



THE WEST WING:
POLITICAL COMMUNICATION IN ACTION

EL ALA OESTE: COMUNICACIÓN POLITICA EN ACCIÓN

René Palacios

Resumen

La conformación de espacios interdisciplinarios de asesoramiento en comunicación estratégica para los gobernantes se ha convertido en una necesidad de la política democrática. Cuándo nacieron, cómo se conforman y cómo ha impactado esta tendencia en la política latinoamericana son los objetivos que intenta responder el presente artículo.

Palabras clave: Ala Oeste; comunicación gubernamental; asesores políticos.

Abstract

The formation of interdisciplinary spaces in strategic communication advisory for political leaders has become a must in democratic politics. When they were created, how they are comprised and how this trend has impacted Latin American politics are the questions this article intends to answer.

Keywords: West Wing; government communication; political advisors.

En uno de los capítulos de la primera temporada de la mítica serie *The West Wing*, el Presidente de los Estados Unidos, Jet Bartlet, debe dar el tradicional Discurso del Estado de la Unión. Antes de asistir al Capitolio, el personaje interpretado por Martin Sheen se reúne en la oficina Oval con el Secretario de Agricultura, elegido esa noche como “superviviente designado”, un funcionario de la administración que se queda resguardado para que el país no se quede sin autoridades en caso de que ocurra un atentado o una catástrofe. Después de los saludos protocolares y antes de partir, el presidente pregunta:

-¿Tiene un buen amigo?

-Sí, señor.

-¿Es más inteligente que usted?

-Sí, señor.

-¿Le confiaría su propia vida?

-Sí, señor.

-Bien, ese es su Jefe de Gabinete.

Aunque en el caso americano el Ala Oeste es el lugar de la Casa Blanca donde están ubicadas la oficina Oval y las principales oficinas de asesores presidenciales, el concepto puede extrapolarse hacia cualquier espacio institucional donde asesores, consultores y actores políticos piensan, planifican, ejecutan y controlan estrategias y acciones para dotar de significado a las políticas públicas del gobernante.

El Gobierno entendía que la comunicación presidencial no se trataba de entregar un mensaje meramente informativo sino que se debía incluir un mensaje persuasivo.

Esto no es una novedad. Desde que hubo líderes, hubo asesores. Sin embargo, la profesionalización de este tipo de gabinetes ha sido creciente. Como apunta José Luis Dader (2004), los gobiernos y presidentes de Estado hace mucho entendieron que la política material de intervenciones sociales y económicas puede pasar inadvertida –y hasta arruinar su eficacia– si, al mismo tiempo, no confeccionan un envoltorio simbólico que dote a esas medidas de prestancia, justificación moral y reconocimiento popular.

Estados Unidos ha sido, desde el siglo pasado, el punto de referencia en la profesionalización de los gabinetes de comunicación presidencial. María José Canel (2007) identifica en el Gobierno de Richard Nixon el

primer hito en este proceso con la creación de la Oficina de Comunicación de la Casa Blanca y la designación de un director de Comunicaciones de la Presidencia. De esta manera, y bajo un contexto marcado por la proliferación de los medios de comunicación y la masificación del uso de la televisión, el Gobierno entendía que la comunicación presidencial no se trataba de entregar un mensaje meramente informativo –función que hasta ese momento cumplía la oficina de prensa– sino que se debía incluir un mensaje persuasivo, bajo un plan de relaciones públicas que incluyera la creación de una imagen de líder presidencial, una imagen de sus políticas públicas y una coordinación de todas las actuaciones departamentales con el plan trazado.

Con la restauración democrática, la política latinoamericana ha entrado de manera creciente en esta tendencia. En Chile, fue el presidente socialista Ricardo Lagos el que creó, en el segundo piso del Palacio de La Moneda, un ala de asesores encargados de trazar las líneas estratégicas de la comunicación presidencial. El gabinete ha mantenido un estilo similar al Ala Oeste de la Casa Blanca en su composición y funcionamiento: equipos interdisciplinarios integrados por personas de mucha confianza del presidente, asesores externos que han ocupado cargos estratégicos durante la campaña electoral y, generalmente, alejados de las cúpulas partidarias de la coalición de gobierno.

¿Están estos espacios exclusivamente reservados para la comunicación presidencial? Por supuesto que no. En un contexto cada vez más complicado para que los responsables políticos se comuniquen con los ciudadanos, la conformación de gabinetes estratégicos se convierte en una necesidad para cualquier líder que quiera dejar una huella en una sociedad cada día más apática con los asuntos públicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dader, J. L. (2004): “Comunicopólogos: los sastres del Emperador, sus hilos de oro y las lentes del público” *DOXA Comunicación*, 2:191-216.
- Canel, M. J. (2007): *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.



René Palacios
Director de Ala Oeste Consultores.
✉ renegonzalopalacios@gmail.com