

Introducción

Este libro es, en esencia, un manual de marketing político. La mayor parte de literatura que existe sobre el tema que aborda es norteamericana. Lamentablemente, en España apenas se han publicado textos que traten, desde dentro, el objeto de éste: las relaciones entre los políticos y los medios de comunicación desde un punto de vista práctico. *El Candidato* desvela cómo se asesora a un político para hacer frente a los medios de comunicación; qué debe conocer, cómo se contesta a una entrevista, qué debe tener en cuenta cuando acude a una radio o a una cadena de televisión, qué tipos de preguntas existen, cómo mantener buenas relaciones con los periodistas, cómo hacer frente a una tertulia o a un debate.

Pero además —y ésta es la parte en la que incluso no repara la mayor parte de la literatura norteamericana sobre *Media training*— *El Candidato* revela de qué manera se trabaja la información política en los medios de comunicación. Se da respuesta a las siguientes preguntas: ¿cómo se elige al entrevistado? ¿cómo se elabora el guión? ¿quién decide qué elemen-

tos se utilizan y de qué manera? ¿cómo se produce la transformación de las respuestas en totales? ¿cuáles son los criterios?

De alguna manera, se pretende dejar claro qué hay detrás de los políticos en su relación con los medios y qué hay detrás de los medios cuando se relacionan con la política. Está concebido como una guía práctica o manual (tanto en su aspecto formal como en el contenido) válido para políticos, para periodistas (interesados en saber de qué manera se preparan los líderes para colocar sus mensajes en los medios) y, sobre todo, para los estudiantes de periodismo. La virtualidad del texto radica, quizá, en que los autores son periodistas en ejercicio y, además, su trabajo está centrado en la materia que aborda: desde la redacción del guión hasta la docencia universitaria.

La mayor parte de los libros universitarios sobre comunicación política están escritos desde una perspectiva teórica; éste es un texto práctico. Por eso, incluye ejemplos reales de guiones, escaletas y piezas. La mayoría de los textos sobre periodismo cuentan cómo se deberían hacer las cosas pero no cómo se hacen realmente; *El Candidato*, sí. Sin embargo, esta obra es igualmente útil para quienes son usuarios de los medios de comunicación, para que conozcan cómo se trabaja y ‘manipula’ la información política.

Los autores quieren agradecer la colaboración de la Fundación Pablo Iglesias, que ha permitido el uso de algunos pasajes del libro *Una forma de hablar* publicado por uno de los autores en la editorial de la institución. También a la periodista Merce Ros, cuya experiencia en la cobertura de campañas electorales ha servido para enriquecer diversos capítulos de esta obra.