo la creación discursiva de la arena política es la que constituye las relaciones de poder políticas dentro de un sistema (Street, 2008: 23).

Por último, Street recoge la perspectiva **estructuralista**, una perspectiva que identifica con el autor Nicholas Graham, que hace un alegato contra pluralistas por considerar su modelo un “conductismo simplista” que no tiene en cuenta las relaciones materiales en la construcción de la esfera pública (Street, 2008: 27). En esta perspectiva, Graham comparte con la escuela constructivista que los *Mass Media* establecen narrativas comunes, pero no constituyéndolas sino imponiéndolas por su posición en las relaciones de poder (Garnham, 1986); además, establece que estos marcos de opinión política establecen limitaciones, pero que son las condiciones materiales las que acaban por construir la opinión de los públicos de los *mass media* – comparte parte de su teoría con el estructuralismo marxista, considerando, por ejemplo, la educación como nivel básico de comunicación y creación de opinión. En el campo de la práctica de los medios de comunicación, la escuela estructuralista se dirige a las relaciones de poder estado-corporaciones mediáticas en la construcción del discurso, estudiando las “formas en que los medios pueden acabar capturados por el gobierno, acabando por obviar formas de corrupción político-corporativa” (Garnham, 1986: 209).

Los diferentes caracteres del concepto de “comunicación política” que establece Street en este artículo abren un debate en que se puede incluir la ficción política

en dos niveles: en cuanto a la **representación de las relaciones entre comunicación de masas y política** y en cuanto al **ejercicio objetivo de su carácter comunicativo**; es decir, propone dos preguntas: qué modelo de relación entre *mass media* y estructuras políticas aparece representado en las ficciones políticas contemporáneas? Y, en segundo lugar, ¿ejercen las ficciones políticas su poder de creación de discurso y opinión pública? Y, si es así, ¿cómo lo hacen?

Política y *mass media* en diferentes estados: la relación entre política y medios de comunicación en los diferentes sistemas mediáticos (pluralista polarizado, democrático corporativo y liberal)

La obra de Daniel Hallin y Paolo Mancini *Sistemas mediáticos comparados* (Hallin y Mancini, 2004) representa un gran anclaje teórico para las lecturas de la mediatización política en las ficciones televisivas de diferentes países – por ejemplo, en Tous-Roviroso (2017), en que la autora identifica las características de las ficciones televisivas en cada uno de sus diferentes modelos, los temas tratados y los estilos y personajes recurrentes en sus desarrollos narrativos. Los dos autores establecen tres modelos comunicativos, tres sistemas que estructuran la forma en que se comportan los medios de comunicación en diferentes contextos

- **Modelo democrático-corporativo:** Un modelo propio del centro y el norte de Europa, y es resultado de grandes desarrollos de la prensa como sector de servicio público. Para Hallin y Mancini, el modelo democrático corporativo se caracteriza por altos grados de profesionalidad y una gran implicación del Estado en los medios de comunicación y su papel social (Hallin y Mancini, 2004).
- **Modelo pluralista-polarizado:** También conocido como *Mediterráneo* por su localización geográfica, el modelo pluralista polarizado es hijo de un desarrollo histórico de la prensa más débil y de menos alcance que el propio del modelo anterior. Los estados pluralistas suelen tener amplios espectros políticos con muchos actores en competencia dentro del sistema de partidos. Esto genera un escenario mediático que se establece como un terreno más de disputa política explícita, con una alta participación de los propios partidos políticos en las líneas editoriales de

los medios. Además, la poca institucionalización de la prensa provoca menos profesionalización del periodista (Hallin y Mancini, 2004).

- **Modelo liberal:** El modelo angloamericano – propio de Gran Bretaña, Estados Unidos y Canadá. Se encuentra en estados con desarrollos históricos de la prensa más profundos que el caso anterior, lo que provoca más profesionalización del periodismo y un paralelismo político – alineación de los medios con proyectos políticos explícitos – mucho menos acusado que en el caso mediterráneo. A diferencia del modelo democrático-corporativo, el estado tiene poca importancia en el modelo liberal, y el mercado regula un espectro mediático dominado por grandes grupos de comunicación (Hallin y Mancini, 2004).

Este modelo teórico plantea la siguiente pregunta: ¿representan las ficciones políticas de diferentes países relaciones entre los medios, los partidos y los líderes políticos que se corresponden con sus modelos comunicativos autóctonos? Un análisis de la relación de las instituciones políticas con los medios de comunicación en ficciones que se desarrollen en los diferentes sistemas mediáticos podría ayudar a responderla.

El análisis del funcionamiento institucional: Idealización, cinismo y su relación el electorado (ficticio y real)

La politóloga y ahora diputada de Podemos Tania Sánchez decía, en un debate sobre ficción y poder (Iglesias, 2016), que no le gustaba demasiado *House of Cards* (Netflix, 2013) por ser “demasiado cínica”, por mostrar una cara “retorcida e interesada de la política irreal y demasiado cruda”. Sin embargo, en el capítulo del libro *Política en Serie* encargado al periodista Toni Aira (2016), el autor se refiere a unas declaraciones del creador de la serie, el que fuera asesor de Margaret Thatcher lord Michael Dobbs, para describir Francis Urquhart (Ian Richardson) como “determinado, obsesivo, brillante, maquiavélico, sin principios ni interés en políticas concretas... el tipo de político que triunfa” en la realidad. Con esta representación, Dobbs defiende que la visión cínica de las instituciones políticas es muy real “La política no ha cambiado nada. No desde los 80, desde Shakespeare. Lo que escribió en su Julio César seguimos haciéndolo ahora.” (Aira, 2016).

Otro ejemplo de este tipo de representación política se encuentra en Claire Underwood (Robin Wright), un personaje frío, calculador, maquiavélico, cargado de cinismo y de ansias de poder que, como recuerda el profesor de la UAB Gabriel Colomé (Entrevista personal, 18/04/2017), “está basado en Hillary Clinton”

Un modelo diferente, por otro lado, es el del funcionamiento del gobierno, la gestión y la comunicación que representa *El Ala Oeste*. EL propio Moreno del Río, esta vez junto con Gabriel Colomé, afirma que “el éxito de *The West Wing* se debe principalmente a un intento sincero de mostrar la política desde dentro [...] reivindicando las virtudes cívicas (y miserias) de la política en democracias occidentales” (Moreno y Colomé, 2012: 242).

De la misma forma, un artículo de BBC News titulado “The Thick of It: When life imitates swears” recoge una comparativa entre el funcionamiento institucional del gobierno de la serie de la BBC y el del gobierno británico real, calificando el parecido de “preocupante”, ya que demuestra que como en la serie, “el gobierno británico improvisa las cosas tal como le vienen” (Redacción BBC News, 2012),.

El análisis de las propias series presentes en estos tres ejemplos, como recogen los autores antes comentados, muy ligadas al momento político contemporáneo, puede mostrar cuál es la influencia de este momento político en la ficción, cómo los diferentes contextos políticos pueden cristalizar en ficciones que los expliquen en diferentes claves y cómo, incluso, momento político y ficción pueden llegar a retroalimentarse.

Los diferentes tipos de personajes en las ficciones políticas

Según el dramaturgo y teórico literario Francisco Ruíz Ramón, “Hay tres modos de ver el mundo artísticamente: El primero es verlo de rodillas, es la posición antigua. El autor ve a sus héroes en una condición superior a los seres humanos, por lo menos, superior al autor.(...) Otra forma de ver es la de pie: ver a los personajes a la misma altura que el autor, con las mismas virtudes y defectos que el autor, como un doble del autor. (...) La tercera forma es la que mira al mundo desde un plano superior, viendo a los personajes como muñecos, como

seres inferiores al autor, con un punto de ironía” (Ruíz Ramón, 2005: 122). En este sentido, se definen tres formas de construir personajes: Idealizados, es decir, *de rodillas*, desde abajo, en su representación utópica; Dramatizados, es decir, *de pié*, cara a cara, con virtudes y defectos a la par; y una tercera que se correspondería con el planteamiento de mirar *desde un plano superior* y que se puede concretar de diferentes formas según la ficción: Tal como plantea Ruíz Ramón, este planteamiento se concreta con un punto de ironía, con lo que una definición cómica de los personajes entraría dentro de esta categoría. Sin embargo, el autor, al observar a los personajes desde arriba, y en oposición al que los observa *de rodillas* como seres ideales, también puede construir a sus personajes desde un punto de vista crítico, como cínicos, malvados, que actúan contra lo que el mismo autor piensa que es la moral ideal de aquél al que pretende representar.

El *Spin Doctor*: La forma sobre el discurso y la victoria de los gabinetes de comunicación

En su libro *Los Spin Doctors. Cómo mueven los hilos los asesores de los líderes políticos*, Toni Aira – uno de los referentes en el análisis de la comunicación política del país – establece una regla general de la política en la segunda década del s.XXI. “La política que triunfa y que se adapta a una sociedad hipermediática que quiere saberlo todo, pero no con un afán de conocimiento, sino con un espíritu entrometido de vocación epidérmica [...] La banalización del discurso, la sumisión del qué al cómo”. (Aira, 2009: 9)

La importancia de la figura del spin doctor reside en esta norma. La mediatización del discurso político, la necesidad de tener una presencia constante en medios de comunicación, en redes, en cualquier espacio comunicativo para imponer un relato político ha encumbrado a los asesores de comunicación y gabinetes de prensa, sin los que ningún líder puede vivir en el paradigma contemporáneo. En su capítulo *¿Asesores de ficción?*, incluido en el libro *Política en serie*, Juan Carlos Calderón (2016) identifica a la figura de Cyrus Beene, jefe de gabinete del presidente Grant en *Scandal* (ABC, 2012-), como uno de los asesores de comunicación más influyentes de la ficción televisiva. A esta lista debe sumarse a Malcolm Tucker, el agresivo personaje de Peter Capaldi en *The Thick of It* y su

adaptación cinematográfica *In the Loop*, que ordena y manda en el gabinete del Primer Ministro británico más que ninguna otra figura.

Los *spin doctors* presentan diferentes características, diferentes perfiles y relaciones diferentes con la institución política y el líder al que asesoran. El propio Calderón (2016), en el mismo capítulo, plantea una serie de características, como el carisma, la formación política, la relación con los medios o la personalidad para imponerse entre todas las voces que rodean al presidente o al político de turno. Un buen análisis sobre los *spin doctors* como personajes – especialmente si se compara con los diferentes tipos de líderes que cada personaje asesora – nos puede llevar a analizar un modelo general de director de comunicación, que depende y del que dependen el proyecto político y el líder y su construcción. De la misma forma, el cruce analítico entre líderes, momentos y procesos políticos y *spin doctors* ayudará a establecer un patrón de relación más o menos general entre los procesos políticos *reales* y los *ficticios*.

2.1. Preguntas de investigación e hipótesis

Tras este análisis de las teorías políticas aplicables a los sistemas mediáticos y la comunicación política en relación con las ficciones políticas, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- **¿Son aplicables las distinciones entre sistemas mediáticos de Hallin y Mancini a las ficciones políticas producidas en cada sistema?**
- **¿Son aplicables las teorías de análisis de los *mass media* que identifica Street a las diferentes ficciones políticas?**
- **¿Define el sistema mediático en que se produce la serie cuál es la teoría del impacto de los *mass media* más cercana a la visión política de las series?**
- **Si es así, ¿Qué teoría es aplicable a cada sistema mediático?**

La hipótesis planteada, pues, en base a estas preguntas de investigación, es la siguiente:

Las teorías de impacto de los *mass media* y de sistemas mediáticos comparados son aplicables a las series políticas en tanto éstas muestran una realidad basada

en su entorno político y comunicativo – que es el objeto de estudio de ambas teorías. Si los diferentes caracteres de la comunicación política y del comportamiento institucional hacia los medios y la ciudadanía en los diferentes sistemas mediáticos definen cómo el discurso mediático impacta en las instituciones y en la opinión pública, entonces estas influencias de las características de cada sistema sobre el impacto de los medios harán que se pueda aplicar a cada uno de ellos una teoría o aproximación teórica diferente de entre las apuntadas por Street (2008), con lo que se podría concluir que el sistema mediático es lo que define la forma en que los *mass media* impactan en la opinión pública, cosa que aparecería reflejada en las ficciones televisivas de cada sistema.

3. Metodología

Para la elaboración de este trabajo, se han aplicado esencialmente tres procesos de investigación alrededor de los problemas tratados.

El primero de ellos es la investigación bibliográfica. Para la elaboración del marco teórico y para las referencias sobre las que realizar el estudio de los productos televisivos analizados se ha consultado bibliografía relacionada con la ficción y la política en diferentes ámbitos. Desde el puro análisis televisivo y los estudios culturales – como, por ejemplo, *Genre and Television* de Jason Mittell – hasta los análisis políticos de la ficción – especialmente las dos obras de Pablo Iglesias Turrión *Maquiavelo frente a la gran pantalla* y *Ganar o Morir: Lecciones políticas en juego de tronos* – o los análisis especializados en ficción política televisiva – como los libros colectivos *Política en serie* (Otero y Rubio, 2016) y *La política en las series de televisión: entre el cinismo y la utopía* (Tous-Rovirosa, 2015); pasando, especialmente, por los artículos y obras de teorías de análisis político– con autores de diferentes corrientes como Nicholas Garnham, Jesper Strömback o John Street.

El segundo método de estudio es el análisis de productos de ficción. El método elegido para el estudio de las series seleccionadas ha sido la elaboración fichas analíticas² basadas en el marco teórico construido previamente con preguntas a responder sobre cada uno de los episodios de los apartados de las series analizadas. Al ser un análisis cualitativo, se deben analizar periodos homologables de los productos seleccionados. Para este trabajo, los objetos de análisis han sido las primeras temporadas de cinco series políticas de diferentes ámbitos comunicativos y con diferentes tratamientos de argumentos y personajes. En concreto, se han elegido tres series que se desarrollan en un sistema mediático liberal – *The Thick of It*, *House of Cards* y *El Ala Oeste* –, una del modelo mediterráneo – *Crematorio* – y una del democrático-corporativo – *Borgen*. Pertenecen también a ámbitos políticos diferentes – mientras que las tres europeas se desarrollan en sistemas parlamentarios, las dos norteamericanas son presidencialistas. También en cuanto al género son diferentes. Mientras que *Crematorio* tiene un tinte de *thriller*, tanto *Borgen* como

² Véase ficha de ejemplo en Anexos 1

House of Cards, así como *El Ala Oeste*, son dramas. *The Thick of it* es, por su parte, una comedia. Con esto, la muestra ofrece tratamientos diferentes de personajes, procesos de comunicación política y funcionamientos institucionales para relacionarlos con diferentes perspectivas teóricas.

Por otro lado, en cuanto a la estructura de las fichas, esta coincide con los espacios de análisis mediante los cuales se pueden relacionar los productos televisivos analizados con las teorías expuestas en el marco teórico: Medios de comunicación, instituciones políticas y personajes, dividida esta en líderes políticos y *spin doctors*. Los ítems, por tanto, están divididos en estos tres grupos y se centran en los problemas principales del estudio. En el apartado 'Medios de Comunicación', las principales preguntas se centran en su papel. Preguntas como *Papel de los medios en el funcionamiento político* o *carácter del discurso mediático* sirven para recoger las características principales de los medios de comunicación en relación con los sistemas políticos y mediáticos en los que se desarrollan. Las preguntas alrededor de las instituciones políticas se centran principalmente en su discurso y sus mecánicas internas, así como la lectura que la propia serie hace de estos mismos. Uno de los ítems centrales es el "Objetivo principal del discurso de las instituciones", con el que se analiza cuál es el principal objetivo de la actividad política de la serie presentada. Este ítem muestra la existencia o no de procesos políticos de fondo institucionales, es decir, de experiencias políticas no mediadas y, por tanto, de una actividad política no mediatizada (Strömback, 2008). Otras preguntas clave del funcionamiento institucional serían las referidas al tratamiento de la institución, que no solo enseña el carácter de la propia serie, sino la posición cultural que el creador pretende mostrar frente a las instituciones políticas, cosa que cuenta una historia sobre la percepción social de la institucionalidad en el país en que se desarrolla la serie. Finalmente, las preguntas dedicadas a los personajes se centran principalmente en el tratamiento que se hacen de estos mismos, en su relación con los medios y en el poder de decisión que se les otorga.

El tercer método, por su parte, es la entrevista semiestructurada con un experto. El experto en cuestión ha sido el profesor Gabriel Colomé, profesor de periodismo en la Universitat Autònoma de Barcelona y director del Máster de Márketing Político de la misma universidad. El profesor Colomé ha sido

seleccionado no solo por su experiencia en el campo de la comunicación política *real*, sino por su experiencia en el análisis televisivo de la comunicación política y en el campo de la comunicación política real. El modelo de entrevista seleccionado para esta investigación es un modelo semiestructurado, es decir, una entrevista en que se fija el objetivo general de la entrevista pero que las preguntas, pese a estar plasmadas en una guía, surgen con el desarrollo de la conversación entre entrevistado y entrevistador (Corbetta, 2007)

La muestra: series seleccionadas para analizar

La forma de escoger las series a realizar en el análisis ha seguido un criterio básico, el de la distribución por los diferentes sistemas mediáticos. Es decir, con la selección de obras ficticias para realizar el análisis que se presentará en este trabajo se ha intentado que haya, al menos, un representante de cada uno de los sistemas mediáticos que describieron Hallin y Mancini – Liberal, Democrático y Mediterráneo. Así, la serie escogida correspondiente al modelo mediterráneo ha sido la española *Crematorio*. Para el modelo democrático corporativo, se ha elegido la danesa *Borgen*. Por su parte, para representar a los países del modelo liberal se han elegido tres: *The West Wing*, *House of Cards* y *The Thick of It*. Este desequilibrio en favor del modelo liberal se debe principalmente a dos factores. El primero, el hecho de que los países anglosajones, representantes del modelo liberal, han desarrollado la mayor parte de la producción de ficciones políticas, tanto televisivas como fílmicas y, por tanto, se puede observar una mayor evolución por haber más ejemplos. La segunda, la dualidad de sistemas políticos entre los dos representantes principales, que son Reino Unido y Estados Unidos, uno parlamentario y el otro presidencialista, y que por tanto pueden ofrecer diferencias no solo motivadas por su sistema mediático sino también por su estructura política, su modelo de separación de poderes...

La elección de *The West Wing* prácticamente se justifica por sí sola. La serie creada por Aaron Sorkin es un paradigma de la representación en ficción del funcionamiento político institucional, de la comunicación política, de la relación entre las instituciones y los medios de comunicación. La literatura alrededor de la serie es numerosa, y es un ejemplo claro y muy útil para analizar la comunicación política. Es, además, un producto muy ligado al desarrollo político real de su país, por lo que aporta un punto de vista más a las posibilidades de análisis a su alrededor, esto es, la relación comunicativa con la realidad política norteamericana.

The Thick Of it presenta, por su parte, un paradigma diferente. Es una representación actualizada del uso del humor en la representación política en momentos de crisis sistémica, de deslegitimación y de desafección ciudadana con las instituciones. El caso de *The Thick of It* es el de una narrativa peculiar. Al contrario que la mayor parte de series políticas, la representación de la

actividad institucional que aparece en *The Thick of It* es tediosa, negligente, gris y aburrida. Su concepción se enfrenta radicalmente a la “visión neowilsoniana del ejercicio cotidiano del poder” (Ros, 2015: 128) de *The West Wing*, pero también a la “Administración hobbesiana” de *House of Cards* (Ros, 2015: 128). La visión que aporta la serie de la BBC representa una visión de la institución ridícula fruto de la separación de la ciudadanía de las decisiones políticas. Además, el personaje de Peter Capaldi en la serie, Malcolm Tucker, es un paradigma para las figuras de spin doctors de ficción – un asesor de comunicación que domina las decisiones, las políticas, los actos y la comunicación de todos los estratos del poder ejecutivo y que sólo responde, y no demasiado, ante el primer ministro.

House of Cards representa el tercer modo de representación institucional. Si *The West Wing* es una representación idealizada y *The Thick of It* es la visión cómica, la serie de Netflix heredera de la ficción de la BBC es el cinismo. La representación de la parte oscura y agresiva del poder, que nace, de forma parecida que en el caso de *The Thick of It*, de cierto rechazo y desencanto con el funcionamiento de la política institucional. Lo que hace de *House of Cards* una serie con gran interés para analizar los diferentes modelos políticos en las ficciones televisivas es el hecho de que es la versión más cruda y descarnada de la política y que, por tanto, puede tener trazos del funcionamiento político que otras series con visiones más benevolentes no lleguen a representar. Además, la serie que protagoniza Kevin Spacey puede usarse para hacer una lectura de la evolución de la política norteamericana, sus percepciones y sus relaciones.

El representante mediterráneo, *Crematorio*, aporta al análisis una visión política – aunque es más un *thriller* empresarial encuadrado en una trama política – del modelo pluralista polarizado. Se recurre a una serie no completamente política porque es lo más cercano a una ficción política desarrollado en España. *Crematorio* muestra la corrupción como principal vehículo argumental para representar la actividad política y el rechazo a representar el funcionamiento institucional de forma seria en la ficción. La serie tiene, además, el mérito de haber sabido adaptar a la perfección el ecosistema de poder del levante español, la relación entre las políticas conservadoras y sus estructuras de poder y la burbuja inmobiliaria, y algo muy propio de los sistemas mediterráneos: los hilos

que unen la política y el crimen organizado. *Crematorio* es, por tanto, un mapa de la política como cleptocracia y del rechazo de las instituciones democráticas, su demolición por parte de los núcleos de poder económico.

Finalmente, la selección de *Borgen* responde a su representación de los métodos políticos y comunicativos propios del sistema democrático corporativo. Es, además, una evolución clara de los modelos de ficción que establece *The West Wing*, solo que con una tendencia mucho más marcada hacia representar los obstáculos que plantea el funcionamiento político a las administraciones a la hora de aplicar sus programas, especialmente cuando plantean reformas, por superficiales que sean.

Fichas técnicas de las series seleccionadas

1. The West Wing

Ficha Técnica

Emisora: NBC

Periodo de emisión: 1999-2006

Temporadas: 7

Género: Drama

Creador: Aaron Sorkin

Reperto: Martin Sheen (Presidente Joshiah Bartlet), Alison Jenney (C.J. Cregg), Richard Schiff (Toby Ziegler), Bradley Whitford (Josh Lyman), Rob Lowe (Sam Seaborn)

Reconocimientos principales: Tres Globos de Oro y 26 premios Emmy

2. House of Cards

Ficha Técnica

Emisora: Netflix

Periodo de emisión: 2013-

Temporadas: 5 (Hasta ahora)

Género: Drama

Creador: Beau Willimon (Basada en la novela *The House of Cards* de Sir Michael Dobbs)

Reperto: Kevin Spacey (Francis Underwood), Robin Wright (Claire Underwood), Kate Mara (Zoe Barnes), Michael Kelly (Doug Stamper), Lars Mikkelsen (Victor Petrov)

Reconocimientos principales: Dos Globos de Oro, cuatro premios Emmy y un premio Peabody.

3. The Thick of It

Ficha Técnica

Emisora: BBC

Periodo de emisión: 2005 - 2012

Temporadas: 4 (además de los especiales y una película basada en ella)

Género: Comedia

Creador: Armando Iannucci

Reparto: Peter Capaldi (Malcolm Tucker), Chris Addison (Oliver Reeder), Rebecca Front (Nicola Murray), Paul Higgins (Jamie McDonald), Joanna Scanlan (Terry Coverley).

Reconocimientos principales: Cuatro premios de la Academia de la Televisión Británica.

4. Borgen

Ficha Técnica

Emisora: Danmarks Radio

Periodo de emisión: 2010 - 2013

Temporadas: 3

Género: Drama

Creador: Adam Price

Reparto: Sidse Babett Knudsen (Birgitte Nyborg), Birgitte Hjorg Sorensen (Katrine Fonsmark), Jonah Philip Asbaek (Kasper Juul), Soren Malling (Torben Friis), Mikael Birkkjaer (Philip Christensen)

Reconocimientos principales: Dos premios Robert de televisión danesa, un premio Peabody y un premio de la Academia de la Televisión Británica.

5. Crematorio

Ficha Técnica

Emisora: Canal Plus

Periodo de emisión: 2011

Temporadas: 1

Género: Drama

Creador: Jorge Sánchez-Cabezudo (Basada en la novela homónima de Rafael Chirbes)

Reparto: Pepe Sancho (Rubén Bertomeu), Alicia Borrachero (Silvia Bertomeu), Juana Acosta (Mónica), Pau Durà (Zarrategui), Manuel Morón (Llorenç Torralba)

Reconocimientos principales: Un premio Ondas.

4. Marco televisivo

4.1 Ficción y realidad en la política televisiva

Previo a cualquier análisis comparado de ficción – ya sea televisiva, literaria, cinematográfica o sobre otros formatos – que se realice en base a teorías pensadas para ordenar la realidad y sus procedimientos, se debe entender cuál es la relación que los productos ficticios que se pretenden estudiar mantienen con la realidad que los rodea. En cuanto a cómo podemos entender la *ficción* en sí misma, una manera de extraer por qué la ficción debe emanar necesariamente de una relación con su realidad, cabe remontarse a la obra de Käte Hamburger alrededor de los estudios literarios. Sobre el origen real de la ficción, Hamburger establece que “La ficción corresponde a una estructura ‘como’ de la realidad. La realidad en como es apariencia, ilusión de realidad, una no-realidad” (Hamburger, 1957³). Es decir, a diferencia de simplemente algo irreal, una mentira por ejemplo – lo que Hamburger define en su teoría como *finta* en oposición a la ficción – lo ficticio es *no-real*. En otras palabras, es mimesis, emana de estructuras pertenecientes a la realidad pese a no serlo, pese a en ocasiones no compartir características lingüísticas, por ejemplo, con la realidad *realmente existente* que rodea a la ficción. En oposición a la realidad, Hamburger afirma que en la ficción la relación entre el sujeto y su objeto es necesaria e inseparable, en tanto que en la realidad existen por separado, pero en la ficción un sujeto no existe más allá del objeto que lo produce (Hamburger, 1957). La autora observa que el nexo de unión entre sujeto y objeto – su acción, por ejemplo – en la ficción es la narración, que supone una suerte de bisagra entre ambos puntos y que otorga lógica a un relato ficticio – que, otra vez, emana de la realidad porque la imita, pero no es realidad en tanto que objeto y sujeto no son separables.

Una vez establecida esta separación, esta definición básica de cómo se debe entender la ficción en relación con la realidad que la rodea, se está en disposición de estudiar cuál es el carácter concreto de los objetos de estudio que se procederán a analizar. Aplicando esta relación entre realidad y ficción, se puede observar cómo la ficción se relaciona y se retroalimenta con las estructuras y

³ Esta referencia no tiene páginas porque está extraída de un artículo de un tercero (citado en la bibliografía) que no menciona las páginas de la cita.

procesos de la realidad a los que se remite. En el caso de los objetos analizados, la ficción política televisiva se relaciona, existe en los mismos términos, que el entorno político que pretende reflejar. A la relación ficción-realidad que plantea Hamburger hay que unir el profundo carácter narrativo del funcionamiento político. Tal y como plantea Moreno del Río, “la política se ha convertido en un escenario teatral donde distintos discursos – las famosas narrativas o ‘storytellings’ – luchan por ser hegemónicas a la hora de ser portadoras de la prosperidad” (Moreno del Río, 2012: 178). El relato ha sido siempre un concepto que ha recorrido toda política, lo que aporta esta cita en concreto del estudio de Moreno – y que es útil para comprender la tesis completa del capítulo que dedica a humor y ficción política – es el uso de la *narración* como concepto central del desarrollo político. Mientras que, como bien explica Iñigo Errejón en *Construir Pueblo: Hegemonía y radicalización de la democracia*, toda política ha sido siempre una pugna entre relatos por la hegemonización del concepto del bien común (Errejón y Mouffe, 2015), lo que ha aportado la mediatización de la política, la *media focused society*, ha sido la estructura, el hecho de que la política sea un escenario narrativo en el que los discursos se hayan convertido en historias, que acaban por imponerse como centrales y son las que *generan relato*. La hegemonía, en resumen, se ha mediatizado, se ha acercado a estructuras narrativas de los medios y de la ficción. *La política no es más que un teatro, así que vamos a representar la mejor función de la ciudad*, decía Frank Underwood en la cuarta temporada de *House of Cards*. Y esto, entonces, hace que la ficción política entra en conflicto con la idea de ficción de Hamburger. Si la ficción política comparte con su realidad no solo las bases de la realidad que convierten a la ficción en ficción, sino también las estructuras, también el hecho de que las propias lógicas políticas mediáticas hayan provocado que no exista personaje político sin una narrativa que lo empuje, que lo genere – que no exista sujeto más allá de su objeto – ¿Qué diferencia la realidad política de la ficción política, si es que hay alguna diferencia entre ambas?

Ante esta duda que surge de realizar esta lectura de la ficción política, se puede recurrir a una respuesta que aporta la obra del filósofo norteamericano del lenguaje John Searle: un punto intermedio, *el discurso fictivo*. Para Searle, *el discurso fictivo se produce cuando el hablante meramente simula realizar actos*

del lenguaje, cosa que hace de manera clara, sin intención de engañar a nadie. Es decir, en los discursos fictivos, Searle encuentra una narrativa no-real, evidentemente, pero no encuentra la *ilusión de realidad*, sino que detecta una voluntad e incluso un afán episódico claro no en engañar, no en provocar ilusiones, sino en reflejar actos lingüísticos – activos, narrativos – reales, válidos en las estructuras de la realidad. Otros autores, como Greimas (1979) han tratado también esta relación en una clave parecida a la de Searle. define el pacto entre espectador y la ficción como “no solamente una representación *correcta* de la realidad socio-cultural, sino también un simulacro montado para hacer parecer verdad” (Greimas, 1979). Es decir, la narración parte de la realidad porque la representa fielmente, pero también porque rechaza tener estructuras diferentes a ella, porque *simula* ser realidad. Estos actos, los fictivos, de habla no se refieren únicamente al discurso, sino a todos los *objetos* de los que hablaba Hamburger. Se refieren al hecho de que todo el desarrollo narrativo que genera a los personajes – en tanto que hablamos de una forma de ficción – está construido para *ser verdad*, para compartir narrativa, lengua y estructura con la realidad que pretende representar – tanto es así que, tanto comparte esta ficción estructuras con su realidad que, como se ha dicho más arriba, no solo la realidad política genera marcos políticos en la ficción, sino que la ficción política ha sido capaz de generar marcos políticos en la realidad.’

Sobre esto, es posible aplicar teorías políticas y estructuras teóricas de la comunicación política como las descritas en las primeras páginas de este documento a procedimientos comunicativos ficticios, mucho más allá de la comparación. Las teorías planteadas son aplicables al estudio de la política ficticia en tanto que la relación entre la realidad que estudian estas teorías y la comunicación política real comparten herramientas narrativas, estructuras lingüísticas y discursivas. Por tanto, el hecho de no estar estudiando discursos puramente ficticios sino discursos fictivos permite aplicar a la ficción política las teorías que estudian la política real pues, si no comparten estructuras, las primeras son una mimesis de las segundas.

4.2. Contexto televisivo de las ficciones tratadas

La clave para entender el contexto televisivo en que se desarrollan las series analizadas en este trabajo la da, a grandes trazos, el autor norteamericano Jason Mittel en su artículo de 2006 *The Narrative Complexity in American Television* (Mittel, 2006). Según afirma Mittel, la evolución de la ficción y el entretenimiento en la televisión norteamericana la llevó, desde mediados de los años 90, a un nuevo espacio de creación y narración diferente a todo lo que la ficción televisiva había desarrollado hasta la fecha. La característica distintiva es la *complejidad narrativa*, el uso de narraciones no necesariamente lineales y no necesariamente episódicas para narrar historias que se desarrollen con más profundidad y mejores resultados al final (Mittel, 2006: 31). Sin embargo, Mittel no considera que la complejidad narrativa sea simplemente un giro barroco o profundo de la narrativa tradicional, o un uso de esta más trabajado o más fino, sino que lo considera un *narrational mode*, un modo narrativo en sí mismo. En este sentido, Mittel plantea lo siguiente: “La complejidad narrativa de la televisión se explica por una serie de facetas del *storytelling* televisivo que parecen únicamente preparados para el desarrollo de la narración televisiva y que separan a la televisión de la narración fílmica” (Mittel, 2006: 30), en la línea de su aproximación al estudio de los géneros televisivos, que, para el autor, “Debe ser aproximada, más allá de las especificidades del medio, en contra de algunas de las realidades establecidas del análisis tradicional de géneros” (Mittel, J. 2000) Este análisis lleva a Mittel a la siguiente conclusión sobre la ficción televisiva en el contexto de los años 90 hasta la actualidad: “La complejidad narrativa televisiva está suficientemente extendida en la cultura popular para considerar que la época que lleva de 1990 a la actualidad es la era de la complejidad televisiva”. (Mittel, 2006: 32). Desde 2006, sin embargo, se ha producido un cambio con respecto al análisis de Mittel, no tanto en cuanto a las características mismas de la ficción televisiva sino en cuanto a su impacto. Pese a que, en 2006, Nielsen establecía como una limitación de las series consideradas parte de la *tv complexity* que no son las más populares en los estudios de audiencia al estilo Nielsen Ratings, la revista digital Indiewire realizó a finales de 2016 un estudio sobre las principales agencias de rating de EEUU en la que varias series que podríamos considerar dentro del modelo de narrativa televisiva compleja se

situaban entre los primeros puestos; en este caso *The Walking Dead* (AMC, 2010 -), *Juego de Tronos* (Game of Thrones, HBO, 2011 -), *Empire* (FOX, 2015 -) y *Scandal* (NBC, 2012 -), estaban entre los 13 productos televisivos con más *rating points* en la lista.

Este concepto, esta visión de la complejidad narrativa como modo de narración que aporta Mittel está muy relacionada con el contexto televisivo en el que este nuevo paradigma de ficciones televisadas se desarrolla. Muchos autores, críticos y periodistas relacionados con la ficción televisiva hablan de la posibilidad de que estemos ante una *tercera era dorada de la televisión*. Esta tercera etapa gloriosa de la ficción televisiva habría dado comienzo a principios del siglo XX y tendría como pistoletazos de salida algunas de las ya clásicas producciones de la ficción norteamericana como *Los Soprano* (The Sopranos, HBO, 1999-2007) o *Bajo Escucha* (The Wire, HBO, 2002-2008).

Como plantea el analista de medios B.K. Marcus en un artículo para la *Foundation for Economic Education* (FEE), “en contraste con la época actual, la etapa que después se conoció como la Edad de Oro de la Televisión, a mediados del siglo pasado, estuvo principalmente marcada por la publicidad” (Marcus, 2013). Marcus mantiene que algunas de las características básicas de las ficciones centrales de esta tercera etapa son, de hecho, algunas de las que Mittel considera básicas para entender la *Narrative Complexity* como forma narrativa en sí. “Los dramas televisivos de la actualidad son piezas cinemáticas en sus valores de producción, editados con cuidado y generalmente seriales”. En contraste, las primeras edades doradas de la televisión se caracterizaban por “errores en la producción y la edición y la característica de que las historias estaban cerradas y se completaban en un solo episodio” (Marcus, 2013). Narrativa – tanto en el guion y la historia como en el apartado visual – cuidada y coherente contra descuidada y con errores, dramas seriales contra dramas procedimentales. La transición es, de hecho, bastante clara durante los primeros años de la llamada *Third Golden Age*, en la que se mantienen algunas de las características de lo viejo mientras lo nuevo se estabiliza. Series procedimentales, como *House* (House MD, FOX, 2004 - 2012) convivían con dramas con un formato serial mucho más claro como los producidos por la HBO. Incluso algunas de las series características de la transición hacia la era de oro,

como la propia *El Ala Oeste*, conservaban cierto carácter episódico correspondiente a su carácter profesional (Tous- Rovirosa, 2008) pese a la innovación que presentaba la serialidad narrativa de las temporadas.

El debate sobre el contexto televisivo actual, sin embargo, se ha visto reavivado por el impacto que las plataformas de *streaming* y video bajo demanda han tenido sobre la producción de ficción televisiva. Sam Thielman, analista televisivo del diario británico *The Guardian*, analizaba esta problemática en un artículo que tituló *Netflix and ill: Is the golden age of TV coming to an end?* El autor publicó la pieza justo después de uno de los momentos clave de las últimas temporadas en Netflix, el lanzamiento de la primera temporada de la miniserie *The Get Down* (Netflix, 2016) una serie cuyos costes de producción alcanzaron la elevada cifra de 120 millones de dólares. Ante el ascenso de estas plataformas, Thielman afirma que “las ejecutivas de las cadenas de televisión se están planteando recortar la inversión en ficción, hacer ficciones más cortas y capítulos y volver a recurrir a estrategias de marketing estilo *product placement* por las que los anunciantes pagan y que los espectadores odian” (Thielman, 2016). Es decir, renunciar a las principales características del *peak tv* – un concepto acuñado por John Landgraf, presidente del canal norteamericano FX, que se refiere a una etapa de máxima euforia en la producción de series, pero también a una suerte de burbuja de la ficción televisiva en la que es imposible abarcar todo el contenido de calidad que ofrece la TV – de la tercera edad de oro. Thielman plantea en su artículo una tendencia posible, pero contra la que también están combatiendo los principales canales de televisión. Cada vez más se dan los contratos de colaboración entre cadenas de televisión convencionales y servicios de *streaming*, pues las primeras prefieren mantener una producción de calidad a renunciar a ella por mantener el total de su marca. Algunas de las grandes operaciones son las coproducciones y colaboraciones de Netflix y la BBC – como *The Last Kingdom* (Netflix – BBC, 2015-2017), *Orphan Black* (BBC, 2013-) o *Sherlock* (BBC, 2013-), todas ellas series aclamadas por la crítica y que comparten características centrales del *peak tv* – o el reciente acuerdo de colaboración entre la propia Netflix y la cadena Sky para producir series en Reino Unido y Europa. El planteamiento más adecuado, por tanto, no es tanto pensar en que un cambio de formato como el que puede suponer la transición a las

plataformas de *Streaming* pueda acabar con el modelo del *peak tv*, si no las posibilidades técnicas y narrativas que modelos de negocio y producción como Netflix o Amazon Prime Video pueden aportar a los canales convencionales. De hecho, la primera cadena en unirse a la tendencia de los servicios de *streaming* fue la precursora del *peak tv*, HBO, con su servicio HBO Go. Esa operación es, como las otras mencionadas, una pista sobre hacia dónde va y cómo se va a desarrollar el mercado de la producción de ficción televisiva.

4.3. Retrospectiva histórica de la ficción política: del cine a la TV

4.3.1. Ficción política en el cine

La política, entendida como la gestión de las contradicciones sociales, la lucha por el sentido de las problemáticas y las soluciones en una sociedad (Errejón y Mouffe, 2015), ha sido un elemento consustancial a la ficción moderna. Sin querer entrar ahora en realizar una diacronía sobre la ficción política en la literatura, desde la novela decimonónica se puede encontrar la política como un elemento central de la narrativa de ficción – las novelas realistas y naturalistas sobre conflictos obreros como *Germinal* o una obra como *Los Miserables* están impregnadas de política en su narración.

El cine, por su parte, ha sido una plataforma constante durante todo el siglo XX para plasmar la vida política de una nación a través de todo tipo de arquetipos y de personajes, de toda índole, y con visiones y narrativas variadas – desde la parodia y la sátira hasta el drama político, más visceral y mucho más realista. La primera gran producción política que se puede encontrar en la historia del cine es *El nacimiento de una nación* (*The Birth of a Nation*, D.W. Griffith, 1915), que retrata el papel de Abraham Lincoln durante la Guerra de Secesión. Más adelante, otra de las primeras producciones que aparecen es *Caballero sin espada* (*Mr Smith Goes to Wahsington*, Frank Capra 1939), una película escrita por Sidney Buchanan y protagonizada por James Stewart y Jean Arthur. La historia está muy enmarcada en una difícil relación entre instituciones políticas y opinión pública en los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial. La ciudadanía veía las instituciones políticas como estructuras corruptas excesivamente burocratizadas que solo servían para obstaculizar cualquier cosa que quisiera hacer el hombre de a pie. En *Caballero sin espada*, Stewart interpreta a un ingenuo ciudadano que pretende ganarse un sitio en el Senado de los Estados

Unidos, y para ello debe enfrentarse al nepotismo, la corrupción, la negligencia y la apatía de políticos y funcionarios profesionales de la capital. Esta es una línea narrativa que comparten muchas ficciones de la época. Una de ellas fue *El Político* (*All the King's Men*, Robert Rossen, 1941). Esta cinta, protagonizada por Broderick Crawford – que ganó un Oscar por su papel – se estrenó en un contexto parecido al de *Caballero sin Espada*. La historia es similar: Willie Stark – el personaje al que interpreta Crawford – es un honrado político de un condado rural que comienza a ascender al poder político estatal. Sin embargo, a diferencia del papel de Stewart en el film de Capra, el personaje de Crawford pierde su moral y sus principios a medida que las instituciones le van corrompiendo, y termina por convertirse en un político corrupto y burócrata más. Una vez más, la estructura política real – o al menos su percepción popular – determina más que cualquier otra cosa la estructura narrativa de la ficción política.

Durante las siguientes décadas, el cine político se aleja de esta estructura narrativa y comienza a incluir historias y visiones diferentes. La institución se convierte en una localización más, en la que se pueden gestar desde asesinatos hasta guerras nucleares, incluso en clave cómica. Un momento clave – y como poco heterodoxo – para la ficción política y para su evolución es *¿Teléfono rojo? Volamos hacia Moscú* (*Dr. Strangelove, or: How I learned to stop worrying and love the bomb*, Stanley Kubrick, 1966). En esta película, protagonizada por Peter Sellers, se observa un acto de guerra, ordenado por error, que provocaría la guerra nuclear entre EE.UU y la URSS. La gran innovación que plantea *Teléfono Rojo* es una visión humana de la institucionalidad y sus ocupantes como torpes, negligentes, como un individuo que no sabe muy bien qué está ocurriendo a su alrededor y que, sin embargo, se ve obligado a solucionarlo. El carácter humorístico de la película elimina el halo que siempre había tenido en la gran pantalla la institución política – ya fuera como un elevado centro de poder o un nido de corrupción, siempre había sido algo lejano, no solo del pueblo, sino de sus formas, su lenguaje, sus costumbres y sus problemáticas. *Teléfono Rojo* baja, por así decirlo, a la institución política de su pedestal y la sitúa en una arena narrativa común, en la que, incluso desde una crítica evidente a su funcionamiento, se la trataba con el respeto de algo que está por encima de quien realiza, interpreta y observa la película. De hecho, el final que mantuvo la

película no es tan explícito en este sentido. Sin embargo, el final que ideó Kubrick al principio es mucho más explicativo de esta visión cómica, desde arriba, de las relaciones institucionales en clave geopolítica: Todos los presentes en la *War Room* acaban lanzándose tartas los unos a los otros, en una metáfora caricaturizada de las dinámicas geopolíticas bipolares de la guerra fría.

Los años 60 también vieron dos grandes acontecimientos que darían pie a numerosas producciones políticas: el asesinato de Kennedy y el caso Watergate. Dos años antes del magnicidio, se estrenaba *El Mensajero del Miedo* (*The Manchurian Candidate*, John Frankenheimer, 1962), una adaptación de la novela homónima de Richard Condon que protagonizarían Laurence Harvey y Frank Sinatra. En ella, un cruce de oscuros intereses políticos convierte a Harvey en un asesino y a Sinatra en su contraparte.

Casi una década después del asesinato de Kennedy, con las teorías oficiales apuntando hacia un asesino solitario, se estrena *Asesinos S.A.* (*The Parallax View*, Alan J. Pakula, 1974). La película la protagoniza Warren Beatty, y trata sobre un reportero que investiga el asesinato de un político, un senador, y acaba envuelto en una conspiración internacional planeada por empresas multinacionales, cargos políticos y agencias de seguridad federales. Pakula realiza esta película en clara respuesta a la teoría del asesino solitario que se había impuesto en los asesinatos de JFK y de Martin Luther King años antes, en un contexto comunicativo plagado de teoría de la conspiración que apuntaba hacia la CIA y el propio gobierno en ambos casos. El caso de Kennedy inspiró dos décadas después *JFK, Caso Abierto* (*JFK*, Oliver Stone, 1991) con un gran elenco que contaba con Kevin Costner, Joe Pesci o Tommy Lee Jones. En cuanto al caso Watergate, ha inspirado una gran cantidad de producciones de Hollywood – una de las principales y más recientes ha sido *Nixon* (Oliver Stone, 1995) protagonizada por Anthony Hopkins. La más destacada es seguramente *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*, Alan J. Pakula, 1975) protagonizada por Robert Redford y Dustin Hoffman, en el papel de los reporteros del Washington Post que, a través de las filtraciones de Garganta Profunda, descubrieron el escándalo de las grabaciones del Watergate.

Hasta la actualidad se ha producido muchas películas, que reflejaban diferentes casos y dinámicas de la institución política. Desde la sátira de *In The Loop*

(Armando Iannucci, 2009), la secuela de la serie de la BBC *The Thick of It*, al costumbrismo de *Viva la Libertà* (Roberto Andò, 2015), una película italiana en la que el jefe de la oposición le sustituye su hermano gemelo, un hombre sencillo del campo. Otro género recurrente en el cine político es el de los biopics como los de *Malcolm X* (Spike Lee, 1992), Jackie Kennedy en la reciente *Jackie* (Pablo Larraín, 2016) o Abraham Lincoln en *Lincoln* (Steven Spielberg, 2012). Quizás la obra más destacada del género en los últimos años haya sido *Los Idus de Marzo* (*The Ides of March*, George Clooney, 2011) dirigida y protagonizada por George Clooney, en el papel del gobernador Mike Morris, y con Ryan Gosling como su principal asesor de comunicación Stephen Meyers.

4.3.2. La ficción política en la televisión

Como se ha visto anteriormente, a lo largo de los muchos años en los que la ficción política ha estado presente en el cine, su carácter y sus representaciones han evolucionado desde una representación puramente profesional del desarrollo político – como en *Caballero sin espada* – a concebir las instituciones y la política como un espacio narrativo más, donde desarrollar personajes más allá de su actividad profesional, a partir de sus relaciones y su desarrollo interno – como en *Los idus de marzo*. La televisión, por su parte, no contó con tanto tiempo como el cine para cambiar las dinámicas de la representación política, ya que las primeras series políticas de cierto impacto – exceptuando, como se verá más adelante, *Vote, Vote, Vote for Nigel Barton* (BBC, 1964) – se produjeron a las puertas de la tercera edad de oro de la televisión, con lo que entraron en dinámicas de desarrollo de personajes más allá de su actividad profesional ya desde sus primeras representaciones – como en *A House of Cards Trilogy* o en la misma *El Ala Oeste*. Las condiciones para el triunfo de la ficción política en televisión son mucho más específicas, por el amplio espectro de espectadores – un espacio mucho más popular – y por la necesidad de despertar intereses inmediatos de audiencia para ser rentables, seguir en pantalla y desarrollar sus tramas. La primera mitad del siglo XX, incluso los primeros 70 u 80 años del siglo, están prácticamente vacíos en cuanto a la ficción política televisiva. El primer espacio de ficción política televisiva fueron las *Nigel Barton Plays*, dos capítulos semi autobiográficos escritos por el guionista Dennis Porter que BBC One emitió en 1965. En concreto, es la segunda *play*, titulada *Vote, Vote, Vote*

for *Nigel Barton* (BBC, 1965), (Tous-Rovirosa, 2017) la que más se acerca a lo que hoy conocemos como ficción política. En ella, el protagonista, Nigel Barton, después de su graduación en Oxford – esta historia se cuenta en la primera parte, *Stand Up, Nigel Barton* (BBC, 1965) – se encuentra, por circunstancias ajenas a sí mismo, en la carrera hacia la Cámara de los Comunes por parte del Partido Laborista. Igual que ocurría con el primer cine político de Hollywood, *Vote, Vote, Vote for Nigel Barton* está explicada en clave dramática, y refleja el proceso de entrada de un joven idealista a una institución política oscura, opaca y, en ocasiones, corrupta. La segunda vez que la propia BBC se interna en la ficción política televisiva es 15 años después, en 1980, con las tres temporadas de la comedia *Sí, Ministre* (Yes, Minister, BBC, 1980 – 1982) creada por Anthony Jay y Jonathan Lynn. En ella se narra la relación entre el nuevo ministro de Asuntos Administrativos del nuevo gobierno, llamado James Hacker (Paul Eddington) y los funcionarios y secretarios de su ministerio, que generalmente se opone a sus medidas. Años después, BBC One emite una secuela, *Sí, Primer Ministro* (Yes, Prime Minister, BBC One, 1986 – 1988) en la que Hacker es nombrado Primer Ministro y se encuentra con los mismos problemas con su gabinete y sus altos funcionarios. Como se dijo anteriormente, la apuesta por la comedia televisiva como mecanismo para encauzar la ficción política surge de una realidad política británica como la revolución conservadora, plagada de desconcierto, contradicciones y desafección con las estructuras políticas del país. Otra apuesta política de la televisión pública británica fue la conocida como *The House of Cards Trilogy* (BBC, 1990 – 1993). Esta serie, en clave dramática pero con un tono crítico que la convierte en una producción extremadamente cínica, está basada en la novela *The House of Cards*, escrita años antes por Sir Michael Dobbs, el que fuera asesor de la Primera Ministra Margaret Thatcher. La serie narra el proceso de ascenso y gestión del poder de Francis Urquhart – interpretado por Ian Richardson – un tótem del Partido Conservador que, al inicio de la serie, ocupa el cargo de *Chief Whip* – una figura clave del parlamentarismo anglosajón; se trata de un diputado, generalmente un veterano con mucho poder en el partido, encargado de impartir la disciplina de la organización entre los congresistas, controlar su voto, dirigir las negociaciones y, en general, controlar la representación del partido en el legislativo – del partido en la Cámara de los Comunes y que, a través de tretas e intrigas políticas y legales, acaba por

hacerse con el cargo de Primer Ministro, y se enfrenta a algunos poderes nacionales – entre ellos un ficticio rey de Inglaterra – para mantenerse y afianzar sus políticas. El éxito de *The House of Cards trilogy* se puede explicar como una variación de la vertiente cómica de la ficción política: la ridiculización de la política y su representación como un entorno retorcido y terrible son dos reacciones válidas a un entorno político convulso y contradictorio como el del Reino Unido de finales del s.XX. Años más tarde, en el panorama británico se puede desarrollar otras ficciones políticas destacadas, especialmente *The Thick of It*, una serie cómica que emitió la BBC de 2005 a 2012, en la que Peter Capaldi interpretaba a un jefe de prensa del Primer Ministro que dirige el gobierno con mano de hierro. También está presente también *Red Riding Trilogy*, una miniserie de la BBC protagonizada por Andrew Garfield que denuncia la política del gobierno de Thatcher.

La siguiente gran serie política se produce al otro lado del Atlántico. La emite la NBC a partir de 1999 y, en este caso, no se trata de una crítica cínica ni cómica, sino de una visión completamente utópica e idealizada de los liderazgos políticos y su entorno, y del funcionamiento de la institución política. *The West Wing*, creada por Aaron Sorkin y protagonizada por Martin Sheen en el papel del presidente Jed Butler, es una idealización – incluso una evolución progresista – de la administración Clinton, que estaba, en aquellos años, a punto de terminar. *The West Wing* es, quizás, de todas las anteriores, la más *profesionalizada*, es decir, la que más pretende reflejar fielmente el trabajo del gabinete del presidente de los EE.UU; su relación con la prensa o cómo elabora sus políticas. Precisamente por este acercamiento a la profesión política, la serie se convierte en un canon para las ficciones posteriores.

La producción norteamericana evoluciona, con el desarrollo político de su país, en base al *Efecto Sorkin* pero por caminos diferentes a la serie creada por el guionista para la NBC. Con esto, más adelante se crean series con tonos más críticos y menos idealizados tanto con el funcionamiento como con los personajes políticos. Ejemplos son *House of Cards*, protagonizada por Kevin Spacey y Robin Wright, basada en *A House of Cards Trilogy*, o *Scandal* creada por Shonda Rhimes y protagonizada por Kerry Washington.

En la Europa continental destaca por encima de todas la producción danesa *Borgen* (DDR1, 2010-2013). La serie gira alrededor de Birgitte Nyborg (Sidse Babett Knudsen), una líder liberal que se convierte en Primera Ministra del país, y cómo se desarrolla su política y su vida personal. Tiene un alto componente de análisis de relaciones entre actores políticos – instituciones entre sí, políticos y administraciones con la prensa... – como es característico de una serie enmarcada en un modelo comunicativo corporativo.

En cuanto a la Europa mediterránea, la corrupción es el *leit motiv* de sus principales series. En Francia destaca *Marseille* (Netflix, 2016), una producción protagonizada por Gerard Depardieu. El caso español tiene *Crematorio* (Canal Plus, 2011) que relata la corrupción del Partido Popular durante sus años de gobierno en el País Valencià. Por su parte, Sky Italia produjo dos grandes series, también sobre la corrupción: *Gomorra* (Sky Italia, 2014), basada en la novela homónima de Roberto Saviano y que narra la relación de la mafia con la política italiana; y *1992* (Mile Novecento Novanta Due, Sky Italia, 2015), que se desarrolla durante los hechos del caso *Tangentópolis*.

Todas estas series han representado a lo largo de las últimas décadas del s.XX y las primeras del XXI las tendencias de la ficción política televisiva, que, como ya se ha visto, dependen de los contextos político y comunicativo en que se desarrollen las series, que son modeladas y modelan la realidad política de su país.

5. Investigación de campo y resultados

En las próximas páginas se presentarán los resultados de la investigación, es decir, las respuestas a las diferentes preguntas planteadas en las fichas de análisis presentadas anteriormente. Este apartado no es simplemente un capítulo descriptivo, ya que, así como las preguntas, las respuestas y los resultados están relacionados directamente con las preguntas del trabajo, las hipótesis y las teorías recogidas en el marco teórico. El orden de la exposición de los resultados de las diferentes series es cronológico, es decir, de la serie más antigua a la más moderna. Por lo tanto, la primera presentación será la de los resultados obtenidos del análisis de la primera temporada de *El Ala Oeste* (1999 – 2006), seguida por *The Thick of It* (2004 – 2007), *Borgen* (2010 – 2013), *Crematorio* (2011) y, finalmente, *House of Cards* (2013 –). Esta selección de formato de exposición responde a la necesidad de observar la evolución temporal tanto de medios como de instituciones y personajes en las diferentes series. Es decir, este orden ayudará a observar aquellas características de los diferentes factores que se relacionen con la evolución real de la comunicación, la política y la comunicación política en las sociedades en las que se desarrollan las diferentes series. La excepción a esta regla sería seguramente *Crematorio*, una serie excepcional en un sistema mediático y político excepcional, como se comprobará más adelante. Dentro de cada uno de los apartados dedicados a cada serie, el orden del análisis de los diferentes factores será el mismo que el expuesto en la metodología y las fichas, es decir, Medios de Comunicación, Instituciones políticas y Personajes.

Antes de introducir el análisis de los resultados de cada serie, en cada apartado se presentarán, de forma resumida, los resultados de las fichas de análisis⁴. En este anexo se encuentran tanto las fichas de cada capítulo de todas las temporadas analizadas como una ficha de vaciado de resultados, donde se encuentran los recuentos por cada ítem de las fichas de cada una de las series.

⁴ Véanse anexos 1 y 2

5.1. *El ala oeste*. La primera representación.

La presencia mediática es constante en *El Ala Oeste*. Los medios de comunicación, sin embargo, tiene, en la mayoría de capítulos, poca influencia en las instituciones, ya que las reacciones mediáticas no afectan demasiado a las decisiones de la administración durante la primera temporada. En cuanto a su cometido principal, se pueden observar dos tendencias durante la temporada: la información política con baja carga discursiva y, en ocasiones, la transmisión de noticias no relacionadas con el ámbito político. Los medios, sin embargo, son los principales creadores de la opinión pública en *El Ala Oeste*, y, ante esta capacidad, la institución solo intenta reaccionar a sus informaciones. La tendencia mayoritaria en la temporada analizada es que las instituciones influyan poco o nada en las dinámicas mediáticas, aunque se pueden observar excepciones que se comentarán más adelante.

En cuanto al funcionamiento institucional, éste está tratado con una perspectiva utópica en todos los episodios de la temporada, mostrando una administración ideal. Los principales interlocutores políticos de los protagonistas son los propios actores políticos y sociales, y no los medios de comunicación. Cabe destacar que las instituciones tienen un papel político muy importante – no toda la actividad política se desarrolla en los medios – pero en última instancia, muy mediada de cara a la opinión pública.

Los personajes, igual que las instituciones, están tratados en todos los episodios con un carácter utópico, idealizado. En el caso del líder, el presidente Bartlet, es una figura con una alta importancia mediática en casi todos los episodios, aunque los medios tengan poco que ver con la construcción de su liderazgo – que se plantea más ligado a las políticas de la propia administración. El tratamiento del equipo de Bartlet es también muy utópico, especialmente el de los asesores de comunicación, que son, además, muy fieles políticamente al presidente. La vida privada de los personajes influye poco en su personaje político, aunque la serie tiende a utilizarla para introducir disfunciones políticas en la mayoría de episodios de la temporada.

5.1.1. Los medios de comunicación en *El Ala Oeste*.

Los medios de comunicación en *El Ala Oeste de la Casa Blanca* aparecen en prácticamente todos los episodios de la temporada analizada, cosa que confirma que la serie representa un entorno político **mediado** en el que los medios están presentes en la actividad política diaria. Sin embargo, el foco que se pone sobre ellos y el modo en que intervienen en el desarrollo narrativo de la serie denota que son un **actor secundario** en la actividad institucional. El funcionamiento político correcto, virtuoso, aparece siempre fuera del foco de los medios – como en el ya mencionado episodio 1.6, en el que Toby Ziegler (Richard Schiff) negocia con un congresista sustituto sus votos sobre una nueva legislación económica – mientras que **las injerencias mediáticas en el funcionamiento institucional suelen ir acompañadas de malas noticias**, disfunciones o malas prácticas – un ejemplo claro aparece en el *Dejad que Bartlet sea Bartlet* (Let Bartlet be Bartlet, 1.19), en el que Danny Concannon (Timothy Busfield), reportero del *New York Times*, se hace con un informe crítico con el presidente, lo que genera una crisis comunicativa. Esta dualidad entre el papel de la institución y el de los medios se corresponde con la tensión que plantea Thomas Meyer (2002: 61): “Cuaquiera que sea el código que la lógica mediática intente imponer a los eventos políticos (...) son los eventos políticos en sí mismos los que acaban definiendo el producto mediático final”. Es decir, un modelo, que John Street llama *constructivismo pospuesto* (2005), en que la **política adopta lógicas mediáticas para tener presencia pero que continúa teniendo un funcionamiento propio**, institucional, interno, separado de la arena mediática – véase capítulo 5.1.2, *Las instituciones en El Ala Oeste*.

La relación de las lógicas mediáticas con el funcionamiento institucional está representada en gran medida por el personaje de Claudia Jean *CJ* Cregg (Alisson Jenney) pese a que, al ser un gabinete de comunicación, las lógicas mediáticas recorran de una u otra forma a todos los personajes – como en *La Cena de Estado* (The State Dinner, 1.7), cuando Ziegler y Sam Seaborn (Rob Lowe), los dos asesores de comunicación del presidente, idean su discurso, pose y apariencia para que su discurso en un evento oficial tenga el máximo impacto mediático positivo sobre su figura. Cregg mantiene una relación cercana con la prensa, con ruedas de prensa y encuentros informativos en prácticamente cada

capítulo de la temporada analizada. Es, además, la encargada de realizar el control de daños ante posibles crisis comunicativas, tanto ante declaraciones de miembros de la administración – como en *Post Hoc, ergo Propter Hoc* (1.2), cuando debe enfrentarse al vicepresidente por unas declaraciones dañinas contra el presidente – como ante descubrimientos de la prensa – como en *Enemigos* (Enemies, 1.8), en que debe convencer a Concannon de que abandone una historia sobre la mala relación entre Bartlet y su vicepresidente; o en *Una respuesta proporcional* (A Proportional Response, 1.3), en que negocia con el reportero del Times para que deje correr una historia sobre Sam Seaborn, que tiene una relación con una prostituta de alto *standing*. Una vez más, los **medios únicamente aparecen para abrir crisis comunicativas**, generalmente de carácter personal, ligadas a algún miembro del gabinete.

Sin embargo, pese a su importancia en el campo mediático, Cregg aparece en ocasiones excluida de las decisiones políticas, como una suerte de representación de cómo **las lógicas mediáticas y las políticas institucionales funcionan por caminos paralelos pero diferentes**. Un ejemplo, en clave cómica, aparece en el 1.6, *El Señor Willis de Ohio*. En él, CJ conversa con Seaborn sobre el censo poblacional para una nueva legislación.⁵

Otro ejemplo de este fenómeno se da en *Lord John Marbury* (1.11), en el que el gabinete se reúne en el Despacho Oval para discutir la reacción del país a un inminente enfrentamiento entre India y Pakistán, de la que CJ queda excluida, con lo que queda en evidencia ante los medios al no saber de la existencia de este foco de tensión.

Cabe destacar que las explicaciones de legislaciones y funcionamientos institucionales o geopolíticos como las identificadas anteriormente responden también a lo que Tous-Rovirosa identifica como un “carácter pedagógico” (Tous-Rovirosa, 2008). La autora destaca la importancia de los censos y los procesos electorales en la serie en oposición a las elecciones de 2001 y los problemas con el censo electoral y el recuento de votos que llevaron a la victoria del presidente Bush.

⁵ Véase anexo 4.1

Pese a esta separación entre el poder institucional y la arena mediática, Sorkin concede en *El Ala Oeste* buena parte **del protagonismo en la creación de discurso político a los medios de comunicación**, especialmente en la creación de opinión pública. Una vez más, esto se ve reflejado en el personaje de CJ en varias ocasiones. La más clara, en *Mentiras, malditas mentiras y estadísticas* (Lies, damned lies and statistics, 1.21), cuando unas encuestas de popularidad del presidente están a punto de salir. En ese momento, los miembros del gabinete apuestan porque la popularidad del presidente se mantendrá. CJ, sin embargo, hace una lectura en clave mediática, y afirma que la aceptación de Bartlet crecerá cinco puntos, previsión que acaba por hacerse realidad.

La serie es, sin embargo, muy **crítica con la tendencia mediática de la banalización y la estetización del mensaje** en los medios – muy en relación con la “secularización, estetización y tendencia performativa” del discurso político en una sociedad mediatizada que describían Blumler y Kavanaagh (1999). El ejemplo más claro de este rechazo aparece en el mencionado anteriormente episodio 1.7. En él, CJ se reúne con los medios antes de la cena oficial del presidente Bartlet con el primer ministro de Indonesia, y éstos solo le preguntan por la ropa que llevarán las primeras damas, sus complementos y la estética de la gala.⁶

En este diálogo, en clave cómica, Cregg representa el **rechazo al impacto, la inmediatez y la imposición de lógicas mediáticas** – estéticas, seculares, poco políticas – sobre la actividad política en sí misma. En esta escena ocurre lo contrario a lo que planteaba Meyer: los acontecimientos políticos – el acuerdo nuclear que menciona Cregg – se ven superados por la lógica mediática – el impacto y la banalidad de las elecciones en moda de las primeras damas. Sorkin critica, a través de Cregg, a la prensa por intentar imponer sus intereses estéticos a los procesos políticos e institucionales, cosa que, una vez más, **confirma que es posible aplicar el modelo** del *constructivismo pospuesto* de Street (2005: 26) a la relación prensa-institución en *El Ala Oeste*.

⁶ Véase anexo 4.2

5.1.2. Las instituciones en *El Ala Oeste*. El gobierno ideal; la oposición mediatizada.

Antes de adentrarse en la comunicación política de las instituciones en *El Ala Oeste*, hace falta observar cómo define Sorkin la institucionalidad y su funcionamiento en la serie de la NBC. Enric Ros (2015) define la administración que crea Sorkin como *Neowilsoniana*, una administración que gobierna el día a día, con relativa sencillez y normalidad pese al alcance político de sus decisiones – frente a la administración “hobbesiana”, el gran estado siniestro y casi autoritario como representación del poder político (Ros, 2015). Como se ha mostrado anteriormente, Sorkin destaca **la brillantez de la administración Bartlet** a través de contrapuntos narrativos, que son, generalmente, los rivales internos del presidente en el Partido Demócrata y sus rivales electorales Republicanos. Sorkin concreta esta tensión narrativa a través, igual que parte de su crítica a los medios – ver en 5.1.1 – a través de actuaciones que provocan crisis comunicativas de carácter personal que afectan a uno o más miembros del gabinete. Igual que en el caso mediático, esto se debe a la **concepción institucional de la política** de *El Ala Oeste*. Mientras que la institución limpia y virtuosa – la administración Bartlet, la muestra de cómo debe ser una administración ideal – negocia en el parlamento y hace política en las instituciones relacionándose con sus opositores y aliados, con empresas y sindicatos – como en La Cena de Estado (*The State Dinner*, 1.7), en que el gabinete se reúne con patronal y sindicatos para evitar una huelga de transportes – sus rivales, sus antagonistas narrativos y morales, utilizan el discurso mediático para hacer daño a los miembros del gabinete, siempre en clave personal.

La tensión narrativa principal en este aspecto se da en la primera temporada entre el jefe de gabinete del presidente Bartlet, Leo McGarry (John Spencer) y el congresista republicano Peter Lillienfield (Holmes Osborne). Lillienfield destapa ante los medios un informe que prueba que miembros del gabinete consumen drogas en el episodio *La lista final* (*The Shortlist*, 1.9) – cosa que en la serie se plantea como una suerte de golpe bajo, un intento de acabar con la estabilidad de la administración atacando personalmente a sus miembros. Más tarde se revela que el adicto es McGarry, que resuelve la situación capítulos más adelante – en el episodio *Sacar la basura* (*Take Out the Trash Day*, 1.13) – a través de una declaración oficial y una comisión del congreso que resuelve su futuro y

decide que conserve su cargo. Es decir, el rival plantea una batalla mediática para hacer lo que Sorkin muestra como una *guerra sucia* personal contra la administración, pero el héroe – McGarry, en este caso – recurre a los mecanismos institucionales para solucionarlo, y acaba saliendo airoso y derrotando al antagonista. Mediante esta fórmula, Sorkin plantea la mediatización – el mensaje estético, impactante, inmediato y fácil contra la política institucional – como algo deleznable **ante la pureza de los mecanismos institucionales** debidamente mediados pero independientes de las lógicas de la arena mediática, confirmando una vez más su tendencia hacia la institucionalidad y el carácter *constructivista pospuesto* (Street, 2005: 26) de la serie de la NBC. Tous-Rovirosa identifica, en este caso, esta condena al uso político de la vida privada de los líderes en un rechazo a las campañas contra el presidente Clinton dirigidas por el fiscal Kenneth Starr. Según la autora “Lillienfield, igual que Starr, provoca antipatía y va a la caza y captura de su objetivo” (Tous-Rovirosa, 2008: 346). Este **rechazo, por tanto, a la politización de la vida privada** tiene cierto origen ideológico en el apoyo de Sorkin al partido demócrata a través de la condena de la *persecución* contra Clinton por parte del fiscal Starr.

Esta virtud institucional que muestra la administración Bartlet es, sin embargo, poco más que una utopía. Tal y como plantean Moreno y Colomé (2012: 259), “si algo se le puede achacar a *El Ala Oeste* es la excesiva perfección apolínea de la administración”. En *El Ala Oeste* no solo los personajes son virtuosos, sino que las propias dinámicas institucionales son virtuosas, e incluso pulen algunos dilemas morales de los miembros del gabinete, al contrario de lo que plantea Max Weber en *La Política como vocación* (1919)⁷ – citado en Moreno y Colomé (2012: 259) – : “quien se mete en política (...) ha sellado un pacto con el diablo, de tal modo que ya no es cierto que en su actividad lo bueno produzca bien y lo malo produzca mal, sino normalmente lo contrario”. Un ejemplo de este carácter *pedagógico* de las instituciones en *El Ala Oeste* está en el citado episodio 1.3,

⁷ Esta referencia no cuenta con páginas de referencia ya que está extraída de la obra de otro autor que no refiere las páginas en su texto

en el que el presidente se debate entre una respuesta proporcional o una ejemplar ante un ataque sirio contra un avión militar estadounidense.⁸

McGarry representa aquí una institucionalidad democrática que, como se ha dicho anteriormente, **forma moralmente a los que entran en ella**, al contrario de lo que plantea Weber. Moreno y Colomé (2012: 260) entienden que esta representación “edulcorada” de la política responde a la necesidad de crear “un contrapunto necesario con el exceso de cinismo de la administración Bush”, que comenzó durante la segunda temporada de la serie, aunque ya desde su primera temporada, como se observa anteriormente, *El Ala Oeste* da esta visión del funcionamiento institucional.

5.1.3. Los personajes en *El Ala Oeste*.

Como el resto de aspectos estudiados en el análisis de *El Ala Oeste*, la introducción de la vida personal de los personajes se corresponde con el modelo de instituciones y de comunicación política que elige mostrar Sorkin en su serie. En términos narrativos, o bien **los personajes aislan la vida personal de la profesional**, o bien sus problemas personales **son entendidos como disfunciones puntuales que pueden hacer daño a la institución**. Es decir, no se entiende la vida privada de los personajes como un hilo narrativo más, sino como fuente de giros e hilos argumentales generalmente negativos que puedan tensar la actividad política. Una vez más, este planteamiento de Sorkin de separar las narrativas personal y profesional en los personajes y de solo hacerlas converger cuando estas significan una disfunción en la actividad institucional de la administración puede ser leído en clave comunicativa siguiendo una vez más los planteamientos de Thomas Meyer (2002). La serie de la NBC muestra una vida institucional profundamente política, mientras que relega la vida personal a un plano secundario que, cuando penetra en la vida política de los protagonistas lo hace como parte de estrategias comunicativas – moralmente tachables – de los rivales políticos del presidente. Por lo tanto, se puede observar una correlación entre las elecciones narrativas y de guión y las posiciones políticas y comunicativas de la serie: En una época de transición entre las series profesionales episódicas y los formatos seriales, *El Ala Oeste* se desarrolla en

⁸ Véase anexo 4.3

paralelo en esta tensión. La política es la trama principal y se desarrolla en las instituciones, conservando el carácter episódico de los procesos políticos institucionales que comienzan y acaban en el mismo episodio, generalmente. Las tramas secundarias, que se alejan de la temática central y se adentran en el campo personal, abandonan el carácter episódico y le dan a *El Ala Oeste* un carácter serial. El doble desarrollo corresponde, por tanto, a una decisión narrativa propia de la época en que se desarrolla la serie y que, además, viene definida por la visión del funcionamiento institucional que aporta *El Ala Oeste* que, como se dice anteriormente, se corresponde con la visión de Meyer (2002). Un ejemplo claro es el caso de McGarry expuesto anteriormente, pero también en el de Seaborn, que, en *Condenas Mínimas Obligatorias* (Mandatory Minimums, 1.20) ve cómo sus rivales intentan acercarse a él para obtener más información sobre su relación con la prostituta Laurie (Lisa Edelstein) para publicarla y dañar al presidente. Una vez más, está presente, como se ve, el enfrentamiento entre la administración virtuosa que usa mecanismos institucionales y la oposición inmoral que se adentra en la arena mediática.

Cuando la vida privada de los personajes no puede interferir con su actividad política – porque no puede ser utilizada por la oposición como arma arrojada mediática – simplemente se desarrolla en paralelo a la actividad institucional, sin afectarla. Esta dinámica se observa en varios personajes, como en el mencionado 1.20, en el que el hermano de Ziegler está en una misión espacial fallida, o cuando se muestra la relación entre Cregg y Concannon (1.19, por ejemplo). También Josh Lyman tiene un *affair* personal que simplemente se desarrolla en paralelo a su actividad mediática: su relación con la asesora demócrata Joey Lucas (Marlee Matlin) en *20 horas en Los Ángeles* (20 Hours in L.A., 1.16).

En cuanto a personajes, un punto clave para entender la visión de Sorkin sobre el funcionamiento de la comunicación política está en los *spin doctors* del presidente. Lejos de pensar a los directores de comunicación como simples profesionales del marketing que venden discursos políticos, *El Ala Oeste* muestra a unos *spin doctors políticos* y no *mercantiles* – que generan discurso político también a partir de su ideología, y no entienden su profesión como puro marketing – que trabajan para un político porque comulgan con sus ideas y que

son fieles a sus propuestas políticas y legislativas. Es decir, Sorkin entiende la comunicación política, una vez más, como un procedimiento principalmente institucional, político, que funciona por cauces institucionales más que por la arena mediática y que, volviendo a Meyer, está más definido por los acontecimientos políticos que por las lógicas mediáticas.

Toby Ziegler da buena cuenta de ello en el citado episodio 1.4, en que discute constantemente con el presidente sobre su legislación armamentística – un fenómeno recurrente durante la serie. También Seaborn, en el episodio 1.11, muestra la visión idílica del *spin doctor* cuando se enfrenta Mandy Hampton (Moir Kelly), la asesora externa del presidente, porque quiere trabajar también para un congresista republicano liberal, ya que lo ve como un acto de hipocresía política. Estos casos muestran el componente institucional y político de la función de *spin doctor* en *El Ala Oeste*, que se corresponde con la visión de Meyer (2002) de una política que se resiste a que los medios le impongan sus lógicas y estructuras y que sigue funcionando por sus cauces naturales, las instituciones, e imponiendo su relato sobre los productos mediáticos.

5.2. *The Thick of It*. La transición.

La británica *The Thick of It*, como se ha dicho anteriormente, es una suerte de continuación, reinterpretación, si se quiere, de las series de los años 80 *Sí, Ministro* y *Sí, Primer Ministro*. En estas, el funcionariado público es el que verdaderamente controla las instituciones políticas por encima de unos políticos electos ineptos y que solo piensan en la reelección. En la primera, es un *spin doctor*, Malcolm Tucker (Peter Capaldi) el que lo hace. Guillermo López García, en su capítulo dedicado a la serie en *La política en la series de televisión: Del cinismo a la utopía*, que el paso de funcionario a director de comunicación tiene un peso mayúsculo en la interpretación de la función política, ya que denota el paso de la política luchada en la arena institucional – donde el funcionario domina – a la batalla política en la arena mediática. (López García, 2015). Con este análisis se intentará concretar qué características de la institución, los medios y los personajes tienen relación con esta transición que establece López García.

Los medios de comunicación en la primera temporada de *The Thick of It* están presentes en todos los episodios. Aunque su presencia en pantalla es escasa, son los encargados de generar el discurso de la opinión pública en todos los capítulos de la temporada, y es por eso que la importancia en todos ellos es media o alta. El funcionamiento mediático influye, además, en cada episodio en el comportamiento y las decisiones de las instituciones. Por todo esto, en todos los episodios de la temporada, el mecanismo de creación de opinión pública es discursivo, ya que, al estar la institución obligada a adaptarse a las lógicas mediáticas, no se puede hablar de diálogo entre ambos.

En cuanto a las instituciones, están planteadas en clave cómica, pero también cínica, ya que son un fin en sí mismo para los políticos. En todos los episodios, las instituciones tratan de influir en los medios o bien imponiéndose o bien tratando de plantear alternativas discursivas a las de la esfera mediática. Esto provoca que, en la primera temporada de la serie, el interlocutor principal al que va dirigida la actividad política sean los propios medios de comunicación.

Por su parte, los personajes, al igual que las instituciones, están planteados en clave cómica, pero con mucho cinismo. La influencia de los medios en la construcción de los liderazgos políticos es alta a lo largo de toda la temporada,

aunque el peso mediático del político protagonista sea más bien medio o bajo en todos los episodios – excepto en el tercero, por un caso que se comentará más adelante. El *spin doctor* es, de hecho, el personaje central de la temporada, y su tratamiento es profundamente cínico en todos los capítulos. Los periodistas, por su parte, tienen un papel más bien secundario, pero también se los dibuja como profesionales cínicos dedicados a la venta y a conseguir mayores audiencias.

En cuanto a la vida privada de los políticos, en la primera temporada de *The Thick of It* está generalmente apartada de las arenas institucional y mediática, pero en ocasiones tiene una influencia alta tanto como disfunción como para generar discurso alrededor de un político en concreto.

5.2.1. Los medios en *The Thick of It*. El interlocutor y el enemigo.

La presencia narrativa de los medios de comunicación en la serie de Armando Iannucci está definida desde el primer episodio con mucha vehemencia. Los medios de comunicación en *The Thick of It* son el **generador de discurso**, de opinión. La creación y la construcción de la opinión pública en la serie son completamente patrimonio de los medios de comunicación, de cómo reflejan a las instituciones, sus actuaciones y a los representantes electos. En esta clave, durante la primera temporada de la serie, **la influencia de los medios de comunicación en las instituciones políticas es altísima**, ya que éstas deben actuar siempre pensando en cómo aquellas lo reflejarán; deben **modelar sus actitudes, sus discursos y su apariencia de tal forma que los medios de comunicación, al referirse a ellos, los coonstruyan de la mejor manera posible**, ya que, mucho más que la legislación y la actividad institucional, lo que garantizará o no a los representantes políticos el favor de la opinión pública será su **representación mediática**. Tal y como lo plantea López García, “cada medida está inevitablemente configurada en relación a la repercusión mediática que puedan tener” (López García, 2015: 140).

Es por ello que **los medios son a la vez un interlocutor básico y un enemigo mortal** para los *spin doctors* y los representantes públicos en *The Thick of It*. La interpretación que un medio haga de su presencia, sus políticas o su retórica les dará o les quitará cientos, o miles de votos en las siguientes elecciones. Un ejemplo de la influencia de los medios en la institución y de cómo su discurso

modela la actividad política está en el primer episodio de la primera temporada (*Series 1 – Episode 1, 1.1*) en que el secretario de asuntos sociales Hugh Abbott (Chris Langam) debe cambiar de opinión sobre una ley varias veces por orden de Tucker, que malinterpreta la posición de los medios y el primer ministro sobre el texto legal. A lo largo del episodio se observa cómo el *spin doctor* personal del secretario, Ollie Reeder (Chris Addison) **no interviene en la modulación de la legislación** para mejorarla o para hacer correcciones políticas, sino que se limita a ponerse en contacto de inmediato con medios afines para vender la historia de la ley, sus puntos fuertes, para que sean los más destacados de cara a la opinión pública. Esta concepción de **la política como actividad mediática** se contrapone a la representación de *Sí, Ministre* (1980 – 1982), en que es el funcionario el que domina la construcción política, y por tanto son los técnicos de la propia actividad institucional los que la controlan. La actividad institucional de *The Thick of It* sigue el ejemplo de autores como Roderick Hart (1999), que leen cambios estructurales en el funcionamiento de la política en sí misma, no solo en el de la comunicación política. En su lectura de estos autores, que define como *constructivistas*, Street afirma que “no solo hay un cambio en cómo la política comunica, sino en las estructuras mismas de la política como reino de actividad” (2005: 26).

En este mismo episodio, se observa cómo la institución se ve obligada a usar todo su poder **para influir sobre el discurso mediático. La influencia de la institución sobre los medios** es una medida desesperada, pero que aparece en ocasiones en la serie a la hora de solucionar crisis comunicativas. En el episodio 1.1, cuando una periodista quiere publicar una historia sobre los cambios de opinión del ministro sobre una ley, Malcolm Tucker llega a amenazarla.⁹

Esta escena es un ejemplo del carácter cínico que *The Thick of It* imprime sobre el oficio de *spin doctor* y sobre Tucker en concreto. Sin embargo, también es una prueba de lo poderoso que es el discurso mediático en la serie y la enorme **influencia de los medios sobre las instituciones**. Tanto es así que un asesor principal del primer ministro debe amenazar a una redactora para que no publique una historia que dejaría en mal lugar a un miembro *junior* del gabinete,

⁹ Véase anexo 4.4.

para intentar influir sobre los medios y apropiarse de la arena mediática, como ocurre en el episodio 1.3.

5.2.2. Las instituciones en *The Thick of It*.

En un entorno tan mediatizado como el de *The Thick of It*, en el que el funcionamiento institucional está **completamente definido por las repercusiones mediáticas** de cada acción y qué discurso transmiten éstas a la opinión pública, el funcionamiento político institucional clásico – las negociaciones legislativas, el trabajo político en general – pierde mucha importancia. **En clave cómica**, *The Thick of It* representa unos políticos impotentes ante la construcción de opinión pública y que dedican mucho más tiempo **a dirigirse a los medios** que a legislar o a acercarse a sus votantes. Tal y como afirma López García, la serie muestra unos representantes públicos “sin ningún tipo de agenda política, sin ideología (...) la sustancia del mensaje no existe; es solo una excusa para perfilar mejor una determinada imagen ante los medios” (López García, 2015: 145). En el episodio 1.1, cuando Abbott se ve obligado a retirar por primera vez la propuesta de ley y tiene que dar una conferencia de prensa sin tema, se plantea, en clave cómica, esta crítica a la institución mediatizada.¹⁰

Esta escena muestra perfectamente la situación que describe la serie y cómo la misma se posiciona ante ella. *The Thick of It* describe una política mediatizada en que **las instituciones trabajan en clave mediática y los políticos tienen como interlocutor único a los medios**, ya que son estos, y no la actividad institucional y política, **los que acabarán por definir la opinión que los ciudadanos tienen de ellos**.

La acción política – en tanto que, como decía López García, no es una acción ideológica o institucional, sino simplemente discursiva y comunicativa (López García, 2015) – está **altamente influida por los *spin doctors***, que tienen un gran peso en la toma de decisiones. La **representación del asesor de comunicación es, además, enormemente cínica**, y la serie entiende el discurso político como una mercancía que publicitar y vender.¹¹

¹⁰ Véase anexo 4.5.

¹¹ Véase anexo 4.6

Ante esta representación de los asesores de comunicación y de la comunicación política, Ianucci plantea un contrapunto cómico en la funcionaria del ministerio Terri Coverley (Joanna Scanlan), que, durante la primera temporada, aparece representada como una suerte de *voz de la razón* ante las estrategias mediáticas de Abbott y Tucker, que nunca acaban de contar con ella para la toma de decisiones. Este contrapunto deja entrever cuál es la crítica de la serie a la mediatización de la política. “El recurso narrativo más habitual de la serie es este: alguien, generalmente el ministro, quiere presentar una nueva iniciativa, o hace unas declaraciones (...) en el camino aparecen toda una serie de inconvenientes añadidos que generalmente provienen de Malcolm Tucker (...) que obliga a rectificar al ministro y a su equipo (...) las rectificaciones e suceden y se embrolla más y más (...) y las culpas acaban recayendo en los asesores del ministro” (López García, 2015: 146). Es decir, *The Thick of It* muestra **unas instituciones poco competentes** que tratan de funcionar y relacionarse con los medios, y es la entrada del *spin doctor* omnipotente lo que genera los enredos, los malentendidos y los gags de la serie que acaban, precisamente, por dejar en mal lugar al ministro. En contra del *spin doctor*, está la funcionaria del ministerio, que plantea hojas de ruta racionales que son rechazadas por no estar planteadas en clave mediática. La mediatización deja a un lado el funcionamiento institucional y acaba por dejar en mal lugar a políticos e instituciones, que se mantienen en sus estrategias mediáticas y rechazan actuar dentro de las propias instituciones porque eso *no da votos*. No hay política institucional en el sentido de que no existen procesos políticos que no se diriman en la arena mediática, que no estén dirigidos al discurso mediático. Las legislaciones no se valoran según su eficacia, sino según en qué lugar dejan al ministro que las propone – como en el episodio 1.1 antes descrito, o en el 1.2, en que Abbott plantea una legislación para evitar el fracaso escolar y los medios solo se hacen eco de los *focus groups* constantes a los que recurre para desarrollarla.

5.2.3. Los personajes en *The Thick of It*. Cinismo y avaricia.

Pese a que, al ser una sátira, *The Thick of It* plantea a todos **sus personajes en clave cómica**, la carga de cinismo es enorme a lo largo de toda la serie, en sentidos diferentes para *spin doctors* y políticos. Los representantes públicos, por un lado, se mueven “no determinados por el interés público ni por adoptar

decisiones relevantes(...) sino que el puesto es un fin en sí mismo”. Es decir, la institución sirve como fin a unos políticos profesionales que se mueven simplemente por el interés de mantener su puesto. Este interés aparece en el episodio 1.3 (*Season 1 – Episode 3*) de la serie, en que la prensa acusa a Abbott de tener un piso a cuenta del gobierno que no usa y, por ello, Tucker le plantea que dimita.¹²

Esta escena muestra cómo Tucker entiende que el interés único de Abbott es tener un cargo, y le ofrece la posibilidad de conseguir otro ministerio en la siguiente rotación. Es, además, una muestra más del **cinismo** que la serie otorga a los asesores de comunicación, ya que a Tucker no le interesa que el ministro pueda haber cometido una irregularidad con su piso en Londres, sino únicamente cuál va a ser la exposición mediática, que discurso va a generar la actuación del ministro y cómo afectará a la opinión pública. En este sentido, Tucker es la representación de la crítica antes planteada: El asesor todopoderoso, cínico, que solo piensa en las lógicas mediáticas, en el discurso y en el impacto que puedan tener sobre la opinión pública las diferentes actuaciones políticas. El *spin doctor*, ninguno de ellos, de hecho, **tiene ningún papel legislativo, político** – no negocian con la oposición, no plantean reformas a las leyes propuestas por los ministros – sino que simplemente se dedican a modular la estética, la apariencia y el discurso.

En cuanto a la vida privada de los personajes, **esta se entiende solo como construcción discursiva**. En 1.3, cuando se destapa la crisis de Abbott y su piso, no se plantea como una disfunción, o un caso de corrupción. Los medios de comunicación lo plantean en clave de construcción discursiva, y colocan a Abbott como un hipócrita que en público defiende el derecho a la vivienda pero en privado la utiliza a placer. La vida privada del ministro es, por tanto, **un método de construcción del personaje político más**, a través del cual criticarlo o encumbrarlo. Cuando Tucker, en 1.3, propone dimitir a Abbott, en esencia le está diciendo que plantee un discurso alternativo al de los medios: ante la acusación de hipocresía y engaño, dimitir le daría el control de una narrativa que lo colocaría como víctima del acoso de los medios sin haber

¹² Véase anexo 4.7

cometido crimen ni irregularidad alguna. Por tanto, se observa cómo cada actuación de los representantes políticos se utiliza en lógica mediática, en lógica de construcción de relato y de personaje, más allá de los componentes políticos o legales que sus actuaciones puedan tener que, como se ha observado, importan más bien poco a la opinión pública.

5.3. *Borgen*. Virtud y constructivismo.

Borgen narra el paso por el poder de la primera ministra danesa Birgitte Nyborg. A través de la actividad política de Nyborg y su equipo la serie trata de mostrar el funcionamiento del sistema político danés desde dentro, y cómo todos los factores – privados, mediáticos – influyen en cómo se dirige la actividad política y qué decisiones se toman en cada momento. Ignacio Martín Granados escribe sobre la serie que “frente al utopismo de *The West Wing* y el hiperrealismo de *House of Cards*, *Borgen* emerge como una tercera vía: del idealismo al hiperrealismo es necesario pasar por el realismo de Birgitte Nyborg” (Martín Granados, 2016¹³), es decir, una aproximación realista al funcionamiento institucional de Dinamarca.

Los medios de comunicación en *Borgen* tienen una **gran presencia en todos los episodios de la primera temporada**. Ostentan el rol, en la mayoría de capítulos de la temporada, de **creadores de opinión pública** y, por tanto, se les otorga un papel de **transmisores de discurso político** más allá de las simples noticias o informaciones. Con todo, y en todos los capítulos de la temporada, la **influencia de los medios de comunicación sobre las instituciones es muy alta**, ya que su discurso será el que finalmente defina los rasgos principales de la opinión pública.

Las instituciones, durante la primera temporada de *Borgen*, están planteadas en clave **dramática**, es decir, sin idealizarlas ni criticarlas sistemáticamente. La tendencia en *Borgen* es que el discurso y **la actividad institucional se dirija prioritariamente a los propios medios de comunicación**, ya que son los principales creadores de opinión. Esta capacidad de los medios es lo que provoca que haya una influencia, durante la primera temporada, **media o alta de las instituciones sobre ellos** – ya sea por vías legales o mediante negociaciones, según el episodio. Es por esto que la primera temporada de *Borgen* muestra un **planteamiento constructivista en que la opinión pública se genera a partir del discurso mediático**.

¹³ Esta referencia no tiene paginado ya que forma parte de un libro digital en el que no están especificados los números de página.

Los personajes de *Borgen* están generalmente tratados en clave **dramática**. La tendencia es que tanto los políticos como los periodistas estén definidos de esta forma en todos los episodios de la temporada. Los *spin doctors*, por otro lado, reciben un **tratamiento mucho más cínico** a lo largo de la temporada, presentándose como comerciales, expertos en marketing más que en política. En cuanto al **peso mediático** del líder político, es, en todos los episodios, **muy alto**. Además, a lo largo de la temporada, los medios **construyen constantemente el relato político sobre todos los representantes**, a partir del discurso que van generando constantemente.

La vida privada de los políticos tiene una **alta influencia en la actividad institucional** en la primera temporada de *Borgen*. Salvo algunas excepciones, en que la aparición de rasgos de la vida personal de los políticos ligados a **disfunciones** – como corrupción – la vida privada, normalizada, de las figuras políticas sirve, principalmente, como **herramienta comunicativa para construir personajes políticos** de una u otra forma.

5.3.1. Los medios en *Borgen*. El otro poder.

Buena parte de la narrativa de *Borgen*, pese a su título – significa “El Castillo” en danés, en referencia al poder político, lo que denota el peso de la institucionalidad y la política en la serie – se desarrolla en un medio de comunicación ficticio, una televisión público-privada, líder de audiencia y con una gran carga de información y análisis político en su programación. Se plantea como una televisión ultraprofesional, con un criterio de noticiabilidad impecable, dirigida por Torben Friis (Søren Malling), un periodista premiado por sus trabajos de investigación. Sin embargo, una vez más, y pese a que prácticamente en todo momento Price muestra unos periodistas eficientes, brillantes y profesionales, la serie observa el funcionamiento mediático cara a cara, por lo que la construcción de personajes y estructuras mediáticas no está para nada exenta de crítica. Un capítulo clave en esta exposición crítica del funcionamiento mediático es *100 días* (100 dage, 1.4) en el que Katrine Fønsmark (Birgitte Hjorg Sørensen), en ese momento reportera estrella de la cadena, consigue una

información sobre el transporte ilegal de presos por parte del ejército norteamericano a través de una base militar danesa en Groenlandia.¹⁴

En este episodio se observa **la influencia** – aunque no sea explícita – **de las instituciones sobre los medios** en las dificultades estructurales que un medio puede tener para publicar informaciones que puedan desestabilizar o dañar la imagen no solo del gobierno sino, en este caso, de aliados internacionales como Estados Unidos. Este esquema se repite unos capítulos más adelante, en *Divide y Vencerás* (Del og hersk, 1.9), cuando a la propia Fönsmark le llegan informaciones sobre un posible caso de corrupción del ministro de defensa, que ha recibido, supuestamente, caros regalos personales a cuenta de favorecer a ciertas empresas a la hora de conseguir contratos públicos. Friis anima primero a Fönsmark, pero más adelante le retira su apoyo tras recibir presiones por parte de la dirección de la cadena.

El trabajo de investigación de Fönsmark, que muestran constantemente como impecable y bien realizado – es, junto a Nyborg, el único personaje con un tratamiento explícitamente positivo durante toda la primera temporada – encuentra su contrapunto tanto en estas actuaciones de la dirección como en las amenazas por parte del gobierno. El ya mencionado 1.4 da buena cuenta de ello cuando agentes de policía, por orden del ministro de justicia, entran en casa de Fönsmark para robarle la información que tiene sobre los presos norteamericanos, a lo que la nueva primera ministra Birgitte Nyborg responde con dureza.¹⁵

El segundo contrapunto al buen hacer de Fönsmark y sus compañeros se encuentra en el diario sensacionalista *Ekspress*. Dirigido por Michael Laugessen, el exdirigente laborista que pierde la oportunidad de formar gobierno en las negociaciones que acaban con Nyborg como primera ministra, el diario busca dañar al gabinete con ataques personales hacia Nyborg o los miembros de su gobierno – por ejemplo, en *El Arte de lo posible* (Det Muliges Kunst, 1.3), o en *Los hombres que aman a las mujeres* (Maen der Elsker Kvinder, 1.5). Durante el propio 1.5 se revela que esta estrategia responde al interés de Joachim Chrone

¹⁴ Véase anexo 4.8

¹⁵ Véase anexo 4.9

(Ulf Pilgaard), un gran empresario danés que está en contra de una medida en favor de la paridad de las empresas que ha propuesto Nyborg y que es, además, propietario del *Ekspress*. Este episodio representa una de las pocas referencias en la ficción política a los medios **en clave de economía política**. *Borgen* plantea, en este capítulo, cómo un gran poder económico, industrial en este caso, utiliza su influencia en los medios de comunicación para definir la opinión pública a su favor. Aporta una perspectiva de los medios parecida a la que recogía Nicholas Garnham en “Por una economía política de la comunicación”, es decir, como parte de la estructura empresarial capitalista, o, en sus términos, *parte del capitalismo mediático de tendencia monopolística* (Garnham, 1986: 210). Esta visión encaja a la perfección con la categorización *estructuralista* que plantea Street: la política parlamentaria se lucha en la arena mediática en tanto que tiene un componente discursivo, pero los medios son actores políticos en sí en tanto que responden a los intereses económicos y forman parte de una estructura económica capitalista (Street, 2005). Garnham hace una lectura, precisamente en ese texto, de cómo los medios, en el contexto capitalista, adoptan la *forma mercancía* y se convierten en *aparatos de reproducción ideológica* al servicio de las élites económico-financieras que los controlan (Garnham, 1986: 203). Sin embargo, como se verá más adelante, no es la visión estructuralista sino la constructivista la más dominante en *Borgen* – la de una política discursiva, performativa y mediatizada – pese a ser consciente de la relación entre el discurso mediático y la posición del medio en las estructuras del capitalismo del país.

La influencia de las instituciones en los medios de comunicación también aparece representada en *Borgen*. En tanto que la serie plantea unos procesos **políticos mediatizados que se dirigen principalmente a los medios de comunicación**, ya que éstos son los principales creadores de opinión, las instituciones en *Borgen* intentan constantemente modular el discurso mediático sobre ellas para tener la mayor y mejor influencia sobre la opinión pública posible. En el episodio *El primer martes de Octubre* (Forste Tisdag in Oktober, 1.10), aparece una de las principales referencias a este afán institucional de controlar el discurso mediático cuando Kasper Juul (Phillip Asbaek), *spin doctor* de la primera ministra, engaña a Friis para que le de los derechos de edición del

perfil televisivo que le están haciendo a la primera ministra, para así conseguir una pieza que la muestre como una líder estable y fuerte dentro de su propia casa. En este episodio se plantea una vez más el contrapunto entre el periodismo independiente – que representa Fönsmark – y el modelo de la cadena, más estructural y determinado a mejorar las audiencias a toda costa.¹⁶

Este fragmento es una gran muestra del sistema mediático y de cómo acercarse a él en *Borgen*. El **constructivismo**, es decir, la visión de que la arena mediática es la central de lo político, de que la política es performativa, llega a tal punto **que los actores políticos se marcan como objetivo controlar la arena**, controlar incluso el espacio, para controlar todo el mensaje. Por otro lado, los medios de comunicación ya no se entienden a sí mismos como estructuras profesionales de la información y la comunicación – como personifica Fönsmark – sino como **actores en el sistema político y social del país** – *tenemos una agenda*, como dice Friis.

Por otro lado, es también interesante observar cómo se concreta el perfil de Nyborg que elabora TV1 en la serie. Pese a que aparecen, durante el rodaje de la pieza (en 1.9 y 1.10) algunas escenas en que los periodistas están dentro del despacho o la sala de reuniones de la primera ministra, la mayor parte se desarrolla en su casa, con la vida personal de Nyborg como foco. Esto se corresponde con un planteamiento del autor James Corner (2000), uno de los principales seguidores del constructivismo según Street (2005:24). Corner identifica una tendencia de las piezas periodísticas que muestran “la narrativa de la política o las piezas principales de la biografía del político, pero muy pocas que muestren perfiles políticos e ideológicos claros” (Corner, 2000:402). En este sentido, la pieza en cuestión es una pista clara sobre la tendencia que toma el discurso mediático en *Borgen*. Los medios muestran el *relato* y la *vida* del político, no su *política*; TV1 muestra la historia y la familia de Nyborg, pero nada sobre sus **tendencias ideológicas o sus actitudes institucionales**.

5.3.2. Las estructuras políticas en *Borgen*. El edificio por dentro.

Más allá de la virtud o el buen hacer de las instituciones en *Borgen*, la pregunta más interesante se sitúa en la comunicación del gobierno, en cómo se sitúa hacia

¹⁶ Véase anexo 4.10

la opinión pública, sus aliados y rivales políticos, y en cuáles son sus estrategias discursivas para hacerlo. **El interlocutor principal de las instituciones en Borgen es generalmente el espacio mediático**, los medios de comunicación. Esto se debe a la importancia que la serie aporta **a los medios en la construcción del relato político y la opinión pública**, hasta el punto de **influir en la institución**, en la propia estructura del gobierno. Este fenómeno se da en el episodio 1.10, en el que la aprobación de la primera ministra está por tierra, y los sondeos muestran que el Partido Moderado – el de Nyborg – pierde un porcentaje de votos importante en favor de sus socios de gobierno, el Partido Laborista. Los ministros laboristas le exigen entonces a Nyborg una reestructuración del gobierno en base a los nuevos datos mostrados por los medios.¹⁷

Aquí se muestra como una doble construcción mediática – la antigua aventura entre el ministro Sejro (Lars Knutzon) y la líder de la Nueva Derecha, Yvonne Kjaer (Jannie Faurschou), y las encuestas que sitúan a laborismo como líder electoral – **define profundamente el funcionamiento de las instituciones** hasta el punto de llegar a construir gabinetes de gobierno enteros alrededor suyo. Esta importancia capital de la opinión pública – y, por tanto, del discurso mediático – es lo que explica el hecho de que el gobierno danés de *Borgen* deba dirigir su discurso y su actividad legislativa y ejecutiva principalmente hacia fuera, hacia el público, en clave mediática, y no hacia el parlamento y la oposición, en clave política y de construcción de mayorías parlamentarias, incluso siendo el danés un sistema parlamentario.

Este peso de los mecanismos mediáticos en la esfera política tiene dos visiones teóricas complementarias: la primera, relacionada con los sistemas mediáticos, nos viene a decir que el hecho de que la transparencia y la relación clara con la opinión pública sea un elemento central, según Hallin y Mancini (2004), de los sistemas democrático-corporativos como Dinamarca y que, por tanto, no se pueda entender el parlamentarismo danés sin una profunda mediatización de sus estructuras políticas. Por otro lado, y como afirma Street en una lectura de diferentes autores que considera constructivistas, afirma que “el mundo político

¹⁷ Véase Anexo 1.11

se reconstituye de acuerdo con las convenciones y mecanismos del medio donde viene a existir” (Street, 2005: 26), es decir, la política, como en *Borgen*, adopta las estructuras de la arena mediática en un entorno en que son los medios los que construyen y constituyen lo político, en tanto que discursivo. La serie de DDR1 muestra, por tanto, cómo se correlacionan la tradición democrática danesa con la teoría constructivista: en un entorno de transparencia democrática donde los **medios tienen la capacidad de construir el discurso político** – ya que, para mostrar los procesos políticos a los ciudadanos, estos se transmiten constantemente a través de los medios – el funcionamiento de lo político no se puede entender sino **en clave mediática**. *Borgen* es una prueba, pues, de cómo la tendencia de un sistema de medios democrático-corporativo es a acercarse a una lectura constructivista de la influencia de los medios en la opinión pública.

5.3.3. Los personajes en Borgen. Lo personal, lo político y lo comunicativo.

Los personajes de *Borgen*, cómo están contruidos y el efecto de sus vidas personales en su acción política y profesional se corresponden profundamente con cómo aparecen representadas las instituciones y los medios, y qué visión muestra de su funcionamiento. El principal relato político-personal de *Borgen* está, de hecho, en la dialéctica entre dos de sus personajes principales, la primera ministra Nyborg y su *spin doctor*, Kasper Juul. Mientras que Nyborg, pese a estar principalmente tratada en clave **dramática**, tiene una retórica idealista a lo largo del principio de la temporada – como en el conflicto con los periodistas en 1.5 –, Juul representa el cinismo y el pragmatismo de un asesor de comunicación que ve la política como un producto que anunciar y vender sin necesidad de estar de acuerdo con él. Durante la primera temporada se observa cómo Nyborg se ve obligada a hacer concesiones en sus ideales morales y sus valores políticos para conseguir resultados – como en 1.5, en sus negociaciones con Crohne – mientras que Juul se adentra en los ideales del Partido Moderado e incluso tiene momentos de *debilidad* contrapuestos al personaje estoico de los primeros episodios – como en 1.10, cuando se plantea una relación amorosa con la secretaria de Nyborg. Esta dialéctica representa a la perfección la *virtú* neomaquiaveliana que Enric Ros encuentra en *Borgen*: la verdadera virtud política está en encontrar el equilibrio entre mantener unos ideales y conseguir resultados, entre ideología y *hechos consumados* (Ros, 2015).

Igual que existe la dialéctica entre pragmatismo e idealismo que conduce a la *virtú* política en los dos protagonistas de la serie, Enric Ros identifica, con otro concepto, a los antagonistas: la *hybris*, o desmesura, un concepto que recoge de Todorov (2012) y que aplica a varios personajes. Como se ha dicho anteriormente, los rivales de Nyborg aparecen como personajes cínicos, ávidos de poder. Ros pone como ejemplos a los líderes laborista y liberal, Michael Laugesen y Lars Hesselboe (Soren Spanning), pero también se puede observar en el personaje de Troels Hoexhaven (Lars Brygmann), el ministro de justicia que, en el episodio 1.3 propone encarcelar a los periodistas que informen sobre el supuesto aterrizaje de un avión de presos ilegal norteamericano en una base danesa en Groenlandia para mantener su puesto como ministro de justicia. (2015: 135)

El segundo punto de vista desde el que se deben analizar los personajes de *Borgen* es el político-comunicativo. Es decir, observar **cómo sus vidas privadas definen su actividad política** y cómo su comportamiento comunica y define a los políticos como tales de cara a la opinión pública. Volviendo al componente de transparencia democrática inherente al sistema mediático democrático corporativo tal y como lo definen Hallin y Mancini (2004), se puede afirmar que, en la actividad política y en la construcción de los liderazgos, **la vida privada de los políticos es un activo comunicativo más**. El episodio en que esto se ve más claramente es en 1.10, y el perfil de Fönsmark y TV1 realizan de la primera ministra. Cuando Juul edita la pieza, elimina cualquier imagen o comentario que denote cualquier cosa diferente a una familia feliz y unida – ya que observar a la primera ministra en un entorno de confianza, estable y feliz genera una narrativa positiva sobre ella como líder. Esto denota un nivel de profundidad comunicativa en la vida personal de la primera ministra que no aparece en ninguna otra ficción política. **La vida privada de Nyborg es un agente comunicativo**, y sirve para establecer una narrativa política que la describa personalmente de cara al electorado.

La construcción del liderazgo de Nyborg en *Borgen* es, en este sentido, completamente mediática. Los dos momentos clave en el establecimiento de la narrativa política de la primera ministra durante la primera temporada son los discursos de 1.1 y 1.10 – el primero, el discurso final del debate preelectoral; el

segundo, el discurso de apertura del debate sobre el estado de la nación en el parlamento. En estos dos discursos se observan las estrategias que Nyborg y Juul elaboran para establecerse de cara a la prensa, para que se les observe en los medios como una opción ganadora y alternativa – en el primer caso – o como un gobierno popular y de futuro – en el segundo.

Con todo esto se puede observar cómo tanto las vidas personales como las mismas construcciones de las narrativas personales de los políticos son, en *Borgen*, **estrategias comunicativas en sí mismas** – lo que muestra una sociedad y una política mediatizada, en la que las estrategias mediáticas y sus lógicas y fundamentos se han afianzado en todos los ámbitos de lo político y lo social (Strömback, 2012) – **dirigidas a unos medios de comunicación como interlocutores principales** que son los que sustentan la opinión pública y trasladan estas construcciones narrativas y discursivas a la ciudadanía, ya sea a través de mecanismos como las encuestas – como en 1.10 – o mediante reportajes, entrevistas o apariciones televisivas y mediáticas en general – como en 1.9 o en *No ver, no oír, no hablar* (Ikke se, Ikke høre, Ikke tale, 1.7) en que Nyborg viaja a Groenlandia en una visita formal para visitar el país con el objetivo de que los medios retransmitan su visita y se genere un clima de opinión de empatía y favor hacia el pueblo groenlandés en Dinamarca.

5.4. *Crematorio*. Anarcofranquismo

Antes de exponer el análisis de *Crematorio*, es necesario hacer referencia al problema que la serie ha planteado en relación con la metodología del trabajo. El carácter de la serie hace que la mayor parte de elementos analizados no tienen presencia en la serie o tienen una presencia demasiado pequeña para ser recogidos de la misma forma que en el resto de series. Es por eso que el análisis de *Crematorio* va por un camino diferente al del resto de series y es por eso por lo que las fichas y los resultados no están tan presentes en este apartado como en los del resto de la muestra

La naturaleza de *Crematorio* se corresponde con la de la mayoría de las ficciones políticas desarrolladas en sistemas pluralistas polarizados – o mediterráneos – (Hallin y Mancini, 2004). Se trata de sistemas con una cultura democrática limitada, con procesos y funcionamientos políticos y mediáticos alejados de los del resto de sistemas, mucho más maduros políticamente hablando. La percepción de que la institucionalidad y los medios de comunicación persiguen simplemente intereses privados, alejados de la ciudadanía y nada democráticos, en una suerte de maquinaria político-mediática – según Hallin y Mancini (2004) una de las características principales de estos sistemas es la cercanía entre medios y espacios políticos y la polarización de los mismos – hace que la ciudadanía rechace la política institucional como algo legítimo, democrático. Esta actitud es la que el profesor Gabriel Colomé denomina *Anarcofranquismo*, en el caso español, y *Anarcofascismo* en el italiano, es decir, un rechazo social a una institucionalidad que se percibe – y en ocasiones, es – como heredera de las estructuras de las dictaduras fascistas que ocuparon ambos países durante el siglo XX. Este *anarcofranquismo* tiene su reflejo en la cultura y, más concretamente, en la ficción política, mediante un rechazo de las instituciones políticas, en cualquier clave, en el cine o la televisión, más allá de algunos experimentos puramente cómicos, rozando el costumbrismo, como *Moncloa, dígame* (Tele5, 2001) y algunas ficciones biográficas, en el caso español, de personajes como Juan Carlos I o Adolfo Suárez (Colomé, Entrevista personal, 18/04/2017). Los últimos años han visto cómo la televisión española ha mostrado algunos acercamientos a la ficción política en clave histórica, como en *Isabel* (TVE1, 2012 – 2014), además de *Cuéntame cómo pasó* (TVE1, 2001 –

2017), que utiliza la política como trasfondo en sus historias. *Crematorio* es, sin embargo, lo más parecido a una referencia al funcionamiento institucional que ha aparecido en la televisión española, y, junto con *Mile Novecento Novanta Due* (1992, Sky Italia, 2014) y *Gomorra* (Sky Italia, 2014 – 2016), representa el modelo de ficción política en los sistemas mediterráneos: rechazo a mostrar la institución explícitamente y uso de la corrupción y la relación entre política y organizaciones criminales como hilo argumental central de la serie (Tous – Rovirosa, 2017). En *Crematorio* no hay discurso político alguno, pues no es necesario. Por lo tanto, los medios de comunicación no tienen un papel de cara a la opinión pública, ni las instituciones muestran procesos políticos de largo alcance más allá de las negociaciones con empresarios para recalificar terrenos o comprar fincas y hoteles.

5.4.1. El poder en Crematorio. Maquinaria y mafia. Una visión funcional.

Crematorio, basada en la novela homónima de Rafael Chirbes publicada en 2007, narra las operaciones de un gran empresario de la construcción en el levante español, Rubén Bertomeu (Pepe Sancho), su relación con el poder político y cómo define el desarrollo social de la región con su influencia en las estructuras del estado. El componente político de la serie no está, por tanto, en las instituciones, sino en cómo se distribuye el poder y qué relación tiene éste con intereses económicos y empresariales en, en este caso, el estado español.

El funcionalismo que se plantea en relación con *crematorio*, en este sentido, está muy alejado del que se puede leer en la concepción de los medios de comunicación y la formación de opinión pública de autores como Pippa Norris, que plantea que las diferentes estructuras sociales hacen su papel – las instituciones representan, los medios, informan, la sociedad civil, debate... – en un proceso comunicativo que “Comienza con un mensaje y acaba con una papeleta” (Norris, 1999: 19). Esta aproximación, que Street denomina *pluralista* (2005), plantea lo más cercano a una esfera de opinión pública en su sentido clásico, liberal. Sin embargo, y tal como plantea Gabriel Colomé (en una entrevista con el autor) “España no ha tenido más que 8 años de sistemas liberales, a parte de los años de gobierno socialista”, en referencia a las dos repúblicas. Por tanto, el sistema que representa *Crematorio* poco tiene que ver con la concepción pluralista que planteaba Street.

El sociólogo y profesor de filosofía de la Universidad Complutense César Rendueles aporta, sin embargo, una visión del funcionalismo en clave marxista que lee en algunos textos del marxismo occidental (Rendueles, 2017:58). En *Ideología y aparatos ideológicos de estado*, Louis Althusser afirma que “Todos los aparatos ideológicos del Estado, sean cuales fueren, concurren en el mismo resultado: la reproducción de las relaciones de producción, es decir, las relaciones capitalistas de explotación”. (Althusser, 1974:75). El filósofo francés se refiere a los aparatos mediático, político, religioso y otros aparatos útiles para el proceso de lo que Nicholas Garnham, recuperando el concepto de *La Ideología Alemana* de Marx y Engels, llama “producción y reproducción ideológica” (Garnham, 1986: 6).

Una versión más material de esta lectura podría ayudar a comprender cómo se representa el poder político y la institucionalidad en *Crematorio*. La utilidad, la funcionalidad de un poder político que reside, en este caso, en Bertomeu, que es quien tiene la última palabra en todas las operaciones políticas. Un ejemplo de esta visión aparece en el episodio *Día de Pesca* (1.5). Se trata de un flashback en el que Bertomeu habla con Llorens (Manuel Morón), entonces asesor político, sobre sustituir al concejal de urbanismo del Ayuntamiento de Benissalem, el pueblo ficticio donde se desarrolla la acción de la serie.¹⁸

En el capítulo que dedica a la serie Concepción Cascajosa en *La política en las series de televisión*, la autora ve este momento como la consolidación del poder político de Bertomeu sobre el resto de instituciones (Cascajosa, 2015). Este momento es la prueba de cómo las instituciones políticas y sociales están supeditadas a un interés particular, y funcionan en tanto son útiles para este interés. Cascajosa, además, pone en evidencia que el alcance del poder de Bertomeu no solo se circunscribe al Levante, sino que tiene una escala nacional.

En cuanto al entorno mediático, a la construcción de la opinión pública, no es que no exista, es que no es necesaria. Tal y como plantea Bertomeu, en tanto que no deben depender de las urnas porque todos los espacios políticos forman parte de la misma maquinaria, la opinión pública es irrelevante. No hay construcción ideológica ni actividad política que no esté mediada por la

¹⁸ Véase anexo 4.12

necesidad de cumplir con lo establecido, con los poderes fácticos y reales que dirigen el entramado. En el episodio *Cambio de pareja* (1.3), se concreta esta visión de la irrelevancia de las ideologías y del alcance nacional del entramado económico de Bertomeu en una conversación entre el abogado Zarrátegui (Pau Durà) y el comisario de Benissalem sobre unas grabaciones que ha conseguido la policía.¹⁹

Aquí, el comisario hace evidente que los negocios y los lazos de Bertomeu están en el levante, donde gobierna el Partido Popular, y también en Madrid, donde el Partido Socialista Obrero Español ostenta el gobierno central. Esta percepción es clave en la concepción *anarcofranquista* que tiene crematorio: el centro-izquierda y la derecha no tienen más diferencias que las estéticas, ya que ambos son piezas de la misma maquinaria y forman parte del mismo entramado de intereses políticos y económicos. De aquí se desprende la poca – o nula – importancia de los medios, el discurso o la opinión pública en la serie: en un entorno político en que los intereses que defienden todos los partidos son los mismos, para los negocios, los empresarios, el poder real, lo que opine la ciudadanía no es importante mientras opine dentro del espacio político construido.

Crematorio, por tanto, y pese a ser una serie política – en tanto que muestra cómo funciona el poder – no tiene *política*, no tiene ideologías ni conflictos entre espacios políticos, ya que lo nos necesita. Plantea un estado clientelar en que la comunicación, la política y el poder forman parte de un todo y caminan hacia los mismos objetivos. El poder va por caminos distintos a los democráticos y, por tanto, es irrelevante hacia qué partido vaya la opinión pública.

En cuanto a la vida privada de los personajes, igual que la toma de decisiones política, forma parte del mismo entramado. Un ejemplo está en la hija de Bertomeu Silvia Bertomeu (Alicia Borrachero), una artista que dirige una galería y vende sus cuadros en subastas. En el episodio *El General* (1.7) se destapa la trama de blanqueo de capitales que Bertomeu había construido a partir de comprar las obras de su hija y dejarlas en un almacén, enriqueciendo a Silvia y almacenando sus beneficios ilegales en esas obras. Igual ocurre con su madre

¹⁹ Véase anexo 4.13

y su hermano. En un flashback del episodio *La Oveja Negra* (1.4), se observa como Rubén prácticamente rompe relaciones con sus familiares tras quemar parte de la finca de los Bertomeu para poder recalificar los terrenos y construir su prime hotel.

El final de la serie, sin embargo, denota que las intenciones de *Crematorio* van más allá de narrar la vida de un empresario envuelto en tramas de corrupción. Cuando la investigación policial sobre los negocios de Bertomeu ya ha descubierto la trama del empresario, éste intenta contactar con altos cargos del Partido Popular para esquivar a la justicia. Habla, entonces, con un político al que la serie no llega a identificar.²⁰

Crematorio trata, en esta clave, de unas instituciones, empresarios, incluso criminales – como el inversor ruso Traian (Vlad Ivanov), uno de los aliados de Bertomeu que es, además, líder de la mafia rusa de en la ciudad – que funcionan como piezas de esa maquinaria. Observa, desde un punto de vista crítico, un sistema en que no importa quién ocupe cada cargo mientras lo ocupe *como debe*. Se trata, por tanto, de un modelo de narración parecido al que Jorge Carrión lee en la norteamericana *Bajo Escucha* (*The Wire*, HBO, 2002 – 2008). “Lo que interesa es diseccionar las entrañas de la ciudad al mismo tiempo que sucede lo propio con las de los personajes. No sólo hay que escribir los diálogos, sino también el espacio interno y externo.” (Carrión, 2011: 185).

Los personajes de la serie, sus objetivos, sus personalidades, están definidos por el lugar que ocupan en la jerarquía, por cuál es su papel en esa maquinaria. *Crematorio* puede ser leída completamente en la clave del *anarcofranquismo*, como un síntoma del mismo. Los medios no le interesan y la construcción de liderazgos políticos, la relación con los periodistas o el papel de los *spin doctors* no son importantes, ya que, al final, todos acabarán cumpliendo con los designios de ese sistema que es, en última instancia, el protagonista de la serie.

²⁰ Véase anexo 4.14

5.5. *House of Cards*. El príncipe del siglo XXI

El profesor Gabriel Colomé se refiere a Francis Underwood, el *chief whip* demócrata en el congreso – durante la primera temporada – como el *príncipe del siglo XXI*, un personaje que conoce las entrañas del poder y que “prefiere ser temido que amado”. *House of Cards* representa el “estado hobbesiano” (Ros, 2015) siniestro, poderoso y casi omnipresente. La serie observa las instituciones desde arriba, como estructuras oscuras, **cínicas**, en las que el poder lo es todo, y, además, es un fin en sí mismo.

La relación entre medios e instituciones en la primera temporada de *House of Cards* es compleja. **La creación de la opinión pública** corre a cargo de los medios de comunicación completamente, y el clima de opinión, el discurso mediático y cómo la ciudadanía reacciona a él, tienen una muy alta influencia en las instituciones en la mayoría de episodios. En este sentido, también se muestran unos medios muy cargados de discurso político, que no están presentes en todos los episodios pero que sí tienen influencia siempre que aparecen en pantalla

Sin embargo, en el apartado institucional – con unas estructuras políticas vistas desde una perspectiva crítica – se observa cómo el **interlocutor principal de Underwood, y de la administración en general, es usualmente interno, es decir, son los propios actores políticos**, mucho más que los medios. Es por ello que se plantea que, en todos los episodios de *House of Cards* sí se observe **un diálogo entre medios e instituciones para imponer el discurso público**, aunque este aparezca normalmente **mediado**. Se otorga mucha importancia, también, a los **procesos políticos a la hora de construir liderazgos**, más allá de los puros discursos mediáticos, aunque estos tienen importancia especialmente a la hora de situar el nombre de algunos líderes en la opinión pública para que se definan posturas políticas a su alrededor.

Los líderes políticos, salvo en contadas excepciones, **están tratados en *House of Cards* desde el cinismo y la crítica**. Su construcción de cara a la opinión pública está mediada, pero también muy ligada a su **propia actividad institucional**. En cuanto a los periodistas, cuentan con un alto grado de **protagonismo** durante toda la primera temporada, y se los muestra como

profesionales cínicos capaces de cualquier cosa con tal de conseguir historias que vender y ganar audiencia o visitas.

5.5.1. Los medios en *House of Cards*. Profesionalidad liberal.

La representación de los medios en *House of Cards* va por un camino diferente al de la mayor parte de las instituciones. El medio con más presencia en la primera temporada, el diario *The Herald*, es una estructura mediática clásica, jerarquizada, con las actuaciones y funcionamientos tradicionales de la prensa escrita. Se trata de un entorno muy profesionalizado, como es lógico en un medio de un entorno mediático liberal (Hallin y Mancini, 2004). El enfrentamiento narrativo dentro de los medios se plantea entre el redactor jefe del *Herald*, Tom Hammerschmidt (Bobby McGiver), y la reportera Zoey Barnes – que tiene una aventura con Underwood, además de una relación profesional por la que él le facilita información confidencial y le filtra decisiones políticas.

La influencia de los medios en las instituciones es muy alta en *House of cards*, sin embargo, está limitado a decisiones muy ligadas a los movimientos en la opinión pública, como nombramientos de altos cargos, mientras que decisiones más políticas, como reformas legislativas o composiciones de gabinetes y administraciones, funcionan generalmente más lejos de la arena mediática. Se pueden encontrar varios ejemplos de cómo Underwood aprovecha el discurso mediático en su beneficio a lo largo de la primera temporada de *House of Cards*. La primera es durante el nombramiento del Secretario de Estado del nuevo Presidente. Al verse apartado del cargo, Underwood filtra a Barnes una información sobre las opiniones políticas del candidato a la secretaría Michael Kern (Kevin Kliner) en el episodio 1.2. Estas informaciones crean una gran polémica, con lo que Kern pierde la nominación. La siguiente maniobra de Underwood es filtrar el nombre de Cathy Durant, una aliada suya dentro del Partido Demócrata que, gracias a situarse en los medios con esta filtración, acaba consiguiendo el puesto. Con esta táctica, se observa cómo los medios de comunicación generan un discurso político que afecta a la opinión pública y que acaba por forzar la mano del presidente en algo tan importante como el nombramiento de la Secretaria de Estado. Esta influencia, sin embargo, está limitada a los procesos políticos más llamativos y de carácter más mediático. Por otro lado, la serie también muestra procesos **políticos profundos fuera del**

alcance de los medios – como las negociaciones para el nuevo convenio educativo, en el episodio 1.4, o las negociaciones con lobbys y partidos para una legislación ambiental, o el cierre de unos astilleros (en 1.3, 1.4, 1.7 y 1.8). Se observa, por tanto, cómo los medios **no son el interlocutor principal de las instituciones**, sino que éstas llevan a cabo procesos, también, que no se luchan en la arena mediática.

Sin embargo, la relación entre Underwood y Barnes revela también una **alta influencia de las instituciones sobre los medios de comunicación**. Los altos cargos de la política norteamericana aprovechan, en *House of Cards*, su influencia y su conocimiento para filtrar a sus aliados en la prensa las informaciones que construirán un discurso y por tanto un clima de opinión pública que vaya a su favor. Que la serie muestra que esta es una práctica habitual aparece explícitamente en el episodio 1.12, cuando Janine Skorsky, compañera de Zoey en su nuevo trabajo en *Slugline*, explica su experiencia a la reportera²¹

En cuanto a cómo aparecen representados los medios de comunicación, se puede observar que *House of Cards* muestra un entorno muy profesionalizado, con pocas injerencias políticas y económicas en los medios de comunicación. Cuando Hammerschmidt prohíbe a Barnes publicar ciertas historias no lo hace porque vayan contra intereses políticos o económicos del diario, sino porque duda de su legitimidad y de su profesionalidad. Por otro lado, el único caso de presiones desde la dirección del diario a los periodistas se da en el despido del propio redactor jefe, y éste viene motivado por la marcha de Barnes y porque Hammerschmidt le profiere un insulto machista – la llama *cunt* –, lo que provoca un descontento importante en la empresa.

5.5.2. Las instituciones en *House of Cards*. El estado Hobbesiano.

El estado en *House of Cards* es un gigante siniestro y **cínico** cuyas mecánicas buscan el poder en sí mismo. El funcionamiento institucional aparece representado en la serie en una clave profundamente crítica con el funcionamiento del poder político. La cita sobre el poder de Underwood en el episodio 1.1 muestra cuál es la concepción que el personaje muestra del poder

²¹ Véase anexo 4.15

político e institucional, y sus características principales: casi eterno, profundo, e importante por encima de cualquier otra cosa.²²

Las instituciones en *House of Cards* funcionan en una clave política mucho más que mediática. La mayor parte de las decisiones políticas se toman a través de largas negociaciones, mesas de reunión y conversaciones en el comedor con otros miembros de la administración. Así, se puede observar cómo **el interlocutor prioritario de Underwood** son las instituciones. Todo lo que pueda solucionarse en los despachos del Capitolio no tiene por qué salir de ahí. Un ejemplo de esta tensión entre lo político y lo mediático – y la comprensión del ejercicio de lo político a través de la arena mediática únicamente como último recurso en situaciones normales – aparece representado entre los episodios 1.5 a 1.7 de la serie de Netflix. Underwood negocia con los sindicatos los puntos de una reforma educativa hasta el último minuto – en una mesa de negociaciones que dura días. Finalmente, cuando estalla la huelga, el personaje de Spacey se decide por atacar con estrategias mediáticas. Primero, manda lanzar un ladrillo contra su ventana, con lo que establece un discurso mediático contra los huelguistas, por violentos y alborotadores. Después, aprovecha el asesinato de un niño en un tiroteo para lanzar un mensaje contra la huelga.²³

Esta doble estrategia muestra cómo *House of Cards* comprende la capacidad de **los medios de modular la opinión pública** y la necesidad de las **instituciones de adaptar, en ocasiones, las lógicas mediáticas para imponer sus políticas y criterios**. Sin embargo, la abundancia de procesos políticos fuera de los focos mediáticos y vinculados únicamente a las correlaciones parlamentarias y a las negociaciones políticas con la sociedad civil – lobbys, empresas y sindicatos – muestra un interés de la serie de probar que, en situaciones normales, los procesos políticos se desarrollan en sus sedes democráticas, las instituciones, y cómo los representantes públicos actúan más allá de la opinión pública y el discurso mediático.

House of Cards muestra, en este sentido, la capacidad que, a pequeña escala, tienen los mismos políticos para modular climas de opinión más allá de los

²² Véase anexo 4.16

²³ Véase anexo 4.17

medios mediante apelaciones directas y personales con la ciudadanía de su estado o su distrito. El ejemplo más claro se da en el episodio 1.7, en el que el congresista Peter Russo (Corey Stoll) se reúne con los trabajadores del astillero cerrado en Pensilvania y, pese al discurso mediático y a la mala opinión que los empleados tienen de él por el cierre, acaba, a través de una presentación de su programa de recuperación de empleo, ganándose el apoyo de los trabajadores en su carrera para ser Gobernador del estado.

En este sentido, se observa cómo se puede aplicar una de las máximas centrales de Meyer y el *constructivismo pospuesto* (Street, 2005: 26). Meyer, a diferencia de los constructivistas, no entiende que la política se juegue íntegramente en el plano mediático y que su desarrollo sea completamente discursivo. Sin embargo, plantea que “la legitimidad se establece a partir de percepciones mediadas (...) con lo que los procesos realmente políticos se pierden de vista. No se desvanecen, pero parecen hacerlo” (Meyer, 2002: 53). La clave de la crítica de Meyer es, en este caso, complementaria a la narrativa de *House of Cards*. Mientras que la serie plantea que los procesos mediatizados son el último recurso, casi al límite del funcionamiento institucional, Meyer establece la necesidad de “conciencia democrática en los medios”, es decir, de unos medios que no pretendan construir un discurso político que deberían construir las instituciones democráticas.

Otro de los planteamientos de Meyer que aparece representado en *House of Cards*, en este sentido, es la representación de los *horizontes temporales mediáticos* y los *horizontes temporales políticos* (Meyer, 2002). En la dicotomía planteada, en situaciones críticas se impone la lógica mediática de inmediatez, mientras que en la normalidad de la actividad política los procesos son largos, y de largo alcance. En este sentido, se puede leer, también, la interpretación de Meyer como una útil para entender la política y la comunicación institucional en la serie de Beau Willimon.

5.5.3. Los personajes en *House of Cards*.

La construcción tanto de Francis como de Claire Underwood (Robin Wright) plantea una tensión ante la definición de personajes establecida en la metodología. Los Underwood están claramente contruidos desde un punto de

vista **cínico**, como una pareja que busca el poder como fin en sí mismo sin preocuparse de los mecanismos democráticos de la institucionalidad de su país. Es decir, se les observa desde arriba. Sin embargo, la serie los plantea como personajes invencibles, con una inteligencia y una habilidad política enorme que les hacen estar por encima de todos los que les rodean.

Esta capacidad de los Underwood de mantenerse por encima del resto se aplica también a su vida personal. **La vida privada de la pareja es una de las líneas narrativas principales de la serie**, cosa que se corresponde con la evolución de los dramas seriales, que dan más protagonismo a la vida de los personajes como elemento de continuidad en el desarrollo de las narraciones. Sin embargo, también tiene un componente político claro, ya que, tal y como plantea Gabriel Colomé (Entrevista personal, 18/04/2017) “*House of Cards* no es una serie sobre política en la que hay una pareja, sino una serie sobre una pareja que resulta que hace política”. El desarrollo, por tanto, de las vidas privadas de los Underwood está ligado a su actividad política. **Las vidas privadas de los personajes se coordinan con su actividad política, afectan en ella, y viceversa.**

Esta relación **entre la vida de los Underwood y su acción política** llega a su punto álgido en los episodios 1.9 y 1.10. Frank no apoya a Claire en una recogida de fondos que cree que podría conllevar que la empresa Sancorp tuviera influencia sobre él. Claire, entonces, decide abandonar a Frank y tiene una aventura con el fotógrafo Adam Galloway (Ben Daniels), un colaborador de su fundación. Cuando la situación política se estabiliza, Claire abandona a Adam y vuelve con Frank. Esta situación muestra cómo las vidas de la pareja están entrelazadas con la actividad política, se ven afectadas por ella y su desarrollo afecta a las decisiones políticas y profesionales que ambos puedan tomar. Sin embargo, mantienen la apariencia ante los medios, ante los que su vida privada no tiene mucha importancia.

Hay un caso, sin embargo, en que los medios de comunicación tienen una alta importancia comunicativa. Se trata del caso de Peter Russo, durante la campaña para Gobernador de Pensilvania. En el episodio 1.7, Frank y su equipo elaboran la estrategia comunicativa para las elecciones al gobierno estatal. Para la narrativa de la campaña, los asesores de comunicación del partido – que se

presentan como personajes profundamente **cínicos**, que construyen estrategias comunicativas de cualquier cosa y en cualquier sentido, sin importar la ideología o el trasfondo – plantean una campaña basada en exponer todos los *trapos sucios* del pasado de Russo: su adicción a las drogas, sus experiencias con prostitutas, su alcoholismo... Y plantearla como una historia de superación.

Es un caso, sin embargo, especial, ya que, al estar enmarcado en una campaña electoral, el **interlocutor principal del discurso** no son los medios, que se hacen eco de forma muy crítica del pasado de Russo, sino el electorado. Por tanto, en este caso concreto – una vez más, por el hecho de estar en campaña – la serie plantea la capacidad de las instituciones mismas para generar un discurso público y modular la opinión de la ciudadanía más allá de los medios de comunicación en sí mismos.

En conclusión, la vida privada de los personajes aparece como un recurso narrativo casi central, constante en el desarrollo de la serie – como es lógico en un producto como *House of Cards*, por el tipo de drama que es y por el contexto televisivo en que se desarrolla. En condiciones normales, **la vida privada de las figuras políticas se desarrolla al margen de su actividad profesional o, en el caso de los Underwood, atada a ella**, pero con unas repercusiones comunicativas limitadas. Sin embargo, en momentos de crisis o excepcionalidad, o en momentos de alta exposición mediática – como unas elecciones – **la vida privada de los personajes se convierte en una narrativa política complementaria a su actividad institucional**, incluso en un apartado más de las estrategias políticas de los políticos, como en los casos de la huelga de profesores (1.6) y la campaña electoral de Russo (1.7).

6. Comparación de resultados

Tras el análisis de todos los resultados, el siguiente paso es una comparativa de cómo se aplican las teorías seleccionadas a las diferentes series, en qué se parecen y en qué se diferencian y cómo se pueden explicar estas diferencias a partir de sus contextos mediáticos y políticos. En las próximas páginas se mostrarán los aspectos en común y divergentes de las diferentes series analizadas y a qué se deben las posibles diferencias, especialmente entre aquellas series con sistemas mediáticos o teorías políticas aplicables en común.

6.1. Comparación de los medios de comunicación en las series analizadas

El interés principal en la comparación entre los medios de comunicación presentes en las diferentes series analizadas está en su función a la hora de generar opinión pública. Se puede observar cómo la presencia de los medios como actor del desarrollo de la serie aumenta a medida que su influencia sobre la institución se hace más grande – con la excepción de *The Thick of It*, que dibuja a los medios como un *gran otro*, como un narrador invisible al que las instituciones deben dirigir todo su discurso. Los medios de comunicación ganan peso narrativo independiente de la institución, especialmente, en *House of Cards* y en *Borgen*.

La aparición de los medios como espacios narrativos en la ficción política puede estar relacionada con el proceso de mediatización. Mientras que series con procesos de mediatización menos desarrollados – por ser más antiguas – utilizan a los medios de manera secundaria, como referencias externas, como en *The Thick of It*, o como apartes dentro de la institución, como en *El Ala Oeste*, las series más cercanas a la cuarta fase de los procesos de mediatización, *House of Cards* y *Borgen*, entienden que los medios están más presentes en la creación del discurso político y, por tanto, los utilizan como espacios narrativos para reflejar lo político.

Por otro lado, y aunque coinciden en este punto, los medios en *House of Cards* – su discurso, su influencia, cómo aparecen reflejados – no son iguales que en *Borgen*. Al entenderse en la serie danesa la actividad política como una actividad mediática, que se juega en la arena comunicativa, se puede observar cómo las actitudes de los medios hacia la institución y viceversa son diferentes a cómo

aparecen en *House of Cards*, que mantienen cierta independencia de lo mediático a las instituciones políticas.

Se puede observar, como primera diferencia, la actitud de los medios hacia las instituciones. Mientras que Fönsmark y la mayor parte de periodistas de TV1 en *Borgen* entienden el componente político de sus mensajes y sus informaciones – es decir, son conscientes de lo que provoca política y discursivamente de cara al público que se publiquen o se emitan informaciones críticas con las instituciones y de cómo su trabajo crea discurso – Barnes y los medios de *House of Cards* tienen un carácter mucho más profesional, pero también más aséptico, menos dirigido al *servicio público* en el sentido que le otorgan los medios de *Borgen*, que se presentan como observadores críticos. Esta diferencia se enmarca dentro de los sistemas mediáticos de Hallin y Mancini (2004), que ven la prensa liberal como un sistema de medios muy profesional, pero menos *político*, mientras que observan cómo los medios democrático-corporativos son plenamente conscientes de su papel en el sistema democrático – tanto para bien como para mal, tanto como vigías como en clave conservadora, como en los episodios 1.4 y 1.10, en que la dirección de la cadena impone criterios periodísticos para dañar lo menos posible la imagen del país y el gobierno.

Por otro lado, el uso de los medios por parte de la institución también se plantea de forma diferente. En este caso, la diferencia es extensible a *The West Wing* y *The Thick of It* – que muestran respectivamente una concepción constructivista pospuesta y constructivista (aunque crítica) de la influencia de los medios en la política y la opinión pública. En este caso, mientras que la lógica de *House of Cards* y *El Ala Oeste* es una suerte de *negocio*, en que las instituciones ofrecen historias y primicias a cambio de influencia o de retirar el foco de hechos problemáticos, los *spin doctors* en las otras dos series intentan dominar la arena, controlar el terreno a través de imponerse sobre los medios y controlar directamente su discurso – como en el 1.1 de *The Thick of It* o el 1.10 de *Borgen*. Esto se puede deber, precisamente, al carácter constructivista (o no) de la serie. Los *spin doctors* más constructivistas entienden que la actividad política y mediática es una sola, y por tanto intentan dominar el terreno en que ambas se disputan el discurso. Los políticos de *House of Cards* y *El Ala Oeste* ofrecen, en las temporadas analizadas, informaciones y primicias porque entienden la

actividad política y la mediática como diferenciadas, y no se plantean controlar el medio, pero sí modular el mensaje según sus intereses.

6.2. Comparación de la actividad institucional en las series analizadas

Las instituciones, en clave comunicativa, de las series analizadas – al menos de las cuatro a las que se les ha podido aplicar la misma metodología y que, por tanto, son comparables – tienen un rasgo en común en su actividad comunicativa: son conscientes de que la creación de opinión pública pasa principalmente por el discurso mediático. Pese a que todas plantean, en mayor o menor medida, la posibilidad de que las actuaciones institucionales influyan en la opinión pública, la mayor parte de veces esto se concreta en estrategias más o menos mediáticas – desde apariciones en público del líder hasta programas especiales sobre el presidente o primer ministro. Sin embargo, el peso de estas actividades difiere entre las series. Por ejemplo, mientras que *El Ala Oeste* muestra como la actividad legislativa, especialmente aquella de más impacto, puede ayudar a modular la opinión pública por sí sola – como, por ejemplo, la legislación sobre el control de la venta de armas en el episodio 1.5 – en *Borgen* la capacidad moduladora de la actividad política de cara a la opinión pública está completamente sujeta a la interpretación mediática de la misma y a la imagen que los medios reflejen – principalmente esto se observa en la ley sobre paridad en los consejos de administración de grandes empresas en el episodio 1.5. Esta dualidad se repite en los casos de *House of Cards* y *The Thick of It*. Mientras que en la serie creada por Beau Willimon la actividad legislativa tiene un gran impacto social – como en 1.5 a 1.7, cuando se plantea el golpe que puede suponer para la figura de Underwood que caiga la legislación educativa que él ha planteado – *The Thick of It* fía completamente a la mediación el impacto sobre la opinión pública de la actividad política – en los episodios 1.1 y 1.2 las dos legislaciones propuestas por Abbott se concretan en la arena mediática; tanto es así que, pese a que los grupos de ciudadanos que trae al ministerio parecen estar a favor, la legislación de 1.2 acaba cayendo por el discurso mediático, que la ridiculiza y la liga a la incompetencia del ministro. En el caso de *The Thick of It*, sin embargo, hay que remarcar el planteamiento de López García (2015): la absoluta mediatización del discurso en la serie se plantea en clave crítica, es decir, la

actividad política mediatizada y la cesión total de la política a la arena mediática es el modelo de cómo Ianucci cree que no debería ser la política institucional.

Hace falta, sin embargo, plantear una diferencia sustancial entre *El Ala Oeste* y *House of Cards*. Ambas series muestran una política institucional que trabaja fuera del alcance de la propia arena mediática y con lógicas que funcionan más allá de las de los medios de comunicación, pero los planteamientos son, sin embargo, diferentes. Mientras que Underwood apuesta por el uso de los medios y de estrategias mediáticas completas para modular las actitudes mediáticas – como en 1.2 con el caso de Cathy Durant o en 1.5 a 1.7 con la huelga de profesores – Bartlet entiende que los medios actúan de manera independiente a las instituciones y, a lo sumo, trata de negociar con ellos – como en 1.3, cuando CJ ofrece una entrevista en exclusiva a Concanon a cambio de retirar una historia. Pese a que las aproximaciones a la relación entre medios e instituciones son similares, la concreción es diferente. Un planteamiento que podría solucionar esta diferencia se puede hacer en base a las *cuatro fases de la mediatización* de Strömback (2008).

Mientras que en *El Ala Oeste* los medios son independientes y dominantes en la creación de opinión pública y las instituciones comienzan a plantear algunas lógicas mediáticas para influir, siempre por separado, en el discurso político que llega a los ciudadanos, en *House of Cards* las lógicas mediáticas están suficientemente amplificadas como para que los actores políticos y sociales se vean obligados a, a la hora de generar discurso, utilizar las lógicas y mecanismos de los medios, aunque sigan funcionando en clave institucional la mayor parte del tiempo. Con esto, podemos observar cómo *El Ala Oeste* se situaría cercana a la *segunda fase de la mediatización*, mientras que *House of Cards*, casi 15 años después, plantea una sociedad a caballo entre la tercera y la cuarta fases de la mediatización política – en definitiva, en los últimos estadios de lo que Strömback plantea como *mediatization as a process* (2008). Por tanto, se puede observar cómo el proceso de mediatización afecta a cómo se concretan las relaciones institución-medios incluso entre productos ficticios pertenecientes al mismo sistema mediático y con una aproximación a la influencia de los medios sobre la opinión pública muy similar, si no casi idéntica.

6.3. Comparación de los personajes en las series analizadas

La comparativa de los personajes y cómo se desarrollan en las diferentes series analizadas debe realizarse teniendo en cuenta la evolución de un aspecto de la narrativa audiovisual como es el aumento gradual de la presencia de las vidas personales de los personajes es la evolución hacia la serialidad de las ficciones televisivas a medida que se implantaba más la *narrative complexity* (Mittel, 2006) con los años. A esto responde que las vidas privadas de los personajes tengan una presencia narrativa e influyan mucho más en las actividades profesionales de los personajes en *Borgen*, serie de 2010, y en *House of Cards*, de 2013; que en *El Ala Oeste*, de 1999, y en *The Thick of It*, de 2004.

Dicho esto, el principal componente de análisis comparativo de los personajes, más allá de si están definidos en clave cínica, dramática, cómica o idílica, está en dos aspectos complementarios: el peso comunicativo y político de la vida privada de los protagonistas en su actividad profesional – política, en este caso – y el uso de la misma y el peso del discurso mediático en la construcción de los personajes – liderazgos – políticos. En este análisis se plantean tres modelos diferentes. *El Ala Oeste* es el modelo en que la vida privada tiene menos presencia – también por la etapa de la ficción televisiva en que está producida, con las vidas privadas ocupando solo una de las cinco líneas narrativas de cada episodio (Tous-Rovirosa, 2008). En cuanto a la importancia política de las vidas privadas, en *El Ala Oeste* es la actividad política la que define la percepción pública de los personajes – como se ve en el episodio 1.5, en que el peligro recae en que un informe que tilda al presidente Bartlet de *políticamente débil* se filtre y empeore su percepción popular – y la vida privada solo importa si se producen irregularidades o actos moralmente dudosos – como en los casos de McGarry y las drogas o Seaborn y las prostitutas. En *The Thick of It*, por su parte, se observa una combinación de ambas: en el episodio 1.3, el piso en propiedad del ministro Abbott lo define porque, primero, puede ir en contra de la legislación sobre vivienda que el ministerio ha aprobado – además de que puede caer en uso fraudulento de un activo que, en principio, está pagado por el gobierno – y, segundo, lo construye públicamente como un personaje hipócrita que en público defiende el derecho a la vivienda y en privado tiene un apartamento pagado con dinero público que no utiliza y no quiere poner a la venta.

La vida privada en *Borgen*, por su parte, tiene un componente narrativo mucho más importante que en sus antecesoras – ocupa buena parte de cada capítulo – e influye personalmente en la actividad política de los líderes. En el apartado comunicativo, la vida privada de los personajes tiene un gran peso en su construcción como personaje público, y esto se pone en evidencia en el episodio 1.10 y en los intentos de apartar de la esfera mediática los problemas matrimoniales y el divorcio de la primera ministra Birgitte Nyborg, ya que podría hacer daño a su imagen política. De la misma forma, el pasado como modelo de la ministra de economía en el episodio 1.5 o el *affaire* amoroso del ministro Sejro con la líder de la Nueva Derecha en el 1.9 los hacen caer a los dos por la inestabilidad y la desconfianza de cara al público que reflejan en el personaje – aunque en el caso de la ministra de economía su marcha se concreta después de que Nyborg descubriera que mintió en su currículum.

House of Cards plantea, por su parte, un doble análisis de la vida privada. Mientras que, en circunstancias normales, la vida privada de los políticos o bien se mantiene al margen o bien afecta a sus actuaciones profesionales si tiene un componente político – como en el episodio 1.2, el caso de Michael Kern y sus opiniones pasadas sobre Israel – la serie muestra cómo, en campaña, las narrativas personales construyen personajes políticos – como la campaña de *underdog* de Peter Russo, que le construye como un luchador hecho a sí mismo que sabe solucionar sus propios problemas. En cuanto a la pareja Underwood, su vida personal se mantiene generalmente fuera de los focos pero muy ligada a la actividad política, que está definida por ella y la afecta de forma profunda.

Esta comparación nos muestra cómo el proceso de mediatización – también el proceso de adaptación a la *narrative complexity* – define cómo las series utilizan la vida privada de los personajes, pero también el entorno mediático en que se encuentran. Mientras que los entornos liberales tienden a aislar la vida privada de los personajes, salvo que estos cometan una mala praxis política, fuera del discurso mediático, el sistema democrático-corporativo entiende que la vida privada de los representantes públicos es un espacio político más y, por tanto, se debe usar como tal para construir o atacar a los liderazgos políticos. Los procesos de mediatización definen, como pasa con las actitudes institucionales, cómo se concretan estas visiones y con qué actividades políticas se ponen en

evidencia – como en la diferencia entre *House of Cards* y *El Ala Oeste* planteada anteriormente.

6.4. Crematorio. ‘Caso aparte’.

El hecho de que, como se ha planteado antes, *Crematorio*, su desarrollo y su punto de vista de las instituciones no permita aplicar la misma metodología explica que, en este capítulo, no se la incluya en la comparativa con el resto de series analizadas. *Crematorio* plantea no solo una visión sino una definición de las instituciones diferente al del resto.

La base del uso de la comunicación política está, al final de todo, en la corrección de los mecanismos democráticos. Mientras se plantee la institucionalidad como una estructura democrática dedicada al servicio público, políticos y *spin doctors* deben dedicarse a convencer a la ciudadanía imponiendo su discurso en medios, instituciones y sociedad civil. *Crematorio* se basa en la máxima de que el poder político, la toma de decisiones políticas reales, circula por corrientes diferentes a las democráticas. Por tanto, los medios de comunicación, la comunicación política son, en la serie, irrelevantes. En algunos momentos, como en el episodio 1.5, se mencionan algunas estrategias comunicativas, como un miting del Partido Popular para escenificar la transición entre el viejo alcalde y el nuevo. Sin embargo, estas estrategias carecen de toda importancia, en tanto que se plantea un poder político no controlado por la sociedad civil y los medios. De hecho, se muestra cómo el poder político no está ni siquiera a la vista de ciudadanos y periodistas.

La presencia de medios e instituciones es limitadísima. Los medios aparecen únicamente transmitiendo informaciones en segundo plano, y las instituciones son otro espacio más en que Bertomeu hace negocio. De hecho, en cualquier otro entorno mediático y político *Crematorio* sería un *thriller* corporativo, pero la tendencia *anarcofranquista* del poder en el sistema español como parte de los sistemas mediterráneos permite que se le pueda considerar un drama político – ya que tampoco hay otro. Es por esto que no se puede incluir a *Crematorio* en una comparativa con el resto de series analizadas.

7. Conclusiones

En este apartado, después del dedicado a la comparación entre los resultados de todas las series analizadas, se responderán las cuatro preguntas de investigación planteadas anteriormente y se observará la veracidad (o no) de la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

En cuanto a la relación entre sistemas mediáticos y representación de las instituciones políticas y su relación con los medios se ha observado que, efectivamente, **las distinciones entre sistemas mediáticos de Hallin y Mancini (2004) son aplicables a las ficciones de cada uno de esos sistemas políticos**. Se ha observado, pues, como las series de los sistemas mediterráneos se centran en la corrupción y las disfunciones políticas debido a su corta cultura democrática en comparación con otros sistemas mediáticos; cómo las series de los sistemas democrático-corporativos suelen mostrar gobiernos transparentes y una alta actividad comunicativa de las estructuras políticas y cómo la profesionalización de los sistemas liberales tiende a establecer separaciones – cada vez menos significativas – entre el trabajo de los medios de comunicación y la actividad política – una distinción que ya se puede encontrar, por ejemplo, en Tous-Rovirosa (2017).

También se observa cómo la teoría de la *mediatization as a process* que plantea Jesper Strömback (2012) es aplicable a la evolución de las ficciones políticas. Se ha podido observar cómo las ficciones políticas han ido aumentando su relación con los medios, la presencia de los mismos y el uso de estrategias mediáticas como herramienta política a medida que la importancia social de los medios de comunicación aumentaba y sus lógicas discursivas se imponían en todas las estructuras sociales y políticas. Esto se evidencia con la escasa presencia de medios en series como *El Ala Oeste* y *The Thick of It*, de finales de los 90 y principios de los 2000, en contraste con la enorme importancia de los medios y de su discurso para las instituciones y la sociedad civil y la opinión pública en series de la siguiente década, como *Borgen* y *House of Cards*.

En cuanto a la teoría del impacto de los *Mass Media*, se ha encontrado que es aplicable a la relación entre instituciones y medios de comunicación, y a las estrategias de ambos, en las ficciones políticas. Se ha observado cómo las

estrategias políticas y mediáticas de la administración Bartlet en *El Ala Oeste* y de Francis Underwood se corresponden, con diferentes concreciones, a la teoría del *constructivismo pospuesto*, cuyos mimbres establece Thomas Meyer (2002) y que identifica el propio John Street (2005); y, por otro lado, cómo *The Thick of It* y *Borgen* responden a lógicas relacionadas con la teoría *constructivista* de los medios de comunicación. Sin embargo, *The Thick of It* lo hace desde un punto de vista crítico, rechazando sus dinámicas y sus estrategias y tildándolas de fallidas, a partir de reducirlas a esperpentos políticos.

A partir de la respuesta a todas estas preguntas de investigación, se ha comprobado cómo la hipótesis planteada al inicio de la investigación era parcialmente correcta, ya que estaba incompleta. En la hipótesis se planteaba que las características de los diferentes sistemas mediáticos en que se desarrollaba cada serie determinarían qué teoría del impacto de los *mass media* se podría aplicar a cada una de las series y a las estrategias políticas y mediáticas de cada una de las instituciones. Esto ha acabado por ser cierto, ya que, como se ha observado durante la investigación, *Borgen*, serie del sistema democrático-corporativo, un sistema de profunda cultura democrática caracterizado por la madurez de la ciudadanía y la transparencia de las instituciones, muestra las características propias de la teoría *constructivista*: Los medios definen el discurso político global y una política profundamente mediatizada acepta la arena política como espacio de disputa política y discursiva principal. Esto provoca que los medios influyan altamente en la institución y que los políticos se vean obligados a primar las estrategias mediáticas sobre las políticas-institucionales. Por otro lado, *House of Cards* y *El Ala Oeste* muestran una actividad política más propia del *constructivismo pospuesto*, es decir, una sociedad mediada-mediatizada, unas instituciones que deben adaptarse al discurso mediático pero unos procesos políticos independientes de la arena mediática, de largo alcance y que son, en última instancia, los que acaban por definir el producto mediático. En esta dicotomía aparece *The Thick of It* como una suerte de excepción. Sin embargo, el carácter profundamente crítico que la serie muestra contra la aceptación de la arena mediática como campo principal de combate político denota un rechazo de este

planteamiento y la defensa de una suerte de retorno a las instituciones como área central del desarrollo político.

Sin embargo, las diferentes concreciones tanto del *constructivismo* – en *Borgen* y en *The Thick of It* – como en el *constructivismo pospuesto* – en *House of Cards* y en *El Ala Oeste* – han hecho que surja un nuevo factor que no estaba contemplado en la hipótesis: el proceso de mediatización. Se puede observar cómo la relación entre medios e instituciones definida en estos dos pares de series, pese a seguir patrones parecidos, se concreta en estrategias diferentes. Esto responde a los diferentes grados de mediatización de las sociedades que muestran. Por tanto, para completar la hipótesis y hacerla completamente correcta, se debería afirmar que tanto los sistemas mediáticos como el grado de mediatización concreto de la sociedad en que se desarrolle la ficción política determinarán el impacto de los *mass media* en la política y la opinión pública. De esta forma, se observa cómo el sistema liberal muestra – excepto en *The Thick of It*, como se ha explicado más arriba – y en último término incluso defiende un *constructivismo pospuesto*, una dualidad de influencias entre una política que sigue desarrollándose en las instituciones y un discurso mediático que se apodera de las instancias sociales, que se concreta de formas diferentes según el grado de mediatización de la sociedad. Por otro lado, las características del sistema democrático corporativo, más abierto, transparente y maduro que el resto, favorecen la victoria del discurso mediático y la imposición de la arena mediática – en tanto que un espacio abierto a la ciudadanía – como arena principal de construcción de lo político, por lo que se relacionan de forma cercana con la teoría constructivista – aunque tenga en cuenta las relaciones económicas entre medios, empresas e instituciones, con lo que da cuenta de parte de la teoría *estructuralista*²⁴. *The Thick of It* muestra de forma crítica, por su parte, un modelo de constructivismo con más presencia institucional, debido, también, al menor avance del proceso de mediatización en los años en los que se desarrolla la serie.

Por su parte, y para acabar, se ha concluido que, en los sistemas mediterráneos, al haber una corta experiencia democrática y un rechazo estructural a las

²⁴ Ver 5.3.1. Los medios en *Borgen*

instituciones y a su carácter democrático, aún no se han desarrollado productos ficticios políticos que hayan podido reflejar las relaciones entre medios de comunicación, instituciones y opinión pública, ya que no se ha llegado a los niveles de desarrollo de la ficción política – y la cultura política – de los otros dos sistemas mediáticos que plantean Hallin y Mancini.

En conclusión, la investigación ha corroborado que las teorías políticas planteadas – la del proceso de mediatización, la de los sistemas mediáticos y la del impacto de los *mass media* – son aplicables a las diferentes ficciones políticas analizadas y que el carácter de instituciones, medios y sus relaciones en cada una de las series viene determinado por cómo se aplican estas tres teorías a su entorno político mediático y cómo se relacionan entre ellas.

8. Bibliografía y Webgrafía

AIRA, Toni (2009). *Los Spin Doctors: Cómo mueven los hilos los asesores de los líderes políticos*. Editorial UOC. Barcelona.

AIRA, Toni. *Guionistas en Serie*. En Otero, Rubio (eds) (2016) *Política en Serie*. Libros.com. Barcelona.

AMIGO LATORRE y otros (2003) *La teoría de géneros como teoría de la enunciación televisiva*. Revista del CEM- Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Diego Portales (1-27). Enero 2003.

BLUMLER, John y KAVANAAGH, Daniel (1999). *The third age of political communication*. En *Political Communication*. (209-230).

CALDERÓN, Juan Carlos. *Asesores de Ficción*. En Otero, Rubio (eds) (2016) *Política en Serie*. Libros.com. Barcelona.

CARRIÓN, Jorge (2011): *Teleshakespeare*. Errata Naturae. Madrid.

CASCAJOSA VIRINO, Concepción: *Sombras en el Levante: Sobre el poder y la corrupción en Crematorio*. En Tous-Rovirosa (2015) *La política en las series de televisión: Entre el cinismo y la utopía*. (177-191). Editorial UOC. Barcelona.

CORBETTA, PierGiorgio (2007) *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill. Madrid.

CORNER, James (2000) *Mediated persona and political culture: Dimensions of structures and process*, En *European Journal of Cultural Studies*, 3 (3), (389–405).

ERREJÓN, Íñigo y MOUFFE, Chantal (2015) *Construir pueblo: Hegemonía y radicalización de la democracia*. Akal. Madrid.

GARNHAM, Nicholas. *Contribution to a political economy of mass-communication*". En Collins, et.al *Media, Culture and Society*. (201-230) *A critical reader*. Sage. Londres.

GREIMAS, Algirdas y COURTÉS, Joseph (1982 [1979]) *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid. Gredos. Versión española de la original francesa de 1979.

HALLIN, Daniel y MANCINI, Paolo. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. The Press Syndicate of the University of Cambridge. Cambridge.

HAMBURGER, Kate (1993 [1957]) *The logic of literature*. Indiana University Press. Indianápolis. Versión inglesa de la original alemana de 1957.

HJIARVARD, Stig. (2004) *From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry*. En Golding, Bondebjerg (eds.) *European Culture and the Media*. Intellect Books. Bristol.

IGLESIAS, Pablo (2016) *Fort Apache: Ficción y Poder*. Programa de debate televisivo. Hispan TV. Madrid.

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo. *Los Spin Doctors en las arenas de la comunicación política*. En Tous-Rovirosa (ed.) (2015). *La política en las series de televisión: Entre el cinismo y la utopía* (140-151). Editorial UOC. Barcelona.

MANCINI, Paolo y SWANSON, Diane (1996) *Politics, Media and Modern Democracy: Introduction* en Swanson, Mancini, (eds.) (1996) *Politics, Media and Modern Democracy* (1-26).. Praeger. Nueva York.

MARCUS, B.K. (2013) TV's Third Golden Age. *Foundation for Economics and Education*. Recuperado de <https://fee.org/articles/tvs-third-golden-age/> Consultado el 18/03/2017.

MARTÍN GRANADOS, Ignacio. *Borgen: breve manual de la comunicación política*. En Otero, Rubio (eds) (2016) *Política en Serie*. Libros.com. Barcelona.

MEYER, Thomas (con Hinchman, Lew) (2002) *Media Democracy: How the Media Colonise Politics*. Polity. Cambridge.

MITTEL, Jason (2000) *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. Routledge. Londres y Nueva York.

MITTEL, Jason (2006) *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. En *The Velvet Light Trap* (29-41) University of Texas Press. Austin.

MORENO DEL RÍO, Carmelo. *Humor, política y series de entretenimiento. El fenómeno Yes Minister*. En Moreno del Río, Martínez de Albéniz (eds.) (2012)

De Anatomía de Grey a The Wire. La realidad de la ficción televisiva.(168-192) Catarata. Madrid.

MORENO DEL RÍO, Carmelo y COLOMÉ, Gabriel. *De Bill Clinton a Joshiah Bartlet. De Matt Santos a Barack Obama.* En Moreno del Río, Martínez de Albéniz (eds.) (2012) *De Anatomía de Grey a The Wire. La realidad de la ficción televisiva.* (236-264). Catarata. Madrid.

NORRIS, Pippa y otros (1999) *On Message: Communicating the Campaign.* Sage. Oxford.

REDACCIÓN BBC NEWS (2012): *The Thick of It: When Life imitates Sweary Art.* Recuperado de <http://www.bbc.com/news/magazine-19908366> Consultado el 17/03/2017

RENDUELES, César (2017): *En Bruto: Una reivindicación del Materialismo Histórico.* Catarata. Madrid.

ROS, Enric. *Borgen, virtù neomaquiaveliana en tiempos de la hybrys política.* En Tous-Rovirosa (ed.) (2015): *La política en las series de televisión: Entre el cinismo y la Utopía* (127-139). Editorial UOC. Barcelona.

RUIZ RAMÓN, Francisco (1971) *La historia del teatro español: Siglo XX.* Alianza Editorial. Madrid.

TOUS-ROVIROSA, Anna (2008). *El Text Audiovisual. Anàlisi des d'una perspectiva mediològica.* (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra.

TOUS-ROVIROSA, Anna (2010): *La era del drama en televisión.* Editorial UOC. Barcelona

TOUS-ROVIROSA, Anna. *Series Políticas.* En Vilches, Lorenzo (2017), *Diccionario de Narrativas.* Random House Penguin. Barcelona.

THIELMAN, Sam (2016) Netflix and Ill: Is the Golden Age of TV coming to an end? En *The Guardian.* Recuperado de <https://www.theguardian.com/media/2016/oct/16/is-golden-age-tv-over-netflix-shows-cable-television> Consultado el 17/03/2017.

SEARLE, John (1979). *Expression and Meaning*. Cambridge University Press. Londres.

STREET, John (2005). *Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonised? Theories of the Impact of Mass Media*. En *Political Studies Review*, vol.3 (17-33).

STRÖMBACK, Jesper (2008): *Four Phases of Political Mediatization*. En *Press/Politics* 13:3 (228-246).

Anexos

Índice de anexos

Anexo 1. Fichas de análisis.....Pág.91

Anexo 2. Tablas de resultados.....Pág 149

Anexo 3. Entrevista a Gabriel Colomé.....Pág.154

Anexo 4. Diálogos citados.....Pág 165

Anexo 1. Fichas de análisis. Modelo de ficha.

Unidad de análisis:

Programa:

Cadena

Grupo de comunicación

1- Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2- Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3- Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4- Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5- Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6- Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas

C. Ambos

7- Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8- Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9- Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10- Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11- Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12- Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13- Tratamiento del líder

- A. Cinico
- B. Cómico

C. Idealizado

D. Dramático

14- Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15- Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16- Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19- Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20- Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21- Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Anexo 1.1. Fichas de *El Ala Oeste*

Unidad de análisis: t01e01
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena

NBC

Grupo de comunicación

NBC

1- Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2- Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3- Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4- Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5- Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6- Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7- Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8- Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9- Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10- Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11- Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12- Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13- Tratamiento del líder

- A. Cinico
- B. Cómico

- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14- Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15- Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16- Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19- Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20- Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21- Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e02
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e03
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2.Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e04
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e05
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-11mplicacion de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-1Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e06
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implícación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16- Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e07
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

12-PERSONAJES

Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e08
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e09
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e10
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14.Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e11
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-11mplicacion de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e12
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

12-PERSONAJES

Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e13
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2- Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e14
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e15
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e16
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e17
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e18
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e19
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e20
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- D. Mediterraneo
- E. Liberal
- F. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e21
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e22
Programa: El Ala Oeste de la Casa Blanca

Cadena
NBC

Grupo de comunicación
NBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. **Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)**
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. **Idealizado**
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. **Alta (Disfunción)**
- D. Baja

Anexo 1.2 Fichas de *The Thick of It*

Unidad de análisis: t01e01
Programa: The Thick of It

Cadena
BBC Four

Grupo de comunicación
BBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. **Cómico**
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. **Medios**
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. **Proceso discursivo - Constructivista**
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. **Cómico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. **Cómico**
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e02
Programa: The Thick of It

Cadena
BBC Four

Grupo de comunicación
BBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e03
Programa: The Thick of It

Cadena
BBC Four

Grupo de comunicación
BBC

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13.Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14.Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Anexo 1.3 Fichas de *Borgen*

Unidad de análisis: t01e01

Programa: *Borgen*

Cadena

DDR1

Grupo de comunicación

Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e02
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e03
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e04
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e05
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e06
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e07
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinataria de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e08
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa
A. Abierto
B. Pago

2-Sistema mediático
A. Mediterraneo
B. Liberal
C. Corporativo

3-Argumento central del episodio
A. Desarrollo del trabajo político
B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación
A. Crear discurso político global
B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo
A. Alta
B. Media
C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

A. Medios
B. Estructuras políticas
C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución
A. Alta
B. Media
C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional
A. Cómico
B. Crítico
C. Idealizado
D. Dramático

9-Destinatarario de la actividad institucional
A. Medios
B. Actores institucionales
C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública
A. Proceso dialógico - Pluralista
B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
C. Proceso discursivo - Constructivista
D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático
A. Alta
B. Media
C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos
A. Protagonista
B. Principal
C. Secundario
D. No aparecen

13-Tratamiento del líder
A. Cínico
B. Cómico
C. Idealizado
D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político
A. Alta
B. Media
C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo
A. Alta
B. Media
C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación
A. Protagonista
B. Principal
C. Secundario
D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones
A. Alta
B. Media
C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*
A. Cómico
B. Cínico
C. Idealizado
D. Dramático

19-Papel de los periodistas
A. Protagonista
B. Principal
C. Secundario
D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas
A. Cómico
B. Cínico
C. Idealizado
D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política
A. Alta (Influencia en la institución)
B. Alta (Construcción de discurso)
C. Alta (Disfunción)
D. Baja

Unidad de análisis: t01e09
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e10
Programa: Borgen

Cadena
DDR1

Grupo de comunicación
Danmarks Radio

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Anexo 1.4 Fichas de

Crematorio

Unidad de análisis: t01e01

Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. **Abierto**
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. **Mediterráneo**
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. **Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. **Información sin discurso**

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. **No aparecen**

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- D. Alta
- E. Media
- F. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. **Dramático**

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. **No aparecen**

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. **Dramático**

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e02
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinataria de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- E. Cómico
- F. Cínico
- G. Idealizado
- H. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e03
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e04
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinataria de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e05
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Construcctivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del spin doctor en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del spin doctor

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e06
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Construcctivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e07
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Construcctivist a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e08
Programa: Crematorio

Cadena

Canal + - La Sexta

Grupo de comunicación

Canal +

1.Ámbito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. Pago

2-Sistema mediático

- A. Mediterráneo
- B. Liberal
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. Crear discurso político global
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. Medios
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. Crítico
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. Actores institucionales
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. Cínico
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. Baja

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. Cínico
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Anexo 1.5 Fichas de *House of Cards*

Unidad de análisis: t01e01
Programa: House of Cards

Cadena

Netflix

Grupo de comunicación

Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6- Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

15-Implicación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e02
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e03
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinataria de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e04
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- E. **Alta (Influencia en la institución)**
- F. Alta (Construcción de discurso)
- G. Alta (Disfunción)
- H. Baja

Unidad de análisis: t01e05
Programa: Crematorio

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e06
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e07
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. Desarrollo del trabajo político
- B. **Desarrollo de la vida personal de los personajes**
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinataria de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Implacación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. **Baja**

Unidad de análisis: t01e08
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- E. Alta
- F. **Media**
- G. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. **Alta (Construcción de discurso)**
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e09
Programa: House Of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. Alta (Influencia en la institución)
- B. **Alta (Construcción de discurso)**
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e10
Programa: House Of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e11
Programa: House Of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. Alta
- B. **Media**
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17-Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18-Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e12
Programa: House of Cards

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Unidad de análisis: t01e13
Programa: Crematorio

Cadena
Netflix

Grupo de comunicación
Netflix

1-Ambito del medio en que se emite el programa

- A. Abierto
- B. **Pago**

2-Sistema mediático

- A. Mediterraneo
- B. **Liberal**
- C. Corporativo

3-Argumento central del episodio

- A. **Desarrollo del trabajo político**
- B. Desarrollo de la vida personal de los personajes
- C. Disfunciones políticas (Corrupción, p.e)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4-Papel de los medios de comunicación

- A. **Crear discurso político global**
- B. Transmisión de noticias fuera de la actividad política (noticias personales, disfunciones políticas...)
- C. Información sin discurso

5-Importancia de los medios en el capítulo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

6-Construcción de la opinión pública

- A. **Medios**
- B. Estructuras políticas
- C. Ambos

7-Influencia de los medios en la institución

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

FUNCIONAMIENTO INSTITUCIONAL

8-Tratamiento del funcionamiento institucional

- A. Cómico
- B. **Crítico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

9-Destinatario de la actividad institucional

- A. Medios
- B. **Actores institucionales**
- C. Ambas

10-Proceso de construcción de opinión pública

- A. Proceso dialógico - Pluralista
- B. **Proceso dialógico mediado - Constructivista a pospuesto**
- C. Proceso discursivo - Constructivista
- D. Proceso material - Estructuralista

11-Influencia de los políticos en el funcionamiento mediático

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

PERSONAJES

12-Papel de los liderazgos

- A. **Protagonista**
- B. Principal
- C. Secundario
- D. No aparecen

13-Tratamiento del líder

- A. **Cínico**
- B. Cómico
- C. Idealizado
- D. Dramático

14-Importancia mediática del líder político

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

15-Impliación de los medios en la construcción del liderazgo

- A. **Alta**
- B. Media
- C. Baja

16-Papel de los asesores de comunicación

- A. Protagonista
- B. Principal
- C. **Secundario**
- D. No aparecen

17- Participación del *spin doctor* en la toma de decisiones

- A. Alta
- B. Media
- C. **Baja**

18- Tratamiento del *spin doctor*

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

19-Papel de los periodistas

- A. Protagonista
- B. **Principal**
- C. Secundario
- D. No aparecen

20-Tratamiento de los periodistas

- A. Cómico
- B. **Cínico**
- C. Idealizado
- D. Dramático

21-Influencia de la vida privada de los personajes en la actividad política

- A. **Alta (Influencia en la institución)**
- B. Alta (Construcción de discurso)
- C. Alta (Disfunción)
- D. Baja

Anexo 2. Tablas de resultados

Anexo 2.1. Tabla de resultados de *El Ala Oeste*

	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
Item 1	22 respuestas		/	/
Item 2		22 respuestas		/
Item 3	22 respuestas			/
Item 4		22 respuestas		/
Item 5		22 respuestas		/
Item 6	22 respuestas			/
Item 7	2 respuestas	2 respuestas	18 respuestas	/
Item 8			22 respuestas	
Item 9		22 respuestas		/
Item 10		22 respuestas		
Item 11		1 respuesta	21 respuestas	/
Item 12	22 respuestas			
Item 13			22 respuestas	
Item 14	22 respuestas			/
Item 15	3 respuestas		19 respuestas	/
Item 16		22 respuestas		
Item 17	1 respuesta	5 respuestas	16 respuestas	/
Item 18			22 respuestas	
Item 19			22 respuestas	
Item 20		2 respuestas	20 respuestas	
Item 21			15 respuestas	7 respuestas

Anexo 2.1.Vaciado de los resultados de *The Thick of It*

	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
Item 1	3 respuestas		/	/
Item 2		3 respuestas		/
Item 3	3 respuestas			/
Item 4	3 respuestas			/
Item 5	3 respuestas			/
Item 6	3 respuestas			/
Item 7	3 respuestas		18 respuestas	/
Item 8	3 respuestas		22 respuestas	
Item 9	3 respuestas	22 respuestas		/
Item 10			3 respuestas	
Item 11		3 respuestas		/
Item 12		3 respuestas		
Item 13		3 respuestas		
Item 14		3 respuestas		/
Item 15			3 respuestas	/
Item 16	3 respuestas			
Item 17	3 respuestas			/
Item 18	2 respuestas	1 respuesta		
Item 19			3 respuestas	
Item 20		3 respuestas		
Item 21			1 respuesta	2 respuestas

Anexo 2.3. Tabla de resultados de *Borgen*

	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
Item 1	10 repuestas		/	/
Item 2			10 repuestas	/
Item 3	10 repuestas			/
Item 4	10 repuestas			/
Item 5	10 repuestas			/
Item 6	10 repuestas			/
Item 7	10 repuestas			/
Item 8				10 repuestas
Item 9	10 repuestas			/
Item 10			10 repuestas	
Item 11		10 repuestas		/
Item 12	10 repuestas			
Item 13	1 repuestas		5 repuestas	4 repuestas
Item 14	10 repuestas			/
Item 15	10 repuestas		19 repuestas	/
Item 16		10 repuestas		
Item 17	4 repuestas	3 repuestas	3 repuestas	/
Item 18		10 repuestas		
Item 19		10 repuestas		
Item 20		1 respuesta	9 repuestas	
Item 21	1 respuesta	9 repuestas		

Anexo 2.4. Tabla de resultados de *Crematorio*

	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
Item 1	8 respuestass		/	/
Item 2	8 respuestas			/
Item 3			8 respuestas	/
Item 4			8 respuestas	/
Item 5			8 respuestas	/
Item 6	8 respuestas			/
Item 7			8 respuestas	/
Item 8		8 respuestas		
Item 9				/
Item 10				
Item 11				/
Item 12				
Item 13				
Item 14				/
Item 15				/
Item 16				8 respuestas
Item 17				/
Item 18				
Item 19				8 respuestas
Item 20				
Item 21				

* Los ítems vacíos, pintados de negro, se corresponden a las preguntas que no ha sido posible contestar visualizando *Crematorio*. Es por esta falta de datos en las fichas que el planteamiento expuesto en el apartado 5. *Investigación de Campo* (5.4. *Resultados de Crematorio*) es diferente al del resto de series

Anexo 2.5. Tabla de resultados de *House of Cards*

	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
Item 1		13 respuestas	/	/
Item 2		13 respuestas		/
Item 3	12 respuestas	1 respuesta		/
Item 4	13 respuestas			/
Item 5	9 respuestas	3 respuestas	1 respuesta	/
Item 6	13 respuestas			/
Item 7	10 respuestas	2 respuestas	1 respuesta	/
Item 8	1 respuesta	2 respuestas		
Item 9		13 respuestas		/
Item 10		13 respuestas		
Item 11	9 respuestas	3 respuestas	1 respuesta	/
Item 12	13 respuestas			
Item 13	13 respuestas			
Item 14	7 respuestas	3 respuestas	3 respuestas	/
Item 15	4 respuestas	4 respuestas	5 respuestas	/
Item 16			13 respuestas	8 respuestas
Item 17			13 respuestas	/
Item 18		13 respuestas		
Item 19		12 respuestas	1 respuesta	
Item 20		13 respuestas		
Item 21	9 respuestas	13 respuestas		1 respuesta

Anexo 3: Entrevista con Gabriel Colomé. Realizada el 18/04/2017.

¿Cómo han evolucionado comunicación y ficción política para llegar al punto en que están ahora?

Yo separaría un poco House of Cards de las demás series, primero porque Francis Underwood sería *El Príncipe* de Maquiavelo en el siglo XXI, es decir, el realismo político aplicado a la política en sentido estricto, de amoralidad, de la realidad. No tiene nada que ver con la lógica que puede tener *Borgen*, *The West Wing* u otras series que se parecen más a la realidad. House of Cards no se parece a la realidad, por mucho que haya temas parecidos. Underwood puede llegar a matar, de manera indirecta – en la primera temporada con el diputado Russo – o directa – tirando a la periodista al metro. Ni te cuento ya con su jefe de gabinete matando a la prostituta con una pala. Por lo tanto, es la descripción de la política en el sentido más renacentista de la palabra. “Antes ser temido que amado”. Si miramos las otras series, nacen por un motivo: *Borgen* porque es una ficción de una primera ministra que no existe en esos momentos en Dinamarca. Es una serie que estaba pensada para una temporada, pero tiene tanto éxito internacional que se permiten con los beneficios hacer dos temporadas más. Es el día a día del sistema parlamentario, y fija mucho cómo es el sistema parlamentario escandinavo: de estado del bienestar, muy participativo, muy democrático, muy abierto.... *The West Wing* es el mito. Tiene tanto éxito que la propia Casa Blanca de Bush, a partir del 2000, entra en guerra con la serie. No toleran que haya una serie en una televisión generalista que sea demócrata cuando ellos son republicanos, y harán todo lo posible para intentar destruirla. Lo conseguirán en parte. Primero liquidan a Aaron Sorkin, pero no consiguen que Martin Sheen – un activista radical del partido demócrata– sea despedido. Finalmente, consiguen que los guionistas conviertan la serie, a partir de la quinta temporada, en una ficción menos política y más personal. Si se comparan las tres primeras temporadas con las siguientes, la quinta sobre todo, es más oscura. La séptima ya está encampaña presidencial, y muestra un equipo que sufre. Es una manera que tenían los republicanos de Bush de ahuyentar en cierta medida la audiencia de una serie demócrata.

Si comparamos los tres líderes – la primera ministra Nyborg, Underwood y Bartlet – es evidente que tanto como la primera ministra como Bartlet son positivos, propositivos, mientras que Underwood es la parte oscura. Algunos analistas afirman que *House of Cards* no es una serie de política sino que era una serie sobre una pareja que se dedica a la política. Es decir que lo importante es la relación que mantienen ellos dos. Y, en medio, pasan cosas *políticas*. Pero en el fondo es la relación esta de Macbeth y Lady Macbeth, podríamos decir, que tienen estos dos personajes. ¿Por qué tiene éxito *House of Cards*? Seguramente por este punto de atracción – repulsión sobre el personaje.

¿Qué tiene que ver, una propuesta como *House of Cards*, que muestra estas instituciones tan oscuras, con este personaje maquiavélico como es Underwood, con el proceso que se da en el segundo mandato de Obama?

El primer elemento a recordar es que la primera victoria de Obama en el 8 para el 9, la reacción de la derecha más dura es la creación del Tea Party, un movimiento que luchará para destruir electoralmente a todos los republicanos liberales. Además, el segundo mandato de Obama es un mandato con un congreso republicano, es decir, todas las expectativas que podía tener él de poner en marcha diferentes planes legislativos se bloquean y gobernará su segundo mandato con lo que se llama un *congreso hostil*, por lo tanto, la frustración es evidente. ¿Fue un fracaso? Sí y no. ¿Causó desafecciones? Sí. Esto tiene que ver con *House of Cards*. Underwood es de Carolina del Sur, un estado de la confederación. Además, hay capítulos en los que un bisabuelo lucha y muere en la Batalla de los Siete días, una de las más sangrientas. Y, por lo tanto, él viene de un estado confederado. En Estados Unidos los demócratas del sur históricamente eran los confederados, los que eran segregacionistas, los racistas, antiliberales y, por lo tanto, damos por hecho que él es un demócrata del sur. ¿Casado con quién? Con una tejana, que también es de la confederación. Es decir, que dentro del partido demócrata, la pareja no es precisamente del sector *progre*.

Frank es quien controla el partido, y todo empieza por una venganza, porque le prometen una cosa y no lo cumplen y, por lo tanto, se siente totalmente justificado para destruir todo lo que tiene al lado. No es evidente que tenga

pensado ser presidente, pero hay un momento en que es evidente que quiere asaltar la presidencia y, tal como lo tiene construido, lo tiene pensado todo desde el principio. No improvisa: utiliza a Russo, utiliza al secretario de estado, tumba al secretario de educación. Juega perfectamente sus cartas, estratégicamente, tácticamente. ¿Y es Trump? Difícil, porque no funciona con esta lógica, porque Trump no forma parte del establishment y Underwood es establishment.

¿Y no podría ser Underwood la representación del nuevo *afuera*, del nuevo rechazo por las élites liberales?

Underwood es comparable con *Los Soprano*. Los guionistas descubrieron que estaban haciendo una cosa terrible, estaban haciendo que la gente cogiera simpatía hacia los gánsteres. A partir de la segunda temporada empiezan a describir cómo son los gánsteres, para poner un poco de distancia a ese elemento de afecto que se le estaba cogiendo al gánster. Esto es un poco el elemento de ponerle distancia al personaje para que la gente no se piense que eso es realmente la política, sobre todo cuando lo comparas con los de *The West Wing*. Francis Underwood y su gabinete y su mujer no son los *buenos*, y además lo demuestran. Así que el éxito de la serie se debe a este aspecto oscuro que tiene el personaje. Es como si los Soprano hubieran llegado a la Casa Blanca, es decir, los guionistas no deben hacer simpático al personaje. ¿Trump es simpático? No, para nada. Es exactamente como si fuese un demócrata del sur, ¿no?. Es racista, de extrema derecha, el Kukux Klan lo aplaude porque lo considera uno de los suyos, es machista, es todo aquello que va en contra el perfil liberal de los políticos a los que estamos acostumbrados hoy en día, es decir, la antítesis de Obama, clarísimamente. En cambio, si mirásemos a Bill Clinton y a Hillary Clinton, yo diría que también se parecen mucho a Francis y a Claire Underwood. Y este fue el drama de Hillary Clinton, que era vista como una mala persona, dedicada solo a la política, dedicada a una sociedad limitada por el poder. El Clinton Land es esto, es decir, si tenemos que hacer un paralelismo, yo lo pondría más con Bill y Hillary porque llevan muchos años, ellos llegaron como unos recién llegados desde Arkansas, pero se han hecho con Washington y son una dinastía washingtoniana. Y cuando uno analiza la candidata Clinton, ves que es exactamente igual que Claire Underwood: fría, distante, cerebral,... Entonces,

House of Cards, como tú dices, ¿es una premonición de lo que vendrá porque en el fondo describe unos Estados Unidos totalmente desencantados, en plena crisis económica, se montan ese programa para que la gente salga del paro y todo eso? Sí, es muy posible. Que los republicanos de Trump hayan podido coger ideas de Underwood es posible, en el sentido en que cuando ves, analizas, a Steve Bannon, a Killian Conway, el concepto este de “estos son los hechos, pero hay otros alternativos” es en el fondo lo mismo que hace Francis Underwood que cuando tiene un problema, crea otro para que este otro sea más importante que el problema real. Es capaz de tirarse una piedra a su casa. Con esto sí que es premonitorio. No sé si es tan premonitorio como lo que pasó con la séptima temporada de The West Wing, que acierta perfectamente, aunque no lo sabían, lo de Obama con Santos y lo de Vimmick con Mc Cain.

El retorno del rechazo al Estado, a esta institución, a la representación de esta como una institución fría, oscura, que rompe, que corrompe, que quizás había intentado desaparecer en The West Wing y que vuelve en este contexto.

Si comparamos las presidencias, el momento más oscuro de la presidencia es Nixon, es el momento de la pérdida de la inocencia, yo diría, con el sistema. Cuando la opinión pública descubre que tienen a un presidente que es un gánster, rompe con el ideal republicano, de que la primera institución es sinónimo de excelencia. La población que se desencanta con Nixon no se volverán a conectar hasta Obama. Obama vuelve a conectar el '68 con el 2008, es decir que estos 40 años son 40 años de glaciación. Y Obama conecta directamente con la campaña de Bobby Kennedy, con los jóvenes. Y Nixon es lo peor. Después llega Reagan, que es la *realpolitik* aplicada de nuevo a los Estados Unidos. Fíjate que Trump intenta recuperar la lógica del pasado: en el pasado eran felices, en el presente no lo somos y el futuro es incierto. ¿Y yo, dónde quiero vivir? ¿En el futuro? No, quiero vivir en el pasado que era cuando se era feliz. Esto es un problema, un problema muy grande. Reagan tenía muy claro cómo podía ser grande otra vez: destruyendo la Unión Soviética. Trump ¿a quién quiere destruir? No tiene a la Unión Soviética, el mundo se ha vuelto multilateral y él lo convertirá multipolar.

Antes de Nixon, la ficción política estaba en estados muy previos, muy primitivos, con una narrativa principal basada en el *hombre común* que entra en política. ¿A qué se debe esto?

Hay de todo. Hay películas liberales, como *The Best Man*, de Gore Vidal. Vidal tenía una ventaja: había sido cuñado de Kennedy, sus padres se habían casado cruzados y hubo un momento en que Jacqueline y él se conocían. Él se presentó como candidato también, pero no salió. Pero es igual, él entraba y salía de la Casa Blanca cuando quería y escribe esta película en clave muy liberal. Después está *7 días de Mayo*, que es el intento de un golpe de estado – a Kennedy le hacía mucha gracia ver al general –.

Está *All the king's men*, es la historia de un famoso gobernador Huey P. Long, de Louisiana, que fue asesinado. Habría sido el gran candidato contra Roosevelt desde el partido demócrata del sur. Era mucho mejor populista que Roosevelt. Es una América totalmente diferente, porque el personaje es totalmente diferente, es el político este populista, clientelar, muy antipartido. No sé si en la película o en el libro explica que el sistema que él creó en los años '20 estuvo vigente hasta el '85, para que nunca ganara un republicano en Louisiana.

Es la parte oscura de la política, de un personaje muy controvertido en la historia de la política americana. No forma parte de este espacio. Lo más sintomático sería Frank Capra y James Stewart, luchando en el senado contra el senado. Esto no les gustó nada a los senadores. Explica en sus memorias Frank Capra que tuvo un disgusto: él estaba encantado con la película porque pensaba que era una gran defensa de la institución, mientras los senadores cogieron un rebote monumental. Pero bueno, ha quedado como el gran ejemplo de alguien que se puede enfrentar a la institución y ganar.

Hay una cosa que llama la atención comparando las dos House of Cards: a la británica Francis tiene muy claro que no solo necesita los medios de comunicación para filtrar las informaciones que va dando sino que también los necesita para construirse a sí mismo. Y eso Frank Underwood no lo hace.

Porque es otra época. No existe internet.

Sin embargo, en una sociedad mucho más mediatizada, ¿Cómo es que Underwood se construye a sí mismo tan poco en los medios?

Porque no lo necesita. Él utiliza los medios, utiliza a la periodista para filtrar, y por lo tanto, utiliza a los medios para su beneficio. Pero él no necesita construirse como líder, primero porque él sabe que en el momento en que sea presidente, será el líder, por lo tanto, debe pasar totalmente desapercibido para que nadie piense en él como una alternativa a nada. No utiliza Twitter.

¿Cuándo utiliza realmente las redes sociales? Durante la campaña, que es cuando descubre que a partir de un programa de seguimiento – totalmente ilegal – puede influir en las redes sociales para ser el referente. Pero es la única vez que se convierte en un líder *mediático*. Esta diferencia se da porque en el sistema parlamentario – y sobre todo en la lógica del partido conservador – quien nombra al líder es el grupo parlamentario, no el congreso, a diferencia de los laboristas. Por lo tanto, Urquhart necesita construirse un perfil de político mediático, para que, en el momento de la votación del grupo parlamentario, él sea alguien que *suene*, porque si no, no sería ni tenido en cuenta. Y para eso utiliza los medios, a favor suyo. El mecanismo de subida hacia el poder de Underwood es el del sistema presidencial, no necesita al partido. Siempre se mueve en pequeños grupos. Aquí no hay partido, aquí no hay convenciones. Por lo tanto, no es nada escrito y siempre hablado, para que no quede constancia.

Mirando a Borgen, el gobierno es muy consciente de que tiene la capacidad de crear opinión por sí mismo, algo que ninguna otra administración se plantea ¿Por qué pasa esto

En los sistemas parlamentarios, en el momento en que el gobierno abre la boca, es noticia. En un sistema presidencial, tú eres noticia porque abres la boca, pero automáticamente te pueden contrarrestar desde el congreso. En cambio, aquí no, en el momento en que el gobierno dice *yo haré*, tú sabes que lo hará porque tiene mayoría parlamentaria y, por tanto, es noticia. Y si la oposición dice *no lo harás*, sabes perfectamente que no sirve para nada porque no lo pueden impedir. En sistema presidencial, sí. En el sistema presidencial, en los Estados Unidos tienen separación estricta de poder y, por lo tanto, cuando el presidente abre la boca es noticia, pero cuando el otro lado abre la boca es la contra noticia.

Y por eso, digamos, en *The West Wing*, las decisiones se toman siempre en clave interna, en clave de “qué dirá el congreso, qué dirán los republicanos”...

Cada vez que el presidente abre la boca necesita construir una mayoría, con los suyos y con los otros. Ley por ley. Esta es la gracia del sistema para ellos. Si tienes al congreso a favor, mejor. No quiere decir que te voten siempre, pero es mejor.

The West Wing coge muchos de los ejemplos que le pasan a Clinton en el '92, '96... Por ejemplo, el famoso *Shutdown*, cuando cierran la administración. Esto se lo hizo **Bill Greenwich**, el *majority leader* en el 96. Había pasado antes, pero no con la espectacularidad con la que pasó en ese momento.

Para nosotros es más próxima la lógica Borgen – sistema parlamentario –, por la preocupación de los medios, el debate, la construcción, la mayoría... porque no solo debes hacer aprobar la ley, que lo puedes hacer, sino que debes crear el espacio mediático para que la opinión pública lo acepte.

Kasper Juul, el *spin doctor* de Birgitte Nyborg, no suele negociar con los medios, siempre intenta imponerse y ganar la arena mediática, intenta ser superior al medio. ¿Por qué?

Es que es superior. Y él lo sabe perfectamente. Es decir, que este punto de estar por encima del sistema parlamentario es posible en este sistema, en el sistema norteamericano es imposible porque los medios tienen vida propia, y por lo tanto, lo que hace el periodista constantemente es hacer las preguntas que tocan. Y este es el debate entre medios de comunicación y presidencia estando en esa sala de prensa. ¿Qué ha hecho Trump? Los ha sacado de allí. Y esta es la parte interesante de Trump, que se deberá analizar, que es el primer caso Mc Gruhan en directo, el primer caso de un personaje que es, a la vez, el mensaje, la noticia y el medio. Ha conseguido que sus tuits de las 7 de la mañana sean la noticia. Lo que marca todo lo que pasará aquel día.

Cambiando el foco geográfico, en las series que se desarrollan en los sistemas mediterráneos, hay un rechazo a representar la institución, excepto en casos muy concretos, y muchas veces en clave de comedia. ¿por qué este rechazo a representar la institución?

En *Mil Novecento Novanta Due*, en el fondo, el protagonista trabaja para Berlusconi. Pero es verdad que no sale ninguna institución, la institución es la justicia, pero no hay políticos. Y a Crematorio tampoco.

No hay tradición aún, si no es en broma, no tenemos una ficción política porque es muy complicado en la lógica de cuál sería el perfil que deberías buscar para que fuera creíble.

En el fondo, el problema, el tema es la cultura política que tenemos. Yo siempre hablo de la lógica anarco franquista, y yo creo que la cultura que tenemos anarco franquista, anarco fascista, rechazamos las instituciones porque recordamos a Franco, a Mussolini, a Salazar... Y eso genera la desconfianza frente a la institución y del gobierno, frente a esta administración que no es administración, frente a lo lejos que queda el poder... En el fondo, al final, se impone la lógica de “si quieres alguna cosa debes sobornar a alguien o debes hacerle un regalo”. O esa idea de que todos los políticos son iguales, ese pesimismo anarco fascista o anarco franquista, porque el sentido de que no hemos tenido una cultura democrática, una cultura cívica en este país. Cada vez que se ha implantado un periodo liberal en España, ha durado tres o cinco años. Es decir, llevamos desde 1812 hasta hoy, 8 años de periodos liberales, más los años de gobierno socialista. Lo demás, siempre ha sido bastante patético. Esto marca. Cuando comparas con Dinamarca, llevan desde el 1846 practicando. En Italia se unificaron a finales del siglo XIX y a partir del '23 ya tenían fascismo. Y, después, democristianos. Entonces ¿qué haces? Solo puedes hacer una cosa: *Crematorio* o 1992, porque cualquier otra ficción ni se acercaría a la realidad. Y si se tuviera que acercar a la realidad, lo que más se acerca a la realidad en lógica política es *Cuéntame*, que es la historia de una familia que participa en política, en la UCD, etc., pero es la familia, es la historia de la familia en el tiempo. No hay política, bueno, no hay instituciones.

Hay una cosa de la relación entre instituciones políticas y medios que llama bastante la atención. Todas las series políticas que muestran a los medios, en algún momento, enseñan que éstos están controlados por un poder económico. Sin embargo, lo hacen de forma muy tangencial. ¿Por qué pasa esto?

Este no es uno de los temas importantes en la estructura de la ficción. No es importante. En las series políticas, los medios no son el actor central de la ficción. No tiene importancia. En *Borgen* sí, por el carácter del sistema escandinavo. Pero es como un juego, es un programa que tiene premios, que está bien visto por todo el mundo y, por lo tanto, no cuesta ir allí.

Y en los momentos en los que, por ejemplo, la relación del empresario amigo del presidente, el que acaba aconsejando que nombre a Frank Underwood...

Si, que acaban aparejándose bastante.

Si, quizás es el único personaje que le hace un poco de sombra...

Sí, porque es igual de oscuro que él. Se va a China a ver al chino para que lo bloquee...

Volviendo a la mediatización de la política, ¿tienen capacidad las instituciones para crear opinión pública independientemente de los medios? ¿Y en qué contexto podía ser?

Independientemente de los medios, no. Necesitan a los medios para construirla, porque tú estás fijando la agenda política. Y la agenda política tan solo puede ser agenda política si es a través de los medios, porque si no, no llega a ningún lugar. Por lo tanto, los medios, aunque no estén presentes, están. Yo creo que el símbolo, en *Borgen*, es el programa de televisión. Porque en el fondo es como si representase a los medios en su conjunto y, por lo tanto, son los que fijan el contrapunto en el poder. Es decir, cuando la primera ministra dice *nosequé*, ellos argumentan a favor o en contra, pero son los encargados de darle validez mediática, pública.

Lo último de lo que nos quedaría por hablar es sobre el personaje del Spin Doctor, el personaje del asesor de comunicación. Toby Ziegler es un personaje muy claro de un asesor de comunicación que está con el presidente Barlet. En contraposición a esto, está Kasper Juul, que dice “los moderados no me caen bien, son demasiado blandos, pero yo puedo vender lo que sea”. ¿Cuál es la transición, qué ha pasado entre estos dos modelos de personaje de Spin Doctor? ¿Qué ha pasado en estos años? ¿Cuál es más real?

Los dos son muy reales, ¿no? Porque Toby Ziegler es demócrata y trabaja para los demócratas. Juul trabaja para la candidata, lo que pasa es que la candidata no acepta una cosa que quiere hacer. Y fíjate en Fönsmark. Se va a trabajar con los conservadores, y se enfada, porque al principio considera que es una profesional y puede trabajar con quien sea, pero ve que no, que hay cosas que no pueden ser y acaba trabajando para Nyborg, los Nuevos Demócratas, que son PDECat mal hecho.

Por lo tanto, los Spin Doctors son consejeros, asesores... Todos ellos son Spin Doctors. La visión del director de comunicación, es profesional. Es un profesional y puede trabajar con quien sea, pero acaba acercándose más a los que más se acerquen a sus creencias.

Pero sí que hay una evolución en la importancia que tiene el Spin Doctor en la toma de decisiones políticas, en el sentido en que hay un equipo – Toby Ziegler – que se encuentra con decisiones alrededor de las que hay tenido que construir un discurso, mientras que hay un Kasper Juul que puede entrar en el despacho de la primera ministra y decirle “esta ley no la podemos hacer porque no nos la va a comprar el público”. Esto sí que ha supuesto un cambio, una evolución.

Sistemas diferentes. Es decir, el equipo del presidente es el equipo del presidente, y debe pensar qué tiene que hacer con el congreso para que se acerque. El capítulo *Let Bartlet be Bartlet*, cambian una ley negociando con los militares, con patronales, sindicatos.... Están todos en relación a diferentes niveles de la administración. Y al final, reconocen que no pueden hacer nada porque el presidente no les apoya. McGarry le dice a Bartlet “nos has traído al centro, debemos tomar una posición, no podemos estar siempre en medio”.

Cuando ellos hablan delante de un senador o el congreso, detrás está (o debería estar) el presidente, y eso es muy importante. En cambio, el primer ministro tiene un parlamento del que depende. Por lo tanto, lo que hace Kasper Juul es decirle a Nyborg “ten cuidado, porque si llevamos esta ley, tendremos un problema, no solo con el parlamento, sino que los electores, la opinión pública, no la aceptarán”. Ella, por lo tanto, está sometida a dos niveles, el parlamentario y la opinión pública.

Esto también se reproduce en las series británicas, como en el caso del Dough Stamper de la BBC, de Malcolm Tucker en *The Thick of It*...

Porque estamos en un sistema parlamentario. Lo que tú ves en *The West Wing* es el núcleo de la Casa Blanca. Lo que la gente no sabe es que al lado hay un edificio, el Executive Building, donde caben 1500 personas. Cuando estos piden cosas, los de este edificio empiezan a trabajar. Esta estructura no existe en un sistema parlamentario. Debes dimensionar el tamaño del país, presupuesto...

En el caso de Kasper Juul, él está solo con Nyborg. Aquí los discursos los hace todos él, pero también tiene relación con los medios, es decir, es más un consultor asesor europeo. Hace de todo.

Lo normal es que haya más gente haciendo cosas. Si tú ves *Madam Secretary*, que es solo el departamento de estado, que es solo su equipo, ves la cantidad de gente que hay.

En las series norteamericanas hay también equipos externos, por ejemplo.

Tienen de todo. En cambio en Europa tienen menos gente. Por tradición y porque el sistema es diferente. Por ejemplo, en Moncloa hay un director general, un secretario de estado de relaciones con las Cortes. Es el enlace entre el grupo parlamentario y el gobierno para hacer las leyes. En estados unidos no existe esta figura. Josh Lyman se va a ver a los congresistas para aprobar una ley y va añadiendo cosas y quitando cosas según vayan las negociaciones. ¿Por qué? Porque EE.UU. empieza con un proyecto de ley de 20 páginas y acaba teniendo unas 400. Y todo son los añadidos de cada uno que ha añadido lo suyo. Y que el presidente ha aceptado. Esto es impensable en el sistema parlamentario.

Anexo 4: Diálogos citados.

Anexo 4.1. *El Ala Oeste*. Episodio 1.6. *El Señor Willis de Ohio*

- **CJ:** Sam, necesito que me ayudes. No entiendo algunos detalles de la nueva ley.
- **Sam:** Qué detalles?
- **CJ:** El censo.
- **Sam:** CJ, ¡llevamos dos semanas hablando únicamente del censo! ¿Cómo...?
- **CJ:** Lo sé. Me lo inventaba todo. (...) Pero me he dado cuenta de que voy a estar toda la semana hablando del tema así que mejor saber algo.

Anexo 4.2. *El Ala Oeste*. Episodio 1.7. *La Cena de Estado*.

- **CJ:** Eso es todo. ¿Ninguna pregunta sobre el acuerdo nuclear? No, claro que no. (Abandona el encuentro)
- **Josh Lyman (Bradley Whitford), ayudante del jefe de gabinete del Presidente:** ¿Qué ha pasado?
- **CJ:** ¿Quién ha dado acreditaciones para la Casa Blanca a periodistas de moda?

Anexo 4.3. *El Ala Oeste*. Episodio 1.3. *Una respuesta proporcional*.

- **Bartlet:** Somos el país más poderoso sobre la Tierra. ¿No podemos hacer nada más [*que una respuesta proporcional*]?
- **McGarry:** Señor presidente, es usted el líder de la primera potencia mundial. Puede conquistar el mundo si quiere. Pero tenga por seguro que, en ese caso, yo mismo reclutaré un ejército, me enfrentaré a usted y le venceré.

Anexo 4.4. *The Thick of It* Episodio 1.1.

- **Reeder (delante de la reportera):** Quiere escribir una historia sobre el lío que ha habido esta tarde.
- **Tucker:** Claro, puede hacerlo. Pero entonces el gobierno rompería relaciones con ella y no conseguiría ninguna historia de este país nunca más, con lo que sería despedida. Y entonces yo llamaría a todos los editores que conozco, que son todos los que hay, y ella no volvería a trabajar nunca en esta ciudad.

Anexo 4.5. *The Thick of It*. Episodio 1.1.

- **Reeder:** ¿Qué os parece decir que el anuncio es que no hay anuncio? Decir a los medios: El ministerio de asuntos sociales está haciendo un gran trabajo en el día a día, el tipo de cosas necesarias pero que no llaman vuestra atención porque no son cosas brillantes y mediáticas, porque estáis obsesionados con las lógicas mediáticas, psicópatas
- **Abbott:** Sí, me gusta. Les engañamos, agitamos las llaves y luego les decimos: ¡Ajá! ¡Eso es lo que estábamos haciendo! ¡Estábamos haciendo nuestros trabajos todo el tiempo!

Anexo 4.6. *The Thick of It*. Especial de Navidad. *Spinners and Losers*.

- **Tucker:** ¿Escrúpulos? ¿Qué eso? ¿Son esas patatas fritas bajas en grasa?

Anexo 4.7. *The Thick of It*. Episodio 1.3.

- **Tucker (a Abbott):** Te redactaré una carta de dimisión. Dimitirás ahora, y el Primer Ministro dará una declaración oficial lamentando la pérdida de un joven ministro muy capacitado. Quedarás como el bueno y podrás optar a otra silla en la próxima rotación del gabinete. Aférrate al cargo y tu carrera política se ha acabado.

Anexo 4.8. *Borgen*. Episodio 1.4. 100 días.

- **Friis:** Acabo de hablar con el director general. Mientras estamos siendo investigados, no publicaremos las transcripciones.
- **Fönsmark:** ¿Qué? (...)
- **Friis:** Tampoco podemos mostrar las imágenes
- **Pia Munk (Lisbeth Wuff, editora de TV1):** Katrine puede referirse a ellas
- **Fönsmark:** ¿No puedo entrevistar a Holm sobre unas imágenes que no puedo mostrar? (...) ¡No puedo trabajar así!
- **Friis:** Eres una profesional
- **Fönsmark:** La única, al parecer.
- **Friis:** Es una orden.

Anexo 4.9. *Borgen*. Episodio 1.4. 100 días.

- **Nyborg:** ¿Detener periodistas? 100 días en el gobierno y ya parecemos el anterior.

Anexo 4.10. *Borgen*. Episodio 1.10. *El último martes de octubre*.

- **Fönsmark:** ¿Cómo pudiste hacerlo?
- **Friis:** TV2 iba a conseguir la entrevista.
- **Fönsmark:** Dejaste al asesor de prensa de la primera ministra editar la noticia
- **Friis:** Como principal red de noticias del país tenemos una agenda. Asignaciones, la nueva ley de medios...
- **Fönsmark:** Tenías una sola cosa, y rompiste tu responsabilidad. En el extranjero hay periodistas muriendo por la libertad de prensa. ¡Tú te meas en ella!

Anexo 4.11. *Borgen*. Episodio 1.10. *El último martes de octubre*.

- **Pernille Madsen (Petrine Ager), Ministra de igualdad:** El laborismo es ahora el partido más grande según los sondeos. Queremos una cantidad de ministerios que lo refleje.
- **Birgitte:** Qué queréis, Bjorn?
- **Bjorn Marrot (Flemming Sorensen), Ministro de exteriores:** Queremos lo que es justo
- **Madsen:** El ministerio de finanzas
- **Birgitte:** El ministerio de Ben Sejero
- **Madsen:** Después de conocer su relación con Yvonne Kjaer (Jannie Faurschou) no confiamos en él

Anexo 4.12. *Crematorio*. Episodio 1.5. *Día de Pesca*

- **Bertomeu:** Búscame el relevo dentro del partido. Alguien que no espere ser alcalde, y que necesite un buen consejo. No pongas esa cara. Las alcaldías son cementerios. Se sale de ellas directo a la nada. Y mientras gobiernas decides poco y te vigilan mucho. Ser alcalde es ser político, y eso es hambre para mañana. No podemos depender de las urnas. Hay que estar por encima de eso. Hay que permanecer, venga quien venga.

Anexo 4.13. *Crematorio*. Episodio 1.3. *Cambio de pareja*.

- **Zarrátegui:** ¿Con quién aparece Bertomeu en las grabaciones?
- **Comisario:** Con políticos de cierto nivel, y parece jugar fuerte, con los unos aquí y los otros en Madrid

Anexo 4.14. *Crematorio*. Episodio 1.8. *No dejamos nada*.

- **Político:** ¿Qué esperabas? Y, además, ¿Qué más quieres?. Hay que saber cuándo replegarse. Tendrán que pasar unas elecciones municipales. Que se estabilicen las cosas, que la gente se olvide (...) y oye, luego, sea de quien sea el ayuntamiento, ¿quién no va a aprovecharse de un proyecto como el de Costa Azul? (...) No te olvides que todo el país vive de esto.

Anexo 4.15. *House of Cards*. Episodio 1.12.

- **Janine:** Tranquila, puedes contármelo. Yo antes lo hacía todo el tiempo. Al empezar, me acostaba con cualquiera para conseguir una historia, incluso llegué a hacerlo con un senador. Pero si te descubren se acabó tu reputación, y no vale la pena.

Anexo 4.16. *House of Cards*. Episodio 1.1.

- **Underwood:** (Remy Danton), qué desperdicio de talento. Elige el dinero sobre el poder. Un error que muchos en esta ciudad acaban cometiendo. El dinero es la mansión en Sarasota que empieza a derrumbarse después de 10 años. El poder es el viejo edificio de piedra que sigue en pie durante siglos. No puedo respetar a alguien que no ve la diferencia.

Anexo 4.17. *House of Cards*. Episodio 1.7.

- **Underwood:** Si este niño hubiera estado en las aulas, como debería, este trágico suceso no habría acontecido. Devuelvan a los niños a las aulas (1.7).