

Entre el poder y el vil metal. Modelos profesionales, filosofía y técnicas de relaciones con los públicos en *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-)

Carmen Costa-Sánchez¹, Miguel Túñez-López²

carmen.costa@udc.es, miguel.tunez@usc.es

¹ Universidade da Coruña, A Coruña, 15071, A Coruña, España.

² Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 15906, Santiago de Compostela, España.

Pages: 429–441

Resumen: Como retrato del poder político, *House of Cards* realiza también de forma colateral una reconstrucción de la función de Relaciones Públicas por medio de sus personajes, su comportamiento y la filosofía de la profesión que aplican. El presente artículo analiza dichos elementos desde una perspectiva crítica para conocer la imagen del profesional y de la función de Relaciones Públicas que trasciende por medio de sus tres primeras temporadas. La metodología es el análisis de contenido elaborado gracias a una herramienta construida *ad hoc*, en base a investigaciones previas. El análisis concluye que la profesión es representada mayoritariamente por medio de hombres solitarios, ambiciosos, competitivos, que viven por y para el trabajo. Los valores en los que se enmarca son fundamentalmente negativos. Paradójicamente, las Relaciones Públicas, que se preocupan de la imagen positiva de sus representados, deben trabajar para el reconocimiento en positivo de su propia actividad.

Palabras-clave: Relaciones Públicas; serie televisiva; imagen; comunicación política; relaciones con los medios.

Between power and vile money. Professional models, philosophy and public relations techniques in *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-).

Abstract: As being a portrait of the political power, *House of Cards* realizes also a reconstruction of the function of Public Relations through its characters, behaviour and performance culture. The present work analyses these elements from a critical perspective to know the way Public Relations are depicted in its three first seasons. The methodology is the content analysis thanks to a tool built *ad hoc*, in the light of previous research. The analysis concludes that the profession is represented by solitary, ambitious and competitive men who only live for working. PR is framed by fundamentally negative values. Paradoxically, Public Relations that aim at offering

a positive image of organizations and public figures, have to work for the recognition in positive of their own activity.

Keywords: Public relations; TV series; reputation; political communication; media relations.

1. Introducción. Las Relaciones Públicas en la ficción. Arquetipos de Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas han existido siempre. Aunque no se pueda emplear el término como tal de modo riguroso, las sociedades mesopotámicas, griegas, romanas o egipcias, como sociedades complejas y organizadas, ya utilizaban acciones de Relaciones Públicas para ensalzar a sus líderes, disuadir a sus opositores o convencer a sus semejantes (Castillo Esparcia, 2009).

No obstante, la utilización de la terminología como tal, se le atribuye a un presidente norteamericano, en concreto, Thomas Jefferson, quien la habría utilizado en 1802 (Arceo Vacas, 1988). En cuanto a la figura profesional, el precursor de los actuales profesionales de la comunicación política fue Amos Kendall, miembro del gabinete del entonces presidente estadounidense Andrew Jackson (1829-1937), pues puso en práctica diversas estrategias para conseguir el apoyo de la opinión pública hacia el máximo mandatario norteamericano, centradas principalmente en la gestiones de las relaciones con los medios de comunicación social y la organización de toda clase de eventos (Xifra, 2008).

A lo largo de la historia, las Relaciones Públicas y el poder, del tipo que sea, han sido un binomio inseparable. El poder utiliza las Relaciones Públicas para lograr objetivos estratégicos y legitimar o mejorar su imagen. *House of cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-) supone uno de los retratos ficcionados más recientes sobre política norteamericana basado en el recorrido de un personaje, Frank Underwood, desde su rol como congresista y líder de la bancada demócrata, a presidente de los Estados Unidos. Es el *viaje del héroe* metamorfoseado a *viaje del antihéroe*. Su detonante y motivación es la venganza (pues en el último momento no es nombrado secretario de Estado como pretendía); sus armas, la falta de escrúpulos, la ambición y su capacidad de manipulación; sus aliados, fieles hasta niveles delictivos y sus antagonistas van cayendo como piezas de un ajedrez hasta llegar al último de ellos, Garrett Walker, presidente de los Estados Unidos.

Pero al tiempo que constituye una reflexión sobre el poder o mejor dicho *los poderes* y sus métodos, colateralmente, *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-) construye un retrato de las Relaciones Públicas y de sus profesionales. Éste es el objeto de reflexión del presente artículo teniendo presente que los retratos de ficción pueden tener un poderoso impacto en la percepción de los verdaderos profesionales (LaCalle, 2015).

Estudios anteriores han mostrado que las Relaciones Públicas son presentadas en sus retratos ficcionales como una misteriosa ocupación practicada por profesionales, en su mayoría hombres, sin escrúpulos, con complejo de superioridad y cuyo principal objetivo es que sus clientes salgan en las noticias y ganar poder (Miller, 1999).

Además, Miller (1999) identificaba ocho arquetipos asociados a la imagen cinematográfica de los profesionales de las Relaciones Públicas, que son: olvidadizo, servil, cínico, manipulador, guiado por el dinero, aislado, habilidoso, insatisfecho.

Lee (2001) concluye que las Relaciones Públicas se ven reducidas a la función de relaciones con los medios, mientras que sus profesionales equivaldrían a agentes de prensa. En el estudio de Johnston (2010), las mujeres asumen el papel principal en tan solo un 21% de las películas analizadas y la profesión se muestra limitada a las relaciones con los medios y organización de eventos, así como manipuladora y falta de ética. Los hombres asumirían los roles más importantes.

Ames (2010) coincide con los estudios anteriores en el perfil masculino de la profesión, pero apunta que los estereotipos negativos menguan en frecuencia y maldad, así como que el trabajo del Relaciones Públicas gana en complejidad y va más allá del de agente de prensa, pudiendo observarse la aplicación del modelo bidireccional simétrico (Grunig y Hunt, 1984).

En el análisis realizado al respecto en *El ala oeste de la Casa Blanca* (The West Wing, Aaron Sorkin, NBC: 1999-2006), Priest (2004) detecta que predomina el modelo de información pública seguido por el bidireccional simétrico y que tanto las Relaciones Públicas como sus profesionales son retratados favorablemente, como dignos de confianza, honestos, responsables y con un fuerte sentido ético.

Sin embargo, del reciente trabajo de Tsetsura et al. (2015), se concluye que la profesión es representada como desalmada y superficial, aunque reconocen que el estudio es limitado y debería extenderse a otros formatos audiovisuales como los televisivos.

La presente reflexión pretende aproximarse a la imagen de las Relaciones Públicas en la serie revelación sobre política norteamericana de los últimos tiempos (Fritz, 2015). Para ello, se estudiarán los personajes que desempeñan roles de Relaciones Públicas, sus características y funciones, para luego encajar sus prácticas en los distintos modelos de la profesión (Grunig y Hunt, 1984) y realizar una lectura crítica de la imagen representada.

2. Metodología

El presente artículo analiza la representación audiovisual de la función de Relaciones Públicas en las tres primeras temporadas de la serie norteamericana *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-). Resulta de interés conocer cómo aparece reflejada la profesión y qué áreas de actividad comparecen como más relevantes en uno de los textos audiovisuales más polémicos sobre política norteamericana de los últimos tiempos.

El artículo parte de estudios previos (Miller, 1999; Lee, 2001; Ames, 2010; Kinsky, 2011; Padilla, 2014) para la sistematización de las principales características de los personajes que desempeñan funciones de Relaciones Públicas, así como las principales técnicas de Relaciones Públicas empleadas y la filosofía que guía su actividad.

Además, las notas del análisis tomadas sobre líneas argumentales, diálogos y caracterizaciones han permitido realizar un esfuerzo inductivo que ha revertido en una mejor configuración de la ficha de análisis, por ejemplo, en lo relativo a las principales técnicas de Relaciones Públicas empleadas.

Ítem de análisis	Subítems
<i>Personaje</i>	Nombre
	Cargo
	Funciones
	Perfil profesional
	Características físicas
	Entorno social
	Relación con los Underwood
	Otras características
	Diálogos significativos
<i>Actitud profesional</i>	En positivo
	Honestidad
	Transparencia
	Respeto
	Integridad
	Otra
	En negativo
	Falta de honestidad/ mentira
	Opacidad
	Manipulación
	Guiado por el beneficio
Otra	
<i>Técnicas de RR. PP.</i>	<i>Conferencia de prensa</i>
	Comunicado de prensa
	Entrevista
	Declaraciones
	Filtración
	Exclusivas
	Discurso
	Lobbying
	Evento/s
	Otras
	<i>Modelo de Relaciones Públicas</i>
Información pública	
Bidireccional asimétrico	
Bidireccional simétrico	

Tabla 1 – Herramienta de análisis de contenido. Elaboración propia

El trabajo ha analizado un total de 39 capítulos de la serie *House of Cards* a lo largo de sus tres primeras temporadas emitidas (2013-2015), para poder profundizar en la evolución de los personajes. Un 10% de la muestra ha sido codificada por un segundo investigador y ello ha dado lugar a un índice de coincidencia del 97%.

3. Los personajes y la profesión

La profesión de Relaciones Públicas se ve retratada en la serie en diferentes roles, que sirven al poder político y/o al económico, de ahí la sentencia de Underwood que da título al presente artículo y que utiliza para presentar al personaje de Remy Danton la primera vez que aparece. «Qué desperdicio de talento. Eligió el vil metal al poder. En esta ciudad ese error lo comete todo el mundo» (#1x02, David Fincher, Netflix: 2013). Entre ambos mundos, dinero y poder, tiene lugar la guerra entre Underwood y Tusk y circulan los profesionales de las Relaciones Públicas en la serie, incluso trabajando para ambos en simultáneo.

El personaje de Douglas Stamper no es un profesional de las Relaciones Públicas como tal, es su jefe de gabinete, figura que en España no posee unos roles tan definidos como en Estados Unidos, pero que actúa como filtro personal y de confianza del líder (Escalona, 2014). Estratega permanente, Stamper diseña junto a Underwood diversas actuaciones en materia de comunicación y relaciones con los medios. Es la mano derecha de Underwood. Fiel a sus órdenes, trabaja sin horario cumpliendo sus instrucciones. Tiende la trampa que acabará con la trayectoria de Russo. Viaja a China para reunirse con Feng. Prepara y ordena el encarcelamiento de Goodwin. Stamper hace y dice todo lo que Underwood no puede públicamente. Ejecuta las órdenes. Limpia las huellas. Doug (o *¿dog?*, pues su nombre y su actitud se prestan al juego de palabras) es un exalcohólico (lleva catorce años sin beber) que vive por y para su trabajo. «Yo soy tu escudo» (#2x10, Robin Wright, Netflix: 2014), le confiesa a Underwood, «nada significa más para mí que este trabajo, jefe» (#2x11, John David Coles, Netflix: 2014).

Stamper no es ambicioso, no desea el poder ni el puesto del *jefe*, se mueve por una lealtad extrema, que le hace no plantearse nunca nada, no dudar. Su debilidad, lo único que le hace humano, es su extraña y obsesiva relación con el personaje de Rachel Posner. «Es como si me recordara lo que sentía cuando bebía. No quiero estar con ella, bueno, sí quiero. Pero es como si fuera mi hija o mi madre. Debo cortar la relación como hice con la bebida» (#02x11, John David Coles, Netflix: 2013). Posner es la única testigo de la maniobra orquestada contra Peter Russo, sabe demasiado, podría destruirles en cualquier momento, debería deshacerse de ella, pero no puede. O no quiere. O ambas. Por eso la protege, la traslada de un apartamento a otro. La vigila. Le busca trabajo, pero le prohíbe que establezca lazos o relaciones. Y al mismo tiempo no puede desconectar de ella, aunque lo intente desesperadamente (borra su contacto de la agenda, destruye el móvil). La necesita de una forma extraña. Le pide que le lea como si su voz calmase sus demonios como antaño lo hiciera la bebida, como de niño lo habría hecho su madre, lo que le lleva a sentirse culpable porque sabe que no puede permitirse ninguna dependencia. «Ya no somos jóvenes. Si fallamos moriremos en una celda», le advierte Underwood. Pero es su debilidad, su única debilidad, la que casi le provoca la muerte. Posner escapa golpeándole con una piedra en la cabeza y dejándole malherido en el bosque (#2x13,

James Foley, Netflix: 2014). Quizás fuese el *golpe* que necesitaba para percatarse de que era un imposible, de que no podía protegerla, ni tenerla. Su experiencia cercana a la muerte lo aparta de lo que le hace sentirse seguro, su trabajo, su vida al lado del *jefe*. Pero mentalmente continúa junto a él. Sigue las informaciones relacionadas con el presidente en los medios. Continúa trabajando desde casa y, por medio de Seth, le hace llegar sus informes. Aún estando lejos, acierta las intenciones reales del presidente. «Lo conozco mejor que tú, Seth, no hay manera de que no se postule» (#3x02, John David Coles, Netflix: 2015). Rechaza una oferta laboral económicamente superior a la que tenía en la Casa Blanca. «Dile al presidente que estoy listo para volver cuando me necesite» (#3x03, Tucker Gates, Netflix: 2015). Se aproxima a Heather Dunbar, con objeto de descubrir algo para Underwood. «Fue por usted, por si podía encontrar algo, el tiro de gracia» (#3x09, Robin Wright, Netflix: 2015).

Pero su segunda muerte y resurrección aún está por llegar. Cuando el personaje de Gavin le comunica la muerte de Rachel, Stamper baja a los infiernos: la bebida otra vez. Y recurre a su tabla de salvación. El reencuentro entre Underwood y Stamper muestra a un hombre desesperado, acabado, solo, necesitado del afecto del *jefe*. Se echa a sus piernas. Underwood pone una mano sobre su cabeza. Es a partir de esta muerte psicológica, y no de la física, cuando asistimos a su verdadera resurrección. Y, por primera vez, conocemos algo más del Stamper humano, no del peón de Underwood. Su hermano acude en su ayuda y con él su familia. Vemos a un Doug más cercano, juega con los niños, desconecta por primera vez del trabajo, bromea, conocemos alguna anécdota de su pasado. Traspasamos la coraza. Pero en este proceso de redención vuelve la sombra de Rachel. Está viva, Gavin lo ha engañado. Y vuelve el otro Stamper, el infranqueable e implacable, de nuevo a las órdenes del *jefe*. Regresa por medio de una ofrenda a su *dios*, el diario del médico donde consta el aborto de Claire, algo que Dunbar codicia, pero que Stamper aún no le ha entregado. Lo quema delante de Underwood. Es la prueba de su fidelidad. «Necesita a alguien que le ayude a levantarse. No es Remy, ni Seth. Soy yo, Frank» (#3x12, Robin Wright, Netflix: 2015).

Tras la prueba de fe, recupera su rol de jefe de *staff*, ahora de la Casa Blanca, pero aún tiene una cuenta pendiente. La amenaza debe desaparecer. No puede permitirse errores. Localiza a Posner, la secuestra y duda. Para la furgoneta, se quita la gorra, respira. Pero sabe que no hay otro camino. El único atisbo de humanidad del personaje desaparece, porque escoge aquello que le hace estar sobrio, ser fuerte. Underwood. Sin ambages.

Si Stamper declina dinero en favor de lealtad en múltiples ocasiones, no es éste el perfil de Remy Danton. Al inicio de la serie, Danton es un lobista que trabaja para Glendon Hill, siendo una de sus principales cuentas una empresa de gas natural llamada SanCorp. Pero antes ha desempeñado durante ocho años el rol de secretario de prensa al servicio de Underwood. Entre poder y dinero, Danton se ha inclinado por lo segundo. «Estás en el bando equivocado, Remy», le dice Underwood (#3x06, James Foley, Netflix: 2013). «El poder es mejor que el dinero siempre que dure, pero nunca dura», le explica Remy a Jackie Sharp (#2x13, James Foley, Netflix: 2014). Su labor para la firma de gas natural, le lleva a mantener relación tanto con Frank como con Claire Underwood, llegando a provocar cierto conflicto entre el matrimonio, toda vez los objetivos de cada uno se contraponen. Danton ofrece a Claire una importante donación para su labor de ayuda al desarrollo en otros países. «¿Por qué?», pregunta la señora Underwood.

«Relaciones públicas», le responde (#1x04, James Foley, Netflix: 2013). Remy presenta una actitud poco ética derivada siempre de la consciencia de quien es y de para quien trabaja, pero muy profesional. Viste impecable y sabe tratar a las personas. Aconseja acertadamente a Jackie sobre cómo persuadir a los congresistas, sabe cómo ser amable y siempre es comedido y correcto. Como lobista para Glendom Hill presiona o negocia con Frank y Claire, poniendo en evidencia la capacidad de presión del poder económico sobre el político. «Remy Danton está para que no tengamos que reunirnos», le explican a Underwood cuando intenta saltarse la cadena (#1x13, Allen Coulter, Netflix: 2013). Antes de que acabe la primera temporada cambia de equipo. «Lo siento. Tuve que hacer una permuta. SanCorp es un pez grande, pero Tusk, una ballena», le confiesa a Frank (#1x13, Allen Coulter, Netflix: 2013).

Como lobista para Tusk, busca información que pueda destruir la imagen de los Underwood. «La opinión pública podría acabar con él. Ocúpate de que eso ocurra», le exige Tusk (#2x10, Robin Wright, Netflix: 2014). El objetivo de su nuevo jefe es destruir a Underwood. Remy es quien localiza la fotografía de Claire en la cama, quien contrata a Seth para que encuentre alguna prueba de los abortos de la señora Underwood, se entrevista con personas perjudicadas por los Underwood a lo largo de su trayectoria, etc. Pero Danton también tiene un punto débil. Jackie Sharp. Renuncia a perjudicar a Underwood por medio de Jackie, con quien mantiene una relación amorosa. Ello condiciona su nueva actitud ante la partida de ajedrez en la que todos se encuentran. Negocia con Underwood. Ofrece neutralidad y se irá con el vencedor. Por supuesto, Underwood lo traiciona y Tusk descubre sus intenciones. Esto aleja de la partida momentáneamente a Danton. Pero como figura en la inscripción del reloj que Frank le regala cuando se marcha a Glendom Hill después de trabajar para él, «ser perfecto supone cambiar a menudo» (#2x04, James Foley, Netflix: 2014). Danton vuelve al poder político y trabaja como jefe de personal para el nuevo presidente durante la ausencia de Stamper. Aunque se convierte nuevamente en una de las personas de confianza de Underwood, también durante ese tiempo protege a Sharp. La relación entre Danton y Sharp siempre está a medio camino entre lo profesional y lo personal. La atracción es latente, a pesar de que ella se casa para tener un mejor perfil como candidata. En un determinado momento, una anécdota hace que la solidez habitual de Remy trastabilie. La policía lo detiene supuestamente por ir demasiado rápido, pero él cree que es por el hecho de ser negro e ir en un coche caro. En ese momento no le sirve de nada ser el jefe de *staff* de la Casa Blanca. Y tampoco tiene a quien avisar. Se da cuenta de que está solo y de que necesita a Jackie Sharp. Cuando ésta abandona a Underwood y se une a la candidatura de Dunbar, Remy también se va. Una vez más, Danton cambia, como reza la inscripción del reloj. Y a pesar de la oferta de Jackie por sumarlo a la campaña de Dunbar, rechaza la idea. Es entonces cuando Sharp se asusta porque al fin y al cabo creía que esa relación profesional no terminaría nunca. Es entonces también cuando vuelven. Los cambios de Remy en lo profesional contrastan con su fijeza en lo personal.

La antítesis de Danton en la serie la constituye el personaje de Seth Graynor, único despojado de esfera personal. Stamper es un adicto a la lealtad, Danton a la «perfección», y Graynor representa el puro interés, la clara apuesta por el poder. Por eso se le ha llamado el *alter ego periodista* de Underwood (Pellicer, 2014). La primera vez que lo vemos, visita en su casa a una señora mayor, a la que ha engañado. «No he sido del todo sincero con usted. Me llamo Seth Grayson, No soy de planificación familiar» (#2x05,

John David Coles, Netflix: 2013). Se presenta por tanto como alguien que invade un espacio de privacidad ajeno, miente para conseguir lo que quiere, presionando a una anciana. Ésta es su tarjeta de visita. Pero lo consigue. La señora es la esposa del médico que practicó el aborto a Claire Underwood y obtiene su diario personal. Juega como espía doble para Tusk y para Underwood, hasta que consigue el puesto de director de comunicación de los Underwood. El *currículum* con el que se presenta ante Claire es ese diario, la única copia, la prueba de su lealtad. Ha elegido entre poder y dinero, pero en realidad, nunca ha tenido muchas dudas. «Estoy seguro de que Remy te estará ofreciendo muchísimo dinero», le sondea Underwood. «Pero es lo único que me ofrece. Cuando vi cómo usted presionaba para conseguir reformas en el Senado, me quedó claro donde estaba el verdadero poder de la Casa Blanca. El dinero no me interesa», le responde (#2x07, James Foley, Netflix: 2014). Cuando Danton lo descubre, le advierte: «Te estás equivocando. No eres nada. Un parásito». Grayson replica: «Tú también Danton, pero con mejor traje» (#2x08, James Foley, Netflix: 2014).

Grayson es frío, calculador, ambicioso y competitivo, lo que le conduce a tener cierto enfrentamiento con Connor, a quien le planifica su salida desde el primer momento, y con Stamper, con quien acaba colaborando. En el caso de su relación con Connor, desde su primera entrevista con Claire, lo deslegitima: «Había pruebas que Connor no había destruido» (en clara referencia al diario, #2x05, John David Coles, Netflix: 2014). Le despoja exactamente de la cualidad que Claire más había ensalzado sobre el joven: «Concienzudo, encontré nuestra primera entrevista juntos en el 86» (#2x3, James Foley, Netflix: 2014). Pero además muestra su capacidad estratégica. Diseña cómo sucederán los acontecimientos: Lo contratarán para trabajar con Connor. Connor no estará contento. Le llegará una oferta económicamente irrechazable del mundo empresarial y Connor se marchará. Todo ello le garantizará a él el puesto de trabajo que desea (director de comunicación), a Connor una salida profesional digna y a los Underwood la tranquilidad de que no se armará ningún escándalo. Las cosas suceden tal y como él planifica que sucederán. Mantiene un pulso con Connor en la decisión sobre si realizar un plan de medios o algo más selectivo, por medio de un artículo escogido, a la hora de promocionar el proyecto de ley en el ejército. Seth gana la partida y, a partir de ahí, queda por ver la última etapa de su plan, la marcha de Connor.

En el caso de su relación con Stamper, el conflicto es más sutil, aunque también se verbaliza. Mantienen opiniones contrarias sobre si el presidente debe entrar a defenderlos ante el escándalo de las fotos de Claire. Seth opina que eso le dará mayor importancia al asunto, Stamper que no es mala idea si ellos controlan el mensaje redactando su comunicado. Underwood le da la razón a Grayson: «Si Seth cree que el presidente no debe hacer declaraciones respetemos su opinión» (#2x09, Jodie Foster, Netflix: 2014). Stamper le advierte: «Ten cuidadito. Connor fue un objetivo fácil, pero yo no me iré a ninguna parte. ¿Crees que he sobrevivido tanto con el vicepresidente sin saber lo que veo? La movilidad ascendente tiene un techo con los Underwood. Yo soy ese techo» (#2x09, Jodie Foster, Netflix: 2014). Underwood disfruta de la situación, sabiendo que dicha competencia entre compañeros le ofrecerá lo mejor de cada uno de ellos: «Una pequeña rivalidad entre hermanos no es algo malo, sobre todo si son adoptados. O cada uno consigue la mejor versión del otro o uno de ellos vuelve de una patada al orfanato» (#2x09, Jodie Foster, Netflix: 2014).

En un momento dado, Stamper está poco concentrado (porque tiene la cabeza en Rachel), con lo que Seth ocupa su función, pues acaba de desatarse la crisis chino-japonesa. El diálogo Underwood/ Stamper pone sobre la mesa que la debilidad de Stamper está afectando a su rendimiento en el trabajo y a su relación con el vicepresidente.

- Tendré un informe listo en cinco minutos.
- No te molestes, ya se lo he pedido a Seth.
- No tiene permisos de seguridad.
- Pues ahora sí.

Y el enfrentamiento continúa: «Seth estás aquí para escuchar, no para contribuir» (#2x10, Robin Wright, Netflix: 2014), pero Underwood lo desautoriza. De alguna forma, el jefe lo presiona para que vuelva a ser el que era. Finalmente, Stamper rectifica y colaboran conjuntamente en beneficio del vicepresidente. «Has hecho un buen trabajo» (#2x11, John David Coles, Netflix: 2014), le felicita tras haber revisado juntos la agenda y viajes del vicepresidente a lo largo de los últimos diez años antes de ofrecerle la información a Dunbar.

En la tercera temporada, Seth es el principal intermediario en la relación entre Doug y Underwood. En este sentido, nunca se entromete ni deja de dar los mensajes que Stamper le pide. Ante la marcha de Rémy como jefe de gabinete, Seth se postula ante Underwood. Éste se muestra reticente pues lo considera un buen director de comunicación. La vuelta de Stamper deja a Seth en su puesto. Sin embargo, algo en la relación ha cambiado. Ahora, Stamper confía en él.

En cuanto al personaje de Connor, el predecesor de Seth en el rol de director de comunicación, es el perfil más *naif* de los cuatro. Es un tipo joven, correcto, dulce. Claire lo define como «encantador, directo y muy concienzudo» (#2x03, James Foley, Netflix: 2014). Es quien gestiona la entrevista al matrimonio Underwood, que deriva en una entrevista solo a Claire porque Frank en ese momento no puede salir de la Casa Blanca debido a una amenaza de ántrax. Consciente del que supone el punto débil de Claire, Connor le advierte de que le preguntarán por qué no tuvieron hijos, respuesta que Claire ya tiene muy ensayada. Es quien la acompaña en la sombra a lo largo de la delicada entrevista en la que, para sorpresa de todos, la señora Underwood reconoce haberse practicado un aborto. Connor intenta proteger la imagen de Claire, interrumpiendo la entrevista. «No hay nada que pueda decir para salvar esto, le preguntará por qué decidió abortar» (#2x04, James Foley, Netflix: 2014). El joven se preocupa porque cree que está asistiendo a la destrucción de la imagen de Claire Underwood y por extensión de su marido. «Por favor, confíe en mí, estará cometiendo un error». Pero Claire Underwood le da una lección de serenidad, de experiencia y de manipulación al joven director de comunicación, al salir de esa misma entrevista convertida en una mujer valiente y sincera a ojos de la opinión pública, especialmente, de la femenina.

4. Modelos, técnicas y filosofía de Relaciones Públicas

Las diferentes formas de entender y de trabajar en el ámbito de las Relaciones Públicas fueron teorizadas por Grunig y Hunt (1984) en una propuesta que dichos autores calificaban de positivista y no normativista, dado que lo que se pretendía era describir

la realidad circundante y no establecer modelos normativos. Dichos cuatro modelos se sintetizan en el modelo de agente de prensa, el modelo de información pública, el asimétrico bidireccional y el simétrico bidireccional (Costa-Sánchez, 2009).

House of cards (Beau Willimon, Netflix: 2013-) retrata prácticas propias del modelo de agente de prensa, en la medida en que se trasladan a los medios (a la periodista Zoey Barnes) informaciones falsas, incompletas o distorsionadas que priorizan las intenciones de la fuente (Frank Underwood) en base a una relación amiguista, fundamentada en el beneficio mutuo (él, en su carrera hacia el Despacho Oval, ella, en su trayectoria profesional).

Encontramos en pequeña medida prácticas del modelo de información pública, que carece de la orientación propagandística del anterior y es propio de los poderes públicos (Xifra, 2003) en algunas de las ruedas de prensa o declaraciones en las que el presidente (tanto Garrett como los Underwood) trasladan a los medios información de la que consideran que la opinión pública debe ser informada (la detención de un ciudadano estadounidense, su suicidio en la cárcel, el posicionamiento del gobierno norteamericano con respecto a Rusia...). Y del modelo asimétrico bidireccional. Underwood busca permanentemente influenciar a la opinión pública. Controlarla. Como a todo lo demás. Su idea de aportarle una filosofía a su proyecto propagandístico America Works por medio del storytelling, para lo que contrata al escritor Tom Yates, forma parte de dicho planteamiento. «Los criterios de una buena comunicación política obedecen cada vez más a una retórica performativa [...] que ya no tiene por objeto transmitir informaciones ni aclarar decisiones, sino actuar sobre las emociones y los estados de ánimo de los electores» (Salmon, 2008: 153-154).

También se emplea la investigación para la persuasión en sus acciones de campaña política, una vez anuncia a los medios que sí se postulará como candidato demócrata. Los continuos estudios de intención de voto, las reflexiones sobre el uso del lenguaje más adecuado, sobre la presencia de la Primera Dama en campaña, etc. derivan del estudio científico dedicado a la persuasión. En este caso, con el objetivo de ganar a sus contrincantes.

El modelo simétrico bidireccional está por completo ausente. Supondría una situación de influencia mutua entre organización y públicos, y, por lo tanto, una democratización de tal relación, algo que no sería propio de un personaje del autoritarismo de Underwood, que llega a ser calificado como un tirano, en palabras de la periodista Kate Baldwin. La consecuencia es inevitable pues el modelo simétrico bidireccional es el modelo ético por excelencia, el que se ajusta a las reglas profesionales deseables (Xifra, 2010).

En cuanto al uso de las técnicas de Relaciones Públicas, son las relaciones con los medios de comunicación y el lobbismo, las herramientas más retratadas. Suponen el reflejo en materia de Relaciones Públicas de los dos grandes temas de la serie, imagen pública y poder. En este caso, imagen es sinónimo de imagen externa, de ahí que las relaciones con los medios de comunicación sean determinantes. En este sentido, en la primera y segunda temporada de la serie, mientras Underwood es majority whip o vicepresidente, la técnica de relaciones con los medios más empleada es la de la filtración. Ello supone orientar la opinión del periodista sin ser visto a ojos de los ciudadanos, lo que garantiza

la apuesta favorita de Underwood, influir sin firmar. Por otra parte, supone al mismo tiempo dar una exclusiva ya que se filtra a un medio y no a todos, con lo que se beneficia a un medio/ periodista, en lugar de ofrecer información al conjunto, por lo que no constituye una técnica muy recomendable (Fernández Souto, 2004).

Ya como presidente de Estados Unidos, es la conferencia de prensa la que pasa a ser la técnica predominante. El cambio va parejo a la evolución en el rol del personaje, de menor a mayor visibilidad, de un perfil más político a un perfil más institucional. Ello no quiere decir que se deje de emplear la filtración, ni que la conferencia de prensa se utilice correctamente. De hecho, asistimos a numerosas conferencias de prensa sin preguntas, incumpliendo así el pacto no escrito de que una vez la fuente haya dado a conocer la información se someterá a las preguntas de los medios (Túñez, 2012).

En cuanto a la técnica del *lobby*, se ve retratada por medio del personaje de Remy Danton especialmente en los capítulos de la primera temporada, cuando trabaja para Glendon Hill. Podemos verlo con asiduidad en los círculos habituales del poder político, sean estos laborales o de ocio. Presiona a Underwood para que tome decisiones favorables a su cliente, tanto a nivel de nombramientos políticos como con respecto a la legislación. Colabora con la organización sin fines de lucro de Claire, pensando en términos de imagen para su representado –en cuestiones de Responsabilidad Social Corporativa- y en duplicar su capacidad de presión política. Aplica lo que se denomina «lobbismo directo» (Xifra y Lalueza, 2009) pues negocia con quien considera la persona más adecuada (Underwood, en este caso), a quien ya conoce de su etapa laboral previa. Cuando pasa a trabajar para Tusk, su función principal pasa a ser la búsqueda de secretos sobre los Underwood, con lo que el trabajo de *lobbista* se ve bastante minimizado.

5. Conclusiones

Las Relaciones Públicas en *House of cards* representan una actividad importante, pues en este ensayo audiovisual sobre el poder no podía faltar el retrato de la herramienta que debe servir para construir entendimiento, buenas relaciones e imagen positiva. En la serie se incumplen, no obstante, los tres preceptos de cualquier estrategia de Relaciones Públicas: hacerlo bien, hacerlo saber y hacerlo saber bien (Xifra & Lalueza, 2009). Los Underwood no son ningún ejemplo de ética, ni de valores positivos, ni de servicio al bien común. La base de la construcción de su reputación está quebrada, es humo. Por otra parte, dan a conocer lo que les conviene en función de sus intereses personales. Segunda recomendación subvertida. Y tampoco lo hacen bien. Para ello, usan técnicas basadas en amiguismos, filtraciones y manipulación informativa.

Los personajes que representan la función de Relaciones Públicas en la serie son todos hombres, entre los treinta y los cincuenta años, sin familia cercana ni pareja estable. Viven para su trabajo. En el desarrollo de su actividad profesional, se muestran ambiciosos, implacables, sin valores, con escaso sentido crítico. Desde la extrema lealtad ciega de Stamper al cambiante Danton, todos se ven sometidos al juego sucio del poder. Lo saben y no dudan. No les duele. Son fríos, profesionales, competitivos, astutos servidores de sus amos. La profesión se ve retratada de forma negativa.

En este sentido, resulta preocupante y llamativo que las Relaciones Públicas, que tienen como objetivo la búsqueda de imagen positiva y diálogo, se vean enmarcadas en un retrato tan oscuro y carente de matices, dada la influencia que ejerce la ficción en el imaginario colectivo.

«Entre el poder y el vil metal». Underwood recreaba una falsa dicotomía, en la que el metal era vil, mientras el poder lo auténticamente deseable. Pero una vez más, nos estaba manipulando. No solo porque el poder también puede ser vil, como se encarga de demostrarnos, sino porque no existe tal dicotomía. No depende de para quien trabajes, sino de cómo lo hagas. Los profesionales de las Relaciones Públicas de *House of cards* sólo conocen una manera de hacerlo.

Agradecimiento

Este texto se enmarca en las acciones de fusión del proyecto CSO2015- 66543P-MINECO-FEDER, del Programa estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, subprograma estatal de Generación de Conocimiento del Ministerio de Economía y Competitividad de España, así como de la actividad de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación (REDES 2016 G-1641 XESCOM) apoyada por la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia (ED341D R2016/019).

Referencias

- Ames, C. (2010). PR goes to the movies: The image of public relations improves from 1996 to 2008. *Public Relations Review*, 36, 164–170. doi:10.1016/j.pubrev.2009.08.016
- Arceo Vacas, J. L. (1988). *Fundamentos para la teoría y técnica de las relaciones públicas*. Madrid: Promociones y publicaciones universitarias.
- Castillo Esparcia, A. (2009). *Relaciones públicas. Teoría e historia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Costa-Sánchez, C. (2009). Del press agent a la comunicación estratégica. Cómo hacer que la comunicación sirva a la estrategia de gestión. *Razón y palabra*, 70. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/index_N70.html [10/10/2018]
- Escalona, N. (2014). *Comunicación de instituciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fernández Souto, A. B. (2004). *Manual de programación e técnicas de RR.PP.* Vigo: Universidade de Vigo.
- Fritz, A. J. M. (2015). The West Wing and House of Cards: A comparison of narrative strategies of two politically-themed dramas. *Colloquy*, Vol. 11, 126-152. Recuperado de http://www.calstatela.edu/sites/default/files/users/u2276/colloquy_2015_fritz2.pdf [17/02/2017]
- Grunig, J. E. and Hunt, T. (1984). *Managic Public Relations*. New Cork: Holt, Rinehart and Winston.

- Johnston, J. (2010). Girls on screen: How film and television depict women in public relations. *PRism* 7(4). Recuperado de <http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1569&context=hss_pubs> [17/02/2018].
- Klarer, M. (2014). Putting television 'aside': novel narration in *House of Cards*. *New Review of Film and Television Studies*, 12:2, 203–220. doi:10.1080/17400309.2014.88581
- Lacalle, Ch. (2015). Young people and television fiction. Reception analysis. *Communications. European journal of communication research*, 40 (2), 237–255. doi: 10.1515/commun-2015-0006
- Lee, M. (2001). The image of the government flack: Movie depictions of public relations in public administration. *Public Relations Review*, 27(3), 297–315. doi:10.1016/S0363-8111(01)00088-1
- Miller, K. S. (1999). Public relations in film and fiction: 1930 to 1995. *Journal of Public Relations Research*, 11(1), 3–28. doi:10.1207/s1532754xjpr1101_01
- Padilla, G. (2014). Teoría de la Información y de la Comunicación en una serie de Televisión: Scandal/Information Theory and Communication in a Television Series: Scandal. *Historia y Comunicación Social*, 19, 133–144. doi: 10.5209/rev_HICS.2014.v19.45016
- Painter, Ch. and Ferruci, P. (2017). Gender games. The portrayal of female journalists on *House of Cards*. *Journalism Practice*, 11(4), 493–508. doi: 10.1080/17512786.2015.1133251
- Pellicer, M. (2014). Los periodistas en *House of Cards* o las marionetas de Frank Underwood. Recuperado de <<http://www.miquelpellicer.com/2014/05/periodismo-house-of-cards-frank-underwood-netflix-zoe-barnes/>> [07/02/2018].
- Priest, S. L. (2004). *Public relations in primetime: A framing analysis of the West Wing*. Tesis doctoral. Gainesville: University of Florida. Recuperado de <http://etd.fcla.edu/UF/UFE0005421/priest_s.pdf> [17/02/2017].
- Salmon, C. (2008). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.
- Túñez, M. (2012). *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social.
- Willimon, B. (Creador). *House of Cards* (2013-2015). USA: NETFLIX. 1a temporada (2013), 2a temporada (2014) y 3ª temporada (2015).
- Xifra, J. (2003). *Teoría y estructura de las relaciones públicas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Xifra, J. (2008): Modelos de las relaciones públicas políticas: Análisis de la situación en Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 392–399. doi: 10.4185/RLCS-63-2008-789-392-399
- Xifra, J. and Lalueza, F. (2009). *Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa*. Madrid: Pearson.