

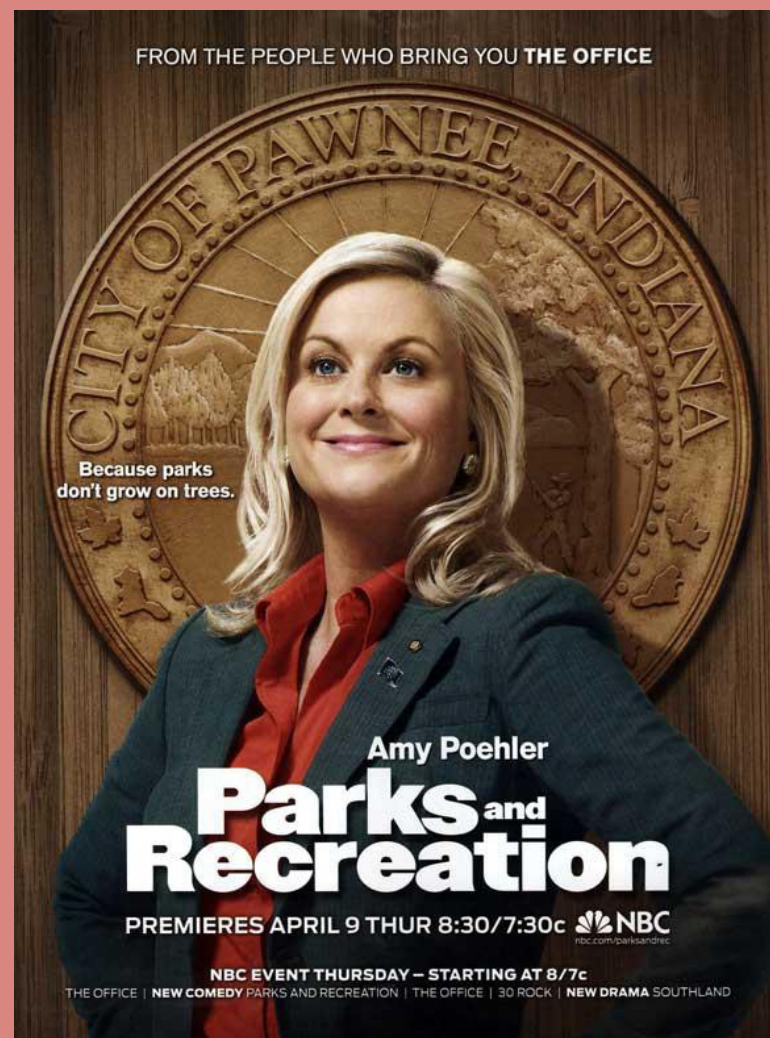
Parks and Recreation: la política más dulce

Guadalupe Moreno

Parks and Recreation ha llenado un hueco en las series que tratan sobre los entresijos de la política, y no en cualquier ámbito, sino en el, para algunos anodino, ámbito local.

La serie, emitida en la NBC y con siete temporadas a sus espaldas, trata sobre la vida personal y profesional, casi siempre indiferenciables, de la responsable del departamento de 'Parks and Recreation' (en español algo así como 'Parques y Ocio') del ayuntamiento de una ciudad ficticia llamada Pawnee del Estado de Indiana. Leslie Knope (interpretada por la actriz y cómica Amy Poehler) encarna a una entusiasta funcionaria que se desvive por mejorar el servicio de su departamento y que sueña con hacer carrera a lo Hillary Clinton o Joe Biden.

La serie es desternillante, en gran parte gracias a los excéntricos personajes que forman el reparto y al engranaje que el guión va formando con unos caracteres tan distantes. Leslie Knope (encarnada por Amy Poehler): una boyscout resabida y capaz de los asuntos públicos; Ron Swanson (Nick Offerman): un liberal que privatizaría hasta quedarse solo; April Ludgate (Aubrey Plaza): una becaria psicópata; Andy Dwyer (Chris Pratt): el chico entrañable; Tom Haverford (Aziz Ansari): un showman del business; Donna Meagle (Retta): una mujer que se sabe sexi; Ann Perkins (Rashida Jones): enfermera, de oficio, y amiga de Knope, de beneficio; Ben Wyatt (Adam Scott): asesor contable y friki en su ocio; y Chris Traeger (Rob Lowe): de un optimismo casi inasumible.



Para los que nos gusta la política y muchas veces no entemos por qué, tal vez el mayor plus de esta emisión sea la puesta en valor de la función pública. En la sociedad de hoy, en la que ha ganado terreno la figura del emprendedor como héroe social y arquetipo del éxito (a lo Steve Jobs),

se nos olvida muchas veces que detrás de las instituciones públicas también hay trabajadores que se desviven para conseguir que sus vecinos tengan unas vidas más fáciles. La política, con sus caraduras, su mediocridad y sus jugadas, también se puede poner del otro perfil, y hacer escuela, inspirar y dar lecciones. El empeño que muestra esta funcionaria de una ciudad mediocre en un departamento de segundo orden es el mayor regalo que la ficción puede hacer a la ciencia de Maquiavelo.

Además, si dentro de la política tienes especial interés en la comunicación, en este caso, de gobierno, hay cinco lecciones que te va a enseñar Leslie Knope.

1. Contar con un equipo heterogéneo y plural: sobre todo en relación con sus personalidades y sus ideologías. Cuanto más diverso sea el equipo, la comunicación institucional tenderá a hablar (siguiendo a Althusser) a personas con un abanico de intereses más amplio. Como decía Gramsci, aunque en relación a los partidos políticos, estos deben ser capaces de absorber las tendencias emergentes en la sociedad, y para ello adoptar una estructura permeable al exterior. Pues lo mismo vale para las instituciones. En la serie: el equipo de locos que forma el departamento de Parks and Recreation.

2. En vez de tantear y presumir, escuchar y preguntar: en comunicación, la materia prima más importante es lo que la gente YA está pensando. De ahí el papel tan relevante de los sociólogos y las encuestas de opinión: sus creencias, valores y deseos. Una vez en el Gobierno, se debe conseguir acceder a ellos, tanto de forma telemática, como a través de las encuestas y de forma presencial. En la serie: los frecuentes foros de discusión y votaciones que organiza Leslie Knope en el Ayuntamiento.

3. Realizar un protocolo de comunicación y especificarlo al detalle: no hace falta hacer scrapbooks con pegatinas y recortes a lo Lesly Knope, pero sí que alguien se ocupe de realizar un protocolo en el que apuntar cuándo quién debe

hacer qué. Esto es, establecer y repartir tareas, marcar los tiempos y supervisar su cumplimiento. En la serie: los magníficos protocolos que realiza Leslie en cada proyecto.

4. Aterrizar las ideas: pasar de un plan de comunicación a sus outputs concretos siempre es más complicado de lo que se espera. Redactar un texto para las redes sociales, realizar un vídeo, escribir un discurso o convocar a los medios... la teoría va por un lado y la práctica por otro. Para ello, solo un equipo con profesionales especializados en ese campo (periodistas, comunicadores audiovisuales, community managers) puede convertir una idea en una acción de comunicación. En la serie: Tom Haverford, el subalterno de Leslie, es experto en hacer performances (shows con música, video e incluso baile, que él llama 'life-experiences') para presentar a los medios los proyectos previamente diseñados en equipo.

5. Reaccionar rápidamente ante a los imprevistos: van a pasar cosas que ni esperabas, ni te gustan. Lo inesperado puede venir de los medios, de los adversarios políticos o del ambiente. En todos estos casos, el tempo es casi casi tan importante como la forma, y para enterarse se necesita un equipo que monitorice casi permanentemente lo que se dice y se comenta en medios online y offline y redes sociales propias y ajenas. En la serie: A Knope le presentan una moción de censura por querer tasar los refrescos azucarados de tamaño XXL para frenar la obesidad.

Guadalupe Moreno es investigadora en comunicación política y periodista. @G_Cabanillas

