

LECTURAS PARA CLASE

Sobre el papel de los medios en la fijación de la agenda social y política

Resumen

La discusión sobre el papel que juegan los medios en el impulso y fijación de los valores democráticos es antigua. Pero de la idea de que éstos son el motor de la democracia, se ha transitado a un análisis más acotado: los medios generan ambientes de reflexión. En este sentido son una de las principales fuentes en el proceso llamado “fijación de agendas”. Un estudio de caso para este tema es el papel que los medios norteamericanos y en particular el diario *The Washington Post* desempeñaron durante el llamado “caso Watergate” entre 1971 y 1974, escándalo político que culminó con la primera renuncia de un Presidente de los Estados Unidos, el enjuiciamiento de 40 altos funcionarios del gobierno y la condena a prisión de 19 de ellos. El presente trabajo es el reporte de un texto de mayor envergadura que explora aquel episodio para examinar los espacios en que se movieron los actores principales -el *Post*, otros medios, el electorado y el gobierno-, para valorar el peso de los medios en la fijación este asunto en la agenda social y política estadounidense.

Palabras clave

Comunicación política, fijación de agenda, Watergate, prensa estadounidense, *Washington Post*.

Abstract

The role of mass media in the promotion and the establishment of democratic values is an old discussion. Starting with the proposition that mass media are democracy's motor, we now have a more precise analysis —that mass media generate conditions for deliberation and in this way they are a main source for the process known as “agenda setting”. A textbook example for the study of this subject is the role American media, in particular *The Washington Post*, had in the episode known as “The Watergate Affair” between 1971 and 1974, that resulted in the first resignation ever of a President of the United States, the trial of 40 top level government officers and jail sentences for 19 of them. This paper is a report of a comprehensive work that reviews that event and examines the behavior of the different actors in that event —The *Post*, other media, the voters and the Government, to evaluate the specific role and significance the media had in introducing Watergate in the American social and political agenda.

Keywords

Political communication, “agenda-setting”, Watergate, American press, *Washington Post*.

Presentación

Al colocar en la conciencia colectiva ciertos temas, los medios les dan vigencia y orientan la discusión y la reflexión de sectores de la ciudadanía. Esta socialización funciona en dos sentidos y está vinculada al conjunto de valores, creencias y prejuicios de las audiencias (Lippmann, 1922), aunque también se relaciona con el nivel de información. Esto se puede ver claramente en el caso Watergate. Cuando a mediados de 1972 el *Washington Post* introdujo y mantuvo Watergate en las noticias, la agenda pública no incorporó el tema de manera inmediata o significativa. Cuando las circunstancias sociales y políticas de Estados

Unidos cambiaron y se extendió por el país la noción de que el gobierno de Nixon había mentido sistemáticamente, la opinión pública fue más receptiva y entonces la prensa sí pudo colocar en la agenda pública al caso Watergate.

El concepto de que la sociedad busca referencias para entender los acontecimientos del momento no era nuevo. Lippmann (ibíd.) había concluido que las audiencias son condicionadas en sus actitudes no sólo por lo que se inclinan a creer, sino por los temas que están en el inconsciente colectivo. En ese sentido, la prensa quizá pueda no ser muy eficaz en decir a los lectores qué pensar, pero sí lo es en proponer los temas para la reflexión.

Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) estuvieron entre los primeros en utilizar académicamente el término “fijación de la agenda” (FA). Sugirieron la idea de que si bien la prensa tenía la capacidad de colocar en el ambiente social ciertos temas, son los individuos quienes los eligen y eventualmente procesan.

La FA es una teoría que se instrumenta a partir de investigación cuantitativa y plantea hipótesis en dos niveles: primero, respecto a los temas que son relevantes y segundo, sobre aquellos segmentos de la información que tendrán mayor penetración en las audiencias.

En otras palabras, la primera parte del proceso comprende los temas que los medios proponen a la sociedad y en la segunda se aprecia la influencia que esos temas realmente tuvieron en términos de la fijación de una agenda pública. En un tercer momento la FA analiza la influencia que la agenda pública tiene sobre la agenda política.

No hay que perder de vista que en aquellos años la prensa escrita era la principal fuente de información. Aunque ya la TV había demostrado su capacidad de movilización (debate Kennedy-Nixon, cobertura del conflicto en Vietnam), los diarios eran la referencia obligada para la clase política y los sectores más politizados de la sociedad.

La propuesta de que los medios no le dicen a la sociedad cómo pensar pero sí en qué pensar la han sostenido de una u otra forma los autores citados en el texto, pero una reflexión es que no está garantizado que las intencionalidades se

transmitan de la misma manera en que las proponen los medios, pues pasan por el tamiz de los valores, las posturas políticas, ideológicas, y por la información disponible, entre otros factores. De hecho, haría una diferenciación entre la actuación de los medios impresos y los electrónicos: los medios impresos trabajan más sobre la argumentación del por qué pensar de un cierto modo y los medios electrónicos sobre la parte emotiva. Esta es la razón del éxito de los segundos.

La FA establece que cuando hay una alerta social sobre un tema en particular, los medios influirán sobre las audiencias respecto a ese tema. McCombs y Shaw confirmaron el hallazgo de Lippmann de que las audiencias asimilan mejor aquellas informaciones y opiniones que no amenazan sus convicciones preexistentes. Esto refuerza el poder de los medios para sugerir temas para la agenda en los segmentos de audiencia sobre los que tienen influencia. La FA toma en cuenta la capacidad de los medios para colocar en el ambiente los temas de reflexión, y reconoce que los individuos conservan su capacidad de elección. Esto se comprueba a diario en la selección de un noticiario de radio y televisión o de un determinado periódico. Los medios por su parte, están atentos a las demandas de información de sus consumidores y les sirven noticias que convaliden sus expectativas.

Lippmann vio que la prensa no puede suplir a las instituciones políticas. Mejorar los sistemas de recolección y presentación de las noticias no es suficiente, pues verdad y noticia no son sinónimos. La función de la noticia es resaltar un hecho o un evento. La de la verdad, sacar a luz datos ocultos. La prensa, en una afortunada metáfora de Lippmann, es como un faro cuyo haz de luz recorre incesantemente una sociedad e ilumina momentáneamente, aquí y allá, diversos episodios. Y si bien éste es un trabajo socialmente necesario y meritorio, es insuficiente, pues los ciudadanos no pueden involucrarse en el gobierno de sus sociedades conociendo sólo hechos aislados.

¿Quién fija la agenda?

Muy pocas personas presenciarán una crisis, pero millones se enterarán por los medios: este aforismo es como un traje a la medida para el affaire Watergate. Su consecuencia más conocida, la renuncia de Richard Nixon a la Presidencia de los Estados Unidos, es un hito en el estudio de la relación de los medios con el Estado y en su carácter de agentes para la fijación de las agendas sociales y políticas.

En *La construcción de un Presidente*, Theodore White (1960) había establecido que “El poder de la prensa en Estados Unidos es primordial. Establece la agenda de la discusión pública; y este omnímodo poder político no está restringido por ninguna ley. Determina lo que la gente hablará y pensará, un mandato que en otras naciones se reserva a los tiranos, los sacerdotes, los partidos y los mandarines”.

Pero el conocimiento que las audiencias tienen de la realidad a través de los medios siempre es fraccionado. Las noticias en la televisión se seleccionan de acuerdo a criterios editoriales que muchas veces no resistirían un análisis, lo mismo que la elección y jerarquización de las informaciones en los diarios. La duración de las notas (o el espacio, en el caso de los medios impresos), la agenda editorial, los intereses de la empresa, lo que los editores perciben como las demandas de las audiencias, la elección de los temas políticos y sociales a cubrir, y otros factores, constriñen el conocimiento de los asuntos políticos de las masas a una pequeña muestra del mundo político real.

Michels (1911) planteó que la prensa no puede ejercer una influencia inmediata sobre la audiencia, como la que sí tienen los agitadores populares. En compensación, no obstante, el círculo de influencia de la palabra escrita es mucho más amplio. La prensa puede ser eficaz para influir la opinión pública mediante el culto de una “sensación”.*

* Siguiendo la metáfora del faro, debido al tono y época del ejemplo, resulta que con la irrupción del internet aparecen muchos faros. Surge entonces una paradoja: las audiencias se vuelven depositarias de múltiples trozos de información, la iluminación momentánea se multiplica y con ello hace más complejo el papel de los medios.

Durante los primeros meses del caso Watergate a partir de junio de 1972, la sociedad norteamericana tenía una agenda favorable al gobierno y al liderazgo de Nixon. Bradlee (1996) lo reconoce con un aire de enternecedor candor: “[Cuando la televisión] retomó y difundió [los dos primeros] reportajes [de Watergate, estos] tuvieron un poderoso impacto en todos los ámbitos (...) menos en el electorado”.

Contexto histórico y político de Watergate

A finales de la década de los sesenta Estados Unidos era un país que vivía en una suerte de paradoja. Resentía en su territorio el reflejo de la ola de protestas que recorrió al mundo en el 68, y vivía un gran descontento interno. Los asesinatos de los hermanos Kennedy y de los dirigentes civiles Martin Luther King y Malcom X; la guerra en Vietnam, el Muro de Berlín, la Guerra Fría, las tensiones con Cuba y la proliferación nuclear; los movimientos pro derechos civiles y una creciente inquietud en las universidades, fueron algunos de los hechos que en aquellos años hicieron pensar a muchos que la nación había extraviado el rumbo.

Al mismo tiempo, en el imaginario colectivo estaba impresa la noción de que el país era en todos los sentidos la potencia sin par. Al desatarse la carrera espacial entre la URSS y los Estados Unidos en 1957 con el lanzamiento del primer satélite artificial de la tierra, el *Sputnik*, los norteamericanos pudieron responder golpe a golpe en el mismo terreno hasta confirmar su predominio científico y tecnológico.

Aquellos fueron los años del primer trasplante de corazón, de la expedición de la ley que dio a los negros el derecho al voto, del comienzo del retiro de las tropas en Vietnam, de la normalización de las relaciones con la República Popular China y con la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas y el inicio de pláticas para la restricción nuclear.

El Presidente Nixon gozaba de una enorme popularidad. Acuñó el término “la mayoría silenciosa” —los indecisos, se diría hoy- y ensanchó su base de apoyo con promesas de paz en Vietnam que llegaron al corazón de aquella “mayoría”.

En 1972 su popularidad alcanzó nuevas cimas. En febrero de ese año se reunió en Pekín con el premier Mao Tse Tung" para formalizar relaciones diplomáticas* y en mayo con el premier Nikita Krushchev en Moscú para firmar los acuerdos para limitar la proliferación de armas nucleares+. En lo interno, promovió legislación para mejorar el transporte, elevar los beneficios de la seguridad social, combatir el crimen, reorganizar el servicio postal, bajar la edad electoral de los 21 a los 18 años, aumentar la participación fiscal de los estados, proteger los recursos naturales y fortalecer la economía. En enero del 72 autorizó el inicio del *Programa Trasbordador*, que habría de ser el eje de todos los esfuerzos norteamericanos en la conquista futura del espacio exterior.

Se construye la agenda

Watergate no fue un elemento significativo en la agenda de los electores en particular ni en la de la ciudadanía en general durante 1972. No fue una gran sorpresa, así, que el 7 de noviembre de 1972 el electorado le diera a Nixon el más amplio margen de votos en la historia para un segundo periodo presidencial. Los estadounidenses en aquel momento tenían en la mente, para citar a Lippmann, imágenes distintas a las que les proponía el Washington Post. Watergate se hizo parte de la agenda social y comenzó a presionar a la agenda política cuando el electorado percibió que Nixon y sus colaboradores mintieron deliberadamente y los pormenores de la conspiración comenzaron a trasminar.

Al interior y en torno del asunto Watergate, desde la fecha del allanamiento de las oficinas del Partido Demócrata en el edificio que le dio nombre al episodio, hubo

* No es del conocimiento general que en 1970 el periodista Edgar Snow, amigo personal de Mao, fue el conducto para informar que 'Nixon sería bienvenido en China ya fuera como Presidente o como ciudadano privado. De ahí siguió la visita secreta de Kissinger a China en 1971. Snow, autor del señero *Estrella roja sobre China* (1938), falleció una semana antes del viaje de Nixon.

+ Los acuerdos SALT (siglas de Strategic Arms Limitation Talks, en inglés «conversaciones sobre limitación de armas estratégicas») fueron los filmados al final de cada una de las negociaciones llevadas a cabo entre los EUA y la URSS para limitar las armas nucleares estratégicas y frenar la carrera armamentística. Hubo dos rondas, SALT 1, en Helsinki y Viena, y SALT 11 en Viena.

varias agendas que funcionaron independientemente: la del Comité para la Reección del Presidente, para encubrir a toda costa los orígenes, montos y mecanismos de distribución de fondos, y la vinculación de sus directivos con el grupo de “los plomeros”; la de la Casa Blanca, para ocultar la verdad y utilizar las herramientas que fuesen necesarias para evitar que se hiciera pública la conspiración; la de los republicanos, centrada en la defensa de Nixon y la descalificación del *Post*; la de los demócratas, para utilizar las informaciones de los medios para desgastar a la administración Nixon y, en el 74, sustentar el inicio de los procedimientos legislativos para defenestrar al Presidente.

Hubo una agenda que no se conoció sino hasta 34 años después: la del singular personaje conocido como “Garganta profunda”, proveedor de información privilegiada y vital para los reporteros del *Washington Post* Woodward y Bernstein a lo largo del caso Watergate. Hoy sabemos que se llamó Mark W. Felt, segundo de a bordo del Buró Federal de Investigaciones (FBI por sus siglas en inglés), y que operó no por amor a la verdad y para preservar los valores nacionales, sino como reacción al nombramiento de Patrick Taray, personaje ajeno a la comunidad de inteligencia, como sucesor de J. Edgar Hoover. Cuando los mandos de carrera se quejaron de que ello dañaría al aparato de seguridad interna del gobierno, Felt utilizó su contacto con los reporteros del *Post* con el propósito, según se desprende de la recapitulación de Woodward (2005), de empatar con la suya la agenda de un medio que a su vez estaba modelando la agenda social.

Watergate en sus inicios, por lo menos de junio a octubre de 1972, estuvo casi exclusivamente en la agenda del *Washington Post**. A Katharine Graham, la dueña y

* Por lo menos hasta el tercer cuatrimestre de 1973 no hubo en otros diarios de gran circulación una reacción en cadena respecto a las informaciones de Watergate publicadas por el *Post*. En este sentido se confirma el precepto de que no basta que un tema aparezca frecuentemente en las noticias para hacerlo parte de la agenda. Si no aparece resaltando algún aspecto de un problema, o si sólo se resaltan sus aspectos positivos, el asunto pierde urgencia y, por lo tanto, la agenda se desinfla. Si, por el contrario, el tema muestra cada vez una cara distinta, la agenda se refuerza (Schoenbach & Semetko, 1992).

editora, le advertían desde diversos ambientes que su empresa corría el peligro del ridículo y del escándalo al sobredimensionar la importancia de un “robo de tercera”.

El lector no pasará por alto que mientras Michaels afirma que la prensa no puede ejercer una influencia inmediata sobre la audiencia como la que sí tienen los agitadores populares, White sostiene que la prensa tiene un poder omnímodo para fijar agenda. Esta disonancia (que debe valorarse a la luz del diferente contexto histórico que da medio siglo de diferencia), ilustra que se trata de una relación compleja que tiene una vinculación innegable con el papel de la clase política frente a la agenda de los medios (como lo ejemplifica la actuación de “Garganta Profunda”), pues de otro modo toda la narración del asunto Watergate pudo haber quedado en lo anecdótico.

Prueba del crimen y desenlace

Casi desde el día del allanamiento Nixon negó tener conocimiento personal de los hechos. En su segundo periodo, a partir de noviembre de 1972 y conforme su capital político comenzaba a disminuir al hacerse públicas las dimensiones de la encubierta y se profundizaba el descontento en la sociedad por el derrotero del país en lo interno y externo, recurrió a todas las argucias que en el pasado le habían salvado la vida política. Negó públicamente, y en todos los foros y tonos, tener conocimiento de que se había violado la ley. Dio golpes de mano y despidió a colaboradores cercanos. Recurrió a medidas de distracción de la opinión pública. Pero casi a diario se conocían nuevos y más graves detalles del complot, principalmente en las páginas del Washington Post*.

* La existencia de una serie de grabaciones secretas e ilegales en el Despacho Oval de la Casa Blanca salió a la luz durante una comparecencia en la comisión senatorial que investigaba Watergate y el camino al despeñadero se hizo cuesta abajo. Nixon vigorizó su defensa. Cesó al fiscal especial que había sido nombrado para investigar la posible comisión de delitos y con ello provocó la renuncia de los dos principales funcionarios del Departamento de Justicia. El nuevo fiscal resultó tan implacable como el anterior. El presidente estaba acorralado. Tuvo que entregar un lote de cintas. Una de ellas estaba borrada a lo largo de 18 minutos y medio. Se confirmó, sin lugar a dudas, que Nixon no sólo estuvo enterado del allanamiento a las oficinas del Partido Demócrata sino que autorizó esa operación.

Los diarios del martes 23 de octubre de 1973 publicaron la noticia a ocho columnas: “Nixon entregará las grabaciones. El Presidente acepta obedecer a los tribunales”⁺.

Las dudas se despejaron. El Presidente de los Estados Unidos estuvo al tanto del “operativo Watergate”, como demostró la transcripción de un fragmento de una conversación de 95 minutos entre el presidente Nixon y su jefe de gabinete H. R. Haldeman el 23 de junio de 1972, 48 horas después del allanamiento (Bradlee, 1996, p. 376).

A principios de agosto de 1974 Nixon se convenció de que todo estaba perdido. El viernes 9 redactó en dos líneas una lacónica renuncia al puesto de elección popular más importante en el planeta y entregó el poder que había alcanzado como culminación de 28 años de lucha política despiadada y sin cuartel.

Además de la primera renuncia al cargo de un Presidente, las investigaciones sobre Watergate llevarían a fincar cargos a 40 funcionarios del gobierno de Nixon, 19 de los cuales cumplieron condenas de prisión.

El presidente del comité especial del Senado para la investigación, Sam Ervin, dijo que Watergate fue la peor tragedia en la historia de los Estados Unidos. Y algunos Críticos acusaron a la prensa de haber exagerado la cobertura como reacción a las manipulaciones de Nixon, Kissinger y Johnson:

La prensa exageró su propio papel en Watergate, e incluso más en la versión cinematográfica de Todos los hombres del presidente. Los reporteros tenían que justificar la pérdida de confianza pública en que incurrieron cuando se dejaron manipular por Lyndon Johnson y Henry Kissinger. Pese a las proclamas triunfalistas, las noticias sobre Watergate tuvieron escaso impacto político antes de que comenzara la indagación oficial. Más de la mitad de los estadounidenses encuestados ni siquiera

⁺ Hoy aún no se conoce su contenido y las especulaciones abundan: hay quien supone que en la porción borrada hay referencias al asesinato de Kennedy.

había oído de Watergate el día de las elecciones, pues muy pocos de los peores “Horrores de Watergate” (término acuñado por el Procurador General de Nixon, quien después cumplió una sentencia de prisión) habían llegado a los auditorios fuera de Washington (Malkin & Stacks, 2003, p. 1924).

Ken Auletta (2003) coincide con esta opinión. Para este “reportero de medios”, las virtudes del oficio periodístico, a la manera de los héroes griegos, devienen en vicios. Sus triunfos —impulsar el movimiento pro derechos civiles, abrir los ojos del país a Vietnam, a la depredación y a los embrollos financieros de Nixon- impulsaron excesos. Los reporteros quisieron ser famosos, ricos e influyentes.

En palabras de otro experto en medios, a mediados de los setenta los periodistas estaban en la nube de Watergate, glorificados por el cine y la televisión como los *sherifes* que habían “limpiado” a Washington (Kurtz, 1993)

Comentarios finales

El epílogo de Watergate recuerda la sentencia inicial del ensayo de C. Wright Milis, *La edite del poder* (1960): “Los poderes de los hombres ordinarios se circunscriben a los mundos cotidianos que habitan, pero incluso en estas circunstancias de empleo, familia y sociedad con frecuencia parecen ser movidos por fuerzas que ni pueden entender ni pueden gobernar”^{*}.

Milis argumentó que la llave sociológica a las inquietudes norteamericanas estaba no en los misterios del inconsciente ni en la lucha contra el comunismo, sino en la sobreorganización de la sociedad. “En la cima del gobierno, las fuerzas militares y las corporaciones, un pequeño grupo toma las decisiones que luego

^{*} Los límites de extensión al trabajo impidieron abundar en la afirmación de Milis en el sentido de que los hechos de alcance nacional son decididos por la elite del poder y no por la opinión pública, la cual no tendría capacidad para encauzar la agenda. Si y no. Sí, considerando que los medios se han integrado a esa elite de poder y no, porque aunque son propietarios de los mecanismos para imponer la agenda, es preciso que la opinión pública la haga suya. Es decir, parece temerario insinuar que la opinión pública no promueve y fija la agenda social y política. El caso Watergate es en sí mismo un ejemplo: cuando la opinión pública asumió la agenda del *Post*, y en consecuencia la de Garganta Profunda, fue cuando se cimbó la presidencia de Nixon.

reverberan en todos los recovecos de la vida del país. Por lo que respecta a los hechos de alcance nacional, es la elite del poder la que los decide. No es la opinión pública la que encauza la agenda política” (ibíd.).

Siguiendo esta línea de pensamiento, la información no es un bien que se ofrece a la sociedad para que ésta configure los mecanismos de relación que considere pertinentes con el poder, poder que —además— la propia sociedad ha otorgado, sino que se convierte en patrimonio para una relación de poder a poder. Se antoja aplicable a los MC la teoría de Michels (1911) sobre la tendencia a la oligarquía en las organizaciones y en el liderazgo. Según este sociólogo alemán, estudioso de partidos políticos, el problema de la administración en una organización estructurada jerárquicamente es que requiere burocracia, producto inevitable del principio de organización. Pero el precio que se paga por el aumento de la burocracia, a medida que aumenta la complejidad de la organización, es la concentración de poder en la cumbre y la pérdida de influencia de los miembros de número.

Los MC cubren muchos de los rasgos apuntados por Michels: privilegio en el acceso a gran cantidad de información. Control sobre uno o varios medios formales de comunicación, pericia en el arte de la política. Todo ello contribuye a que los medios se conviertan en líderes y a medida que los líderes se robustecen, se amplía lo que Michels llama “la incompetencia de las masas” y se refiere a la incapacidad de participar en el proceso de toma de decisiones. La sociedad ya no es capaz de enterarse por sí misma de lo que sucede en su entorno, de lo que sucede fuera de sus fronteras y, sobre todo, no tiene acceso a muchos sucesos de la vida política. Ese espacio en el que la sociedad no es capaz de incidir, incluso por cuestiones prácticas y por la complejidad de la vida moderna, es ocupado por los MC. que adquieren por esa vía el papel de líderes y por tanto un desempeño protagónico en la fijación de la agenda social y política.

Bibliografía y referencias

Auletta, Ken (2003). *Backstage. Inside the Business of News*. The Penguin Press. New York.

- Bernstein, Carl & Woodward, Bob (1974). *All The President's Men*, Random House. New York.
- Bradlee, Benjamin C. (1996), *A Good Life. Newspapering and Other Adventures*, Touchstone. Simon & Schuster, Inc. New York.
- Hamilton, Alexander James, Madison & Jay, John (1788), *The Federalist*. Edición de 1961 de Mentor. New American Library. New York.
- Kurtz, Howard (1993). *Media Circus. The Trouble With America's Newspapers*, Times Books. Random House. New York.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. Reedición de 1997 de Free Press Paperbacks. Simon & Schuster. New York.
- Malkin, Lawrence & Stacks, John F. (2003). "What if Watergate Were Still Just an Upscale Address", en Crowley, Robert (ed) *What If's? Of American History*, Berkley Publishing Group. Edición electrónica. New York.
- Mills, Wright C. (1956). *The Elite*. Oxford University Press.
- McCombs, Maxwell (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press. Cambridge, England.
- McCombs, Maxwell & Shaw. Donald L. (1977). *The Emergence of Political Issues: The Agenda Setting Functions of the Press*. West Publishing Company.
- Michels, Robert (1911). *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. Reedición de Amorrortu Editores, 1991. Buenos Aires.
- Snow, Edgar (1938). *Red Star Over China*. Edición 1968 de Grove Press. New York.
- Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Consultada en diversas fechas en www.wikipedia.org
- White, Theodore H. (1960). *The Making of a President. A Narrative of American Politics in Action*. Barnes & Noble Books. New York
- Woodward, Bob (2005). *The Secret of Watergate's Deep Throat*. Simon & Schuster. New York. (Edición electrónica).