

La revista de acop)

Nº 0028 - 2ª etapa
JUNIO DE 2018

WWW.COMPOLITICA.COM

Comunicando
desde
**AMÉRICA
LATINA**



La revista de **acop**

PARA **DESCARGARTE EL PDF** DE LA
REVISTA, ESCANEA ESTE **CÓDIGO QR**
CON TU MÓVIL.



La revista de ACOP, nuevo nombre para *El Molinillo de ACOP* tras 82 números editados, es una publicación mensual a la que tienen acceso directo todos los socios de ACOP. Es una vía de comunicación abierta para todas aquellas personas interesadas en la comunicación política, una disciplina que, día a día, cobra más importancia en las democracias de todo el mundo, en un entorno cada vez más globalizado e intercomunicado, donde gobiernos y ciudadanos mantienen relaciones cada vez más estrechas y más transparentes.

En *La revista de ACOP* encontrarás contenidos de actualidad relacionados con la comunicación pública e informaciones de interés para los profesionales de este sector. *La revista de ACOP* es una de las revistas de referencia en su sector, habiendo sido reconocida con el premio Victory Award a la mejor publicación política en tres ocasiones consecutivas: 2014, 2015 y 2016.

El Molinillo de ACOP. N°1 al N°82 (2008-2015)
ISSN 2340-9576

La revista de ACOP, Segunda Etapa
ISSN 2445-3951

La revista ACOP es, ante todo, una útil herramienta al servicio de los socios de ACOP, por lo que todas vuestras sugerencias o colaboraciones son más que bienvenidas. Podéis hacérsolas llegar a través de esta dirección:

larevistadeacop@compolitica.com

Los artículos publicados en esta revista son fruto de la selección y redacción del Comité editorial, y no representan la posición oficial de la Asociación, que solo se expresa a través de sus circulares oficiales. Los contenidos aquí recogidos están protegidos por las leyes de la propiedad intelectual, por lo que solo podrá hacerse uso de ellos citando su origen.

EDITA

**ACOP - ASOCIACIÓN DE
COMUNICACIÓN POLITICA**

Avda. Complutense s/n

**Fac. CC. de la Información, Dpto. CAVP II, 5ª planta
28040 Madrid (ESPAÑA).**

www.compolitica.com

DIRECTOR

Eduardo G. Vega, @eduardoglezvega

SUBDIRECTORA

Gabriela Ortega Jarrín, @gabrielaortegaj

COMITÉ EDITORIAL

David Redoli, @dredoli

Joan Navarro, @joannavarro

Jordi Rodríguez Virgili, @jrvirgili

Joaquín Marqués, @Quim_Marques

Pedro Marfil, @jpedromarfil

Daniel García, @danigarcia1986

Eduardo Castillo, @NassinCastillo

Paola Cannata, @PaolaCannata

José Luis Izaguirre, @jl_izagutirre92

Vicente Rodrigo, @_VRodrigo

Juan Luis Fernández, @juanlu_fl

Pablo Martín Díez

REVISIÓN Y CORRECCIÓN

Cristina Ramos, @CrisRamDuq

DISEÑO

Estudio VicenteRojo, www.vicenterojo.net

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

W. Lance Bennet, fundador y director del Center For Communication and Civic Engagement.

Michael Delli Carpini, decano de la Annenberg School for Communication.

Steven G. Dong, director del Instituto de Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica de Tsinghua.

Stanley Greenberg, doctor en Harvard.

Marta Lagos, directora fundadora de la Corporación Latinobarómetro.

Simón Pachano, coordinador de la Maestría en Ciencia Política de FLACSO.

Holli A. Semetko, directora de la Oficina de Asuntos Exteriores y del Instituto Calus M. Halle for Global Learning, Universidad de Emory.

Heather Simpson, jefa de Gabinete y asesora principal de Helen Clark, Primera Ministra de Nueva Zelanda (1999-2008).

Silvio Waisbord, director del Programa de Graduados en la Escuela de Medios y Asuntos Públicos, Universidad de Washington.

SÍGUENOS EN:



[/AsociacionACOP](https://www.facebook.com/AsociacionACOP)



[/photos/compolitica/](https://www.instagram.com/photos/compolitica/)



[@compolitica](https://twitter.com/compolitica)



[/user/compolitica](https://www.youtube.com/user/compolitica)



[/company/asociación-de-comunicación-política-acop-](https://www.linkedin.com/company/asociación-de-comunicación-política-acop/)



Colombia: A escoger entre derecha e izquierda

10



Interview to Frank Sesno

16



Ecuador, la crisis de comunicación que empeoró la tragedia

24

04
A FONDO
Comunicando desde América Latina
David Redoli Morchón.

24
TENDENCIAS
Ecuador, la crisis de comunicación que empeoró la tragedia
María Sol Borja.

29
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
Errores de comunicación política
Pablo Martín Díez.

44
RESEÑAS
El pueblo soy yo
Eduardo Castillo.

10
A FONDO
Colombia: a escoger entre derecha e izquierda
María Fernanda González.

26
TENDENCIAS
Las voces cobran protagonismo en el 68º Congreso Internacional de ICA
Irene Asiaín.

30
CALENDARIO ELECTORAL
junio-julio 2018
Paola Cannata.

48
NOTICIAS ACOP
ACOP Bilbao 2018.
Convocatoria XI Asamblea General de Socios ACOP.
Acto ACOP Extremadura.
#ACOPTalks
Periodismo y comunicación política. España y Argentina.
ACOP y el Instituto Atlántico de Gobierno firman un convenio de colaboración.
Pedro Marfil.

16
INTERVIEW
to Frank Sesno
José Luis Izaguirre.

28
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
La foto
Vicente Rodrigo y Juan Luis Fernández.

36
UNA CAÑA CON...
Gabriela Ortega Jarrín y Kenia R. Del Orbe Ayala
Beers & Politics.

22
TENDENCIAS
La personificación en los procesos electorales: Ejemplos en Costa Rica, Honduras y El Salvador
Gilberto Campos Cruz.

40
SOCIAL MEDIA COMPOL
Daniel García.

51
TABLA DE VALORACIÓN
junio 2018
Pedro Marfil.





A FONDO

Comunicando desde América Latina



DAVID REDOLI MORCHÓN

@dredoli

Sociólogo y miembro del Consejo Directivo de ACOP

Empiezo con una metáfora: ¿qué comunica América Latina hoy en día? Comunica lo que es: una región tremendamente heterogénea, socialmente vibrante, llena de diversidad y con un patrimonio gastronómico, turístico, medioambiental, lingüístico, musical, rural y urbano de primera magnitud. América Latina son 19 países a los que, sumando España, Portugal y Andorra, configuran Iberoamérica. Un espacio cultural común con un potencial global enorme.

En el terreno político y económico, los cambios que se han producido en la región son de tal calado que en apenas unos lustros hemos visto desde la construcción y destrucción del “socialismo del siglo XXI” hasta el crecimiento a tasas tan altas que se acuñó el término “la década de América Latina” por la impresionante ampliación de las clases medias (una década esta vez ganada, no perdida). Dos cuestiones que eran impensables no hace tanto tiempo.

Sin embargo, creo que América Latina enfrenta cinco retos políticos tremendamente relevantes. Cinco retos que necesitan tanto de una buena gestión política como de una buena (y profesionalizada) comunicación. Los enumero a continuación:

1) Las relaciones con Estados Unidos y con la Unión Europea:

Con Donald Trump en la Casa Blanca, Estados Unidos ha perdido interés por América Latina, salvo en lo tocante a México, Cuba y Venezuela. Los ataques de Trump a México persisten, e insiste en la construcción del muro y que los mexicanos paguen por él. La dureza presidencial también se manifiesta en la negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA, en sus siglas en inglés). En lo relativo a Cuba, Trump parece únicamente perseguir la liquidación del amistoso legado fraguado por Barack Obama. Y sobre Venezuela llegó a afirmar, en agosto de 2017, que “no descartaba una acción militar” (algo que hubiera creado una crisis sin precedentes en el hemisferio americano), sin ayudar demasiado a resolver la devastadora situación política que padece el país. El resto de las repúblicas latinoamericanas no parecen despertar gran interés en la administración Trump. En este contexto, parece estratégicamente inteligente que América Latina refuerce sus relaciones con la Unión Europea, como forma de protegerse del proteccionismo comercial impulsado por el gigante del norte y también de gobiernos antiliberales y antidemocráticos, como Putin en Rusia o Xi en China. El cierre de las negociaciones con Mercosur sería una potente señal a la contraparte americana del genuino interés de América Latina por afianzar las relaciones trasatlánticas. La comunicación simbólica desde la arena política jugará un gran papel en este escenario internacional.



América Latina enfrenta cinco retos políticos tremendamente relevantes

2) Los partidos políticos: Llevamos años viendo en América Latina la proliferación de candidaturas independientes, al margen de los partidos políticos (nuevos o tradicionales). Gobernadores y alcaldes independientes son ya legión en prácticamente todas las repúblicas latinoamericanas, provocando una ininteligible atomización de la representación ▶



de la vida política, que, como ha señalado acertadamente el profesor Francisco Sánchez, manifiesta el declive de una faceta de la democracia representativa basada (hasta ahora) en los partidos. Se trata de una “presidencialización de los sistemas políticos y las campañas electorales”, cada vez más centradas en la personalidad del candidato y no en la maquinaria de los partidos, erosionando, consecuentemente, la institucionalización de la política (la contienda versa sobre individuos independientes con sus propias ideas y programas más que de partidos con estructuras, ideologías y equipos). Así, los datos del último informe de la Corporación Latinobarómetro son incontestables: la confianza de la opinión pública en los partidos es la más baja (15 %) de entre todas las instituciones políticas por las que se pregunta. Los riesgos de esta situación son altos, porque en muy poco tiempo la política de América Latina podría estar preñada de *outsiders*, de caudillos, de ricachones sin escrúpulos o de populistas de discursos incendiarios. Recuperar la institucionalidad de la representación política (devolver la confianza en los partidos políticos) será una de las grandes tareas a enfrentar por la clase política latinoamericana. Algo que solo se logra demostrando un buen maridaje entre lo que se dice (el *storytelling*) y lo que se hace (el *storydoing*).

3) La irrupción de las iglesias protestantes:

América Latina continúa siendo mayoritariamente católica. Pero los datos revelan un crecimiento tanto del laicismo como del protestantismo en el último cuarto de siglo. Una realidad que se ha traducido en mayor presencia pública y en más peso político. Así, por ejemplo, Guatemala ya cuenta con un presidente evangélico, Jimmy Morales. Y en Costa Rica el evangelista Fabricio Alvarado pasó en cabeza a la segunda vuelta electo-





▼
 ral, como aquí expliqué en su momento: <http://www.laopiniondezamora.es/opinion/2018/03/30/elecciones-costa-rica-guerra-al-varados/1073954.html> Igualmente, en Brasil Jair Bolsonaro tiene posibilidades de ganar las presidenciales de octubre. Y en Colombia hubo dos listas electorales identificadas con grupos cristianos evangélicos: el Movimiento Mira y Justa Libres. ¿Qué importancia tienen estos hechos? Fundamentalmente que, tal y como ha explicado el catedrático de Ciencia Política Manuel Alcántara Sáez, la actitud y el comportamiento religioso de las sociedades no es ajeno al comportamiento de sus políticos. Y existe el riesgo de una involución en materia de conquistas sociales y de libertades civiles, dado que el ascenso de los políticos protestantes está incorporando en la agenda pública latinoamericana aspectos en ocasiones muy reaccionarios, rozando el ultraconservadurismo, como, por ejemplo, la oposición al matrimonio igualitario, al aborto y a las políticas de igualdad de género, como ocurrió en Costa Rica. En la legítima contienda política ganará quienes mejor persuadan y convenzan, bien para ir hacia atrás o bien para progresar y caminar hacia adelante.

4) La lucha contra la inseguridad y contra la desigualdad: Latinoamérica tiene el 8 % de la población mundial, pero acapara el 33 % de los asesinatos en todo el mundo. Esas cifras radiografían una terrible realidad: América Latina sigue siendo la región más violenta y desigual del planeta, aunque muchos países han reducido en términos económicos la



pobreza durante la última década. Tal y como ha denunciado recientemente la organización InspirAction/Christian Aid, en toda la región los ingresos per cápita del 10 % más rico son catorce veces más que los del 40 % de la población más pobre. Colombia, Guatemala, Haití y Honduras tienen niveles de desigualdad extremadamente altos. Desigualdades en muchos ámbitos. 45 millones de indígenas y 150 millones de personas de ascendencia africana representan más del 30 % de la población de América Latina, pero son la población que menos ingresos tiene y que menos oportunidades tiene para acceder a la educación

y a servicios públicos. Por su parte, las mujeres acaparan gran parte del trabajo informal, y padecen la lacra de la violencia de género, hasta tal extremo que América Latina es una de las regiones más violentas del mundo. Baste recordar que de los cinco países más peligrosos para las mujeres en todo el mundo, cuatro se encuentran en la región, siendo El Salvador el país con la mayor tasa de homicidios de mujeres en el planeta. Unas desigualdades que son causa de la violencia que azota a la región. ¿Qué se puede hacer al respecto? Muchas cosas. Primero, mejorar la redistribución de la riqueza, con un sistema fiscal más justo, ▶



eficiente y eficaz, combatiendo con mano de hierro la evasión fiscal y el blanqueo de capitales. Segundo, asumiendo en su totalidad la agenda internacional de los Objetivos de Desarrollo Sostenible auspiciada por Naciones Unidas, una hoja de ruta para el desarrollo equitativo, para la erradicación de la pobreza, para luchar contra las desigualdades y, en consecuencia, para combatir la inseguridad ciudadana y la violencia. La comunicación volverá a estar en el eje central del éxito o del fracaso de las políticas y de los políticos que quieran caminar en esa dirección.

5) La protección del medio ambiente:

“Sobreexplotación y uso insostenible de los recursos naturales; contaminación del aire, tierra y agua; aumento del número de especies exóticas invasoras y cambio climático, son, entre otras, las causas de la degradación, reducción y pérdida de la biodiversidad en América Latina”, según los informes del Panel Intergubernamental Científico-Normativo para la Biodiversidad y los Servicios Ecosistémicos (IPBES, por sus siglas en inglés). En el continente americano habitan cerca del 35 % de los mamíferos, el 35 % de los reptiles, el 41 % de las aves y el 51 % de los anfibios del mundo... pero reciben amenazas cada vez mayores. Y, como bien saben los economistas, no hay economía sin ecología (es decir, no hay posibilidad de producir nada si destruimos las materias primas con las que producimos y prestamos nuestros bienes y servicios). Por eso la agenda política en América Latina deberá, inevitablemente, incorporar el eje medioambiental, tal y como ya está sucediendo en todo Occidente.

Se trata de detener la deforestación, de promover la descontaminación de los ríos, de establecer estándares ambientales para infraestructuras, minería, petróleo, de aumentar y mejorar el control de emisión de gases de los vehículos de transporte público, privado y carga, de proteger la calidad del aire (especialmente en las grandes ciudades) y, sobre todo, de diseñar estrategias de transición energética orientadas hacia el uso intensivo de las energías renovables y de los coches eléctricos.



Se trata de mejorar la política con la comunicación política, de fraguar más y mejores consensos

Son cinco retos que de ninguna manera van disociados de estrategias comunicacionales. Las prácticas comunicativas innovadoras, como las asociadas a las posibilidades tecnológicas y de redes sociales, las manifestaciones ciudadanas en sus diferentes formatos y los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) seguirán siendo actores centrales para propiciar cambios positivos o negativos en las sociedades latinoamericanas.

Tal y como ha aseverado el experto argentino Mario Riorda, la comunicación política puede aportar dos cosas para mejorar la calidad de las democracias de la región. Por un lado, ayudar a visibilizar la ética como un elemento de juicio para tomar

decisiones en la actividad política. El elemento ético, de acuerdo a Riorda (con quien estoy de acuerdo) “debe pesar en las decisiones y en las recomendaciones profesionales” de los profesionales de la comunicación y de la asesoría política. Y, por otro lado, es conveniente deselectionar la comunicación gubernamental y aplicarle una visión de medio y largo “para que modere los niveles de expectativa en donde la necesidad de legitimación debe superar con creces a la necesidad publicitaria-propagandística”.

Se trata de ayudar a la política desde la esfera de la comunicación. Se trata de mejorar la política con la comunicación política, evitando usarla únicamente como concepto de herramienta electoral, sino de servicio ciudadano. Se trata de usar la comunicación para construir consensos, narrativas y relatos que aglutinen mayorías y estabildades, en torno a nociones de progreso sostenible y democráticamente aceptable. Se trata de entender que las ideologías existen y que, se disfracen de lo que se disfracen, seguirán representando y defendiendo intereses normalmente contrapuestos (conflicto y cooperación son elementos inherentes a la política). Se trata de evitar la banalización de la política por esa dimensión publicitaria-espectacular de las campañas electorales y de la gestión gubernamental que sirve a intereses espurios.

Se trata, en definitiva, y retomando las palabras de Riorda, de fraguar más y mejores “consensos en torno a las reglas fundamentales que dirigen el funcionamiento del sistema político”. ▣







Colombia: a escoger entre derecha e izquierda



MARÍA FERNANDA GONZÁLEZ

PhD Universidad de la Sorbona (París)

Profesora invitada Universidad Nacional de Colombia-Universidad de los Andes

La actual campaña presidencial ha sido una de las más largas de la historia colombiana. Se inició en 2016 con el plebiscito por la paz, aquel que buscaba refrendar los acuerdos entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la vieja e histórica guerrilla marxista-leninista de las FARC.

Ha sido una carrera de largo aliento que ha permitido no solo entender los principales desafíos y la visión de país de los candidatos presidenciales sino también conocer cuán dividido está el país frente a los temas de la paz.

El pasado domingo 27 de mayo se dieron cita los principales candidatos en las urnas. En la derecha se encontraban Iván Duque, miembro del partido Centro Democrático y delfín del expresidente Álvaro Uribe y Germán Vargas, hasta hace poco, vicepresidente de Juan Manuel Santos. Iván Duque, joven candidato de tan solo 41 años, con carisma e inteligencia, representa la renovación del uribismo. Considera, al igual que el presidente de Francia Emmanuel Macron, que en la actualidad no hay espacio para los debates ideológicos de izquierda y de derecha sino más

bien la importancia de consolidar una posición de centro: “Yo me defino políticamente de extremo centro. Yo creo en el centro. Creo que hay que superar esos debates anacrónicos de izquierda-derecha”¹.

Desarrolló una agenda muy centrada en los temas económicos, la búsqueda de legalidad y del emprendimiento. Pero más allá de los ejes programáticos, tal vez su principal característica ha sido la de anunciar su postura, heredada del expresidente Uribe, que de llegar al poder modificará el acuerdo de paz. En una entrevista afirmaba: “Nuestra crítica no es que exista un proceso de negociación para la desmovilización, el desarme y la reinserción. La discrepancia está en los beneficios que se le hayan entregado a las FARC, las discrepancias están en haber relativizado la justicia en función de una ideología de victimarios. La discrepancia está en igualar ante la justicia a quienes han defendido la paz como un principio constitucional para defender la vida y honra de los colombianos, las discrepancias están en que ellos crearon una justicia a la medida de sus pretensiones de impunidad”².



La campaña presidencial ha permitido conocer cuán dividido está el país frente a los temas de la paz

Germán Vargas Lleras, continuador del santismo, es un líder político reconocido, miembro de una familia tradicional, de la oligarquía colombiana y que ha vivido para la política. Tuvo el discurso más técnico, gran administrador público, pero llevaba consigo el lastre de trabajar con la vieja política, la de las maquinarias y los favores políticos. En el centro ideológico se encontraba el profesor de lógica matemática Sergio Fajardo con una agenda nue-

¹ María Fernanda González, *Los pretendientes de la Casa de Nariño*, Intermedio editores, 2018. pp83

² Idem, pp.80



va: la revolución de los valores, la ética y la transparencia tan necesarias en el país. Este candidato, el independiente de la campaña, tuvo como lema principal: llegar limpiamente al poder sin pagar un peso ni con favores políticos. El liberalismo estuvo representado por el exjefe negociador de la paz, Humberto de la Calle, un estadista liberal que ha ocupado los mejores cargos de la política nacional y quién logró sellar el acuerdo con la guerrilla más antigua del continente. Finalmente, en la izquierda se posicionó el exmiembro de la guerrilla del M19, exsenador y exalcalde de Bogotá, Gustavo Petro. Este se posicionó en la campaña con un discurso de izquierda, crítico y muy atado a los valores históricos de las luchas sociales: justicia social, los derechos humanos, la educación y el respeto por el medio ambiente.

Con gran acierto, las encuestas expusieron en *anteprima* el resultado de la votación. Pasaron a la segunda vuelta los dos polos opuestos ideológicos: la derecha de Iván Duque y la izquierda de Gustavo Petro. En tercer lugar, quedó el carismático profesor de lógica matemática Sergio Fajardo, quién, por muy pocos votos disputó con la izquierda el segundo puesto. De los resultados del pasado domingo quedaron claros varios temas. La política tradicional atada a las prácticas non sanctas perdió en las urnas. La Colombia de hoy cerró las puertas a las maquinarias y las componendas burocráticas, dejando en un cuarto lugar muy rezagado al candidato Vargas Lleras. Quedó claro también y a pesar de no haber logrado pasar a la segunda vuelta, la consolidación de un centro en la configuración política del país.

Así mismo el resultado es el reflejo del arduo trabajo que ha realizado un partido nuevo y disciplinado, el Centro Democrático. Un partido cuya existencia se le debe a la constancia del expresidente Uribe (2002-2010). Bajo su figura tutelar, Iván Duque junto con su fórmula vicepresidencial, Marta Lucía Ramírez lograron





▼
 posicionar un discurso de recuperación de la seguridad, la legalidad y la equidad. Así lo afirmaba: “Yo creo que en Colombia no hay espacio para los extremos por lo menos desde la Constitución colombiana. No hay nada más centrista que la constitución colombiana sobre todo cuando define a nuestro país como un Estado Social de Derecho, cuando habla de utilidad social de la propiedad privada. Cuando habla sobre el sentido social de la empresa. Entonces yo creo que ahí es donde está el verdadero balance. ¿Cómo defendemos la propiedad privada, cómo defendemos el empresarismo, el capitalismo económico? Pero siempre teniendo como objetivo a las poblaciones más vulnerables”³.

Más allá de la agenda programática, la figura del expresidente Uribe genera posiciones extremas. En un sector es visto como un mesías y por lo tanto el voto puede leerse como la añoranza del regreso del uribismo. En otro sector su regreso es leído con preocupación por su beligerancia, su crítica visceral a la paz del gobierno Santos y su cercanía a un conservadurismo duro que no da cabida a las agendas progresistas. Es el regreso de una agenda conservadora frente a los temas de familia y que algunos califican de centralista y con cierto grado de autoritarismo. El candidato por el liberalismo Humberto de la Calle así lo afirmaba en una entrevista: “Es el llamado al pasado, a volver trizas el acuerdo. Exaltar la venganza y el odio basados en realidades. Los colombianos en su mayoría detestan a las FARC, que cometieron graves crímenes. Si bien no son los únicos

responsables del conflicto y eso suele omitirse, bajo el ropaje del repudio a las FARC realmente lo que hay es un deseo al inmovilismo. No acudir a la reforma rural, impedir la verdadera transformación de la política. El mecanismo es entonces ir a la emoción, fomentar las pasiones y generar miedo”⁴.

“ No ha pasado a la segunda vuelta, pero se consolida un centro en la configuración política del país

En la izquierda se posiciona Gustavo Petro quién logró el histórico resultado de pasar a la segunda vuelta. Su estirpe popular, su pasado revolucionario como miembro del M19 y su personalidad fuerte hacen de él un hombre temido en las élites y amado con pasión en los barrios populares, los sintecho y los sectores más cercanos al pensamiento crítico. Irónicamente Gustavo Petro genera temor no solamente en las élites, sino en el seno ideológico de sus ideas: la izquierda.

Gustavo Petro es calificado por la derecha como un hombre populista, un líder que quiere implantar un viejo modelo político. Sin embargo, al preguntarle su opinión sobre el socialismo del siglo XX, asegura que nunca creyó en ese modelo: “Cuando yo vi a las FARC y al partido comunista, ellos seguían en esa ideología dogmática, lo que podríamos llamar el socialismo del siglo XX. Eso nunca nos emocionó. Y no porque

hubiera una argumentación teórica. ¿Qué veíamos desde lejos, como cualquier ciudadano colombiano? Nunca tuvimos relaciones con Rusia, nunca nos ayudaron, ni tampoco lo pedimos. Nunca hubo una intencionalidad política. Porque lo que presumíamos más bien era que allí no había una democracia. Nuestro proyecto no se podía construir bajo los preceptos del socialismo soviético. En cierta forma así lo entendió el Che, pero esa es otra historia (...) Entonces había una separación entre la gente del partido Comunista, las FARC, la gente del Movimiento Obrero Independiente y Revolucionario (MOIR), su línea china y nosotros (el M19). El proyecto democrático era nuestro eje”⁵.

“ Los colombianos tendrán la última palabra el próximo 17 de junio y allí decidirán qué camino tomará la Colombia postsantista

En su paso en el Congreso, realizó los debates más agudos sobre el fenómeno paramilitar y lo ha llevado a ser un reconocido hombre público, inteligente, carismático y con buena oratoria. Sin embargo, su paso por la Alcaldía dejó un sabor amargo. No solo por su estilo gerencial sino por las dificultades para trabajar en equipo con sus más cercanos colaboradores. El discurso constantemente repetido por el expresidente Uribe, que Petro representa la dic- ▶

³ Idem, pp.84

⁴ MF González, Los Pretendientes de la Casa de Nariño, Intermedio editores, 2018. pp30

⁵ Idem, pp146



▼
tadura del Socialismo del Siglo XXI de Venezuela ha calado en la población. Pese a ello la campaña electoral demostró que el Petrismo está muy cerca de llegar al poder en Colombia. ¿Cómo definir esta corriente?, el candidato asegura que es "una pasión popular que refleja una esperanza. En medio de estas crisis contemporáneas, hay ausencia de salida y por lo tanto de esperanza. En unos sectores juveniles y populares empiezan a ver que podría conducir esa esperanza. En unos sectores juveniles populares empiezan a ver que yo podría conducir esa esperanza. Esa esperanza lleva a pasiones. Igual que el miedo lleva a pasiones, que es lo que lleva a la gente a votar por Álvaro Uribe y por Germán Vargas Lleras. Es el miedo a los venezolanos, miedo al castrochavismo".

Los colombianos tendrán la última palabra el próximo 17 de junio y allí decidirán qué camino tomará la Colombia postsantista. Por ahora los discursos de los dos finalistas dan claras muestras de sacar a relucir los ejes de la agenda fajardista en el centro del espectro político. Iván Duque retomó en su discurso el pasado domingo valores como la educación, la decencia y la confianza temas centrales del fajardismo. Por su parte, Gustavo Petro insistió en el valor supremo que tiene la educación para crear hombres libres, consolidar la clase media, desarrollar una sociedad más productiva y, sobre todo, aceptar la diversidad. Los colombianos tendrán una última palabra. ▣





MÁSTER PROPIO

Universidad Camilo José Cela

CIGMAP Centro Internacional de Gobierno y Marketing Político

ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y CONSULTORÍA POLÍTICA

2018-2019

El mejor máster en Consultoría Política en español* ahora con un precio muy especial por ser socio de ACOP

*Napolitan Victory Awards en la categoría "Programa de Educación Política del Año" en 2014, 2015 y 2017

*Premio "Contribución educativa" otorgado por la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos en 2018



Presencial:

Incluye vuelos y alojamiento en las 7 estancias internacionales: Bruselas, Buenos Aires, Shanghái, México, Miami, Washington y Boston

Online:

Incluye alojamiento y manutención en Madrid durante la estancia presencial de dos semanas de duración

Online + Estancias internacionales:

Precio para socios de ACOP	Precio del Máster
11.200 €	14.000 €
6.720 €	8.400 €
11.200 €	14.000 €

✉ jfsantiago@ucjc.edu

 formacionenpolitica.com

 folleto: bit.ly/masterpolitica2018

 facebook.com/masterpolitica

 [@masterpolitica](https://twitter.com/masterpolitica)



ENTREVISTA

Interview to Frank Sesno

Frank Sesno, @franksesno

"Our political discourse has gotten so much worse. It is coarser and nastier, more personal and vindictive"



**JOSÉ LUIS
IZAGUIRRE**

@jl_izaguirre92

As an Emmy Award-winning professional, Frank Sesno is an internationally renowned journalist. He has worked researching topics of public interest for more than 30 years, many of them covering the news from the White House. Sesno has specialized in interviews and has interviewed many US Presidents as well as other international Heads of State and Government such as Benjamin Netanyahu. He has studied and shared knowledge about the different techniques and skills that should be put in place when interviewing and has published pieces of research about this topic.

Frank Sesno will be one of the main speakers at the 5th International Political Communication Congress in Bilbao this June.

As a journalist, you have thoroughly talked and wrote about the importance of questions in interviews and the different techniques and skills that should be applied when wanting specific information from someone. In fact, your book Ask More categorises questioning and adds value to the art of making the right questions. In your opinion, what are the most important elements an interview to a politician should have?

The most important elements for an interview with a politician revolve around preparation and intent. First, the interviewer

must do his or her homework, be fully briefed and aware of the various sides of the issue, armed with facts to follow up, challenge, correct, and recognize error or inconsistency. To drill down into an issue, the interviewer must know the politician's previous positions, statements, promises, and pledges. Almost as important, an interviewer should have a specific outcome in mind going into the interview. Are you seeking information, such as facts and figures, or are you looking for an explanation, why a particular decision was taken or what the intended consequences may be? Having an outcome in mind is essential. Some interviews are informational. So- ▶



me interviews revolve around context or explanation. Others are intended to fill in one or more sides of a debate. Still others are confrontational, seeking to hold a politician accountable to his or her previous words or actions. Knowing what you are talking about and what you are after will make any interview more informed, engaging, and purposeful. This is especially true for interviews with politicians who are so skilled at dodging tough questions and issuing vague answers.



Curiosity and the capacity it inspires to learn and create knowledge is what sets human beings apart. Curiosity is the cornerstone of engagement

Curiosity has always been the perfect stimulus that gives an impulse to knowledge and without curiosity, the history of humankind would not have been the same. How important do you think curiosity is and what is the status of human curiosity today?

Curiosity and the capacity it inspires to learn and create knowledge is what sets human beings apart. Curiosity is the cornerstone of engagement. It is the vital element to discovery, empathy, and progress. In some ways, we have never displayed more curiosity. Billions of searches on Google and other sites show that we are voracious hunters and gatherers of information. Yet, our curiosity is sometimes distorted by this technology at our fingertips. We ask and answer our questions at warp speed. But do we linger long enough to dig down and learn in detail? Is our curiosity suffering because we are so connected and move so fast? Certainly, the global rise of populism, the rejection in many quarters of fact and evidence-based thinking, and the surge in opinion-driven media suggest that the validation of ideas trumps all. I am a stubborn believer in the bottomless pit of human curiosity. But I am concerned that we have created a “quick hit culture” where we are rewarded by fast answers at the expense of





▽ deliberate and delicious inquiry driven by insatiable curiosity. It is time for curiosity to make a comeback. We should dedicate ourselves to that.

“ With emerging technology, we must educate news consumers about spotting bogus video or audio soundbites that literally put false words in people's mouths

Knowing where to find the answer to one's curiosity is important. The development of fake news and its consequence in today's world is an issue of recent concern. How do you think fake news should be managed by politicians, journalists and the public?

First, "fake news" should be defined and the term should be banned. Then it should be managed aggressively and transparently. I refer to "false news," the kind that is deliberately and maliciously designed to confuse, distort, and distract, intended to sow discord and confusion. Once defined, it needs to be called out by penalizing the bad stuff and reinforcing information that can be substantiated and for which there is genuine accountability. Every news organization, for example, should be pursuing an open and candid conversation with its audience, explaining how it gathers the news, how it makes difficult decisions, and why it covers a story in the way it does. Politicians and the public must be educated to be wary of "false news" and to look for telltale signs: a story that takes a side without reflecting opposing points of view, that trumpets one position, celebrates a leader, ignores unpopular or unpleasant facts. With emerging technology, we must educate news consumers about spotting bogus video or audio soundbites that literally put false words in people's mouths. ▸





Politicians and the public alike should insist on transparency. Everyone should ask these questions: where does this information come from? Who is the source? What is his or her agenda? What are the trade-offs and risks and unexplained consequences of a given position? “False news” is often difficult to separate from legitimate news because it may look or sound like a traditional story. But buyer beware: false news is one of the most corrosive forces in democratic societies because it has the capacity to turn people against each other and fundamentally undermine confidence in our institutions in ways that may jeopardize the very freedoms that gave false news a chance to flourish in the first place.



The single most important determinant in the relationship between the United States and Latin America is represented by one word: respect

This month’s magazine will cover many issues related to Latin America and political communication in the region. The relationship between the United States and some Latin American countries since the election of President Trump, especially with Mexico, has not been ideal. How do you think the relationship between the United States and Latin America should be shaped?

The relationship between the United States and Latin America is a long and difficult one. I spent a number of



years covering wars, politics, diplomacy and economics in the region. The single most important determinant in the relationship between the United States and Latin America is represented by one word: respect. The US must have it and convey it. Latin American nations must see it and believe it to be genuine. Name calling and accusation do not convey respect. Certainly, this needs to be a two-way street. But the United States sets the tone and bears the lion’s share of responsibility in establishing a dialogue that is fundamentally constructive and respectful.

There are important elections taking place in Latin American countries this year with many vital issues at stake: Colombia, Mexico, Costa Rica, Venezuela, and others. How do you think

the results of these elections can reshape the region’s political spectrum?

The elections taking place in Latin America this year are crucial. New leaders will shape the dialogue with Washington, the hemisphere, and the world. They will reflect the sentiments of their populations, revealing how much these elections are influenced by the Trump era of populism and nationalism and whether the symptoms are contagious. Will the hemisphere have a trajectory toward more democratic, open, accountable societies that prosper amid honest and open markets? Or will they turn toward the kind of chaos and politics of resentment that we see in some countries now and have experienced through so much of our history? We do not know how this will play out, ▶



but Latin America has never traveled a straight line to prosperity or progress, and we should not expect one now.

One of the victories of the Obama Administration was the reestablishment of diplomatic relations with Cuba. How do you think the current Administration will face the recent change in the Cuban government? Do you think the election of Miguel Díaz-Canel will bring change to the country and to its relationship with the US or will Havana have a continuity in policies?

It's hard to say what will happen with US/Cuba relations. However, there are no indications at this time that the Trump administration is interested in warmer relations with Havana. Quite the contrary, the Trump administration plays to its base, hardline conservatives, including those who are as opposed to rapprochement with Cuba as ever. It is unlikely that the new government in Cuba, unless it undertakes massive and visible political reforms, will find a more receptive crowd in Washington or an environment in which to operate anytime soon.

Let's talk a little about political discourse. With the new digital platforms we have available, how do you think political discourse has evolved in the past decade? In what way do you predict it will evolve?

Our political discourse has gotten so much worse. It is coarser and nastier, more personal and vindictive. Political discourse emanating from the White House is unprecedented. Never has there been such a constant stream of accusation, demonization, and institution-bas-

hing. This undermines confidence in institutions and in government. I fear it undermines confidence in democracy itself. We are accustomed to American presidents calling on citizens to embrace the better angels of their nature, to recognize that the only thing they have to fear is fear itself, to believe that they inhabit a shining city on a hill. The current occupant of the White House takes a much more combative and coarse approach to political discourse and public engagement. He accuses, misrepresents, and pays no heed to the precision of words. Like so many people around the world, he has a built-in amplifier through his social media platforms. He has learned that rage and resentment sell better than compromise and modesty. We are experiencing a new low in political discourse in the United States. I am not without hope, however. Our politics and our culture evolve and tend to move in cycles. It is quite possible that a leader will emerge from the current moment in history who appeals to Americans' sense of unity and community, to those better angels of our nature. That is my expression of optimism.

In the field of professional political communication, the United States is one of the countries where this profession is more recognised. What do you think are the key elements to have good quality professionals working in political communication? Which should be the skills they need?

Professionals in political communication must understand the basic tenants of rhetoric and persuasion and framing. They must know how to message and how to determine whether their message is working with their intended audience. They should, for all the communication

warfare going on just now, have a firm sense of ethics and a commitment to the truth. Political communicators must understand that compelling messaging is getting more difficult because of the competition, social media, and the politics I've discussed. They must understand the challenges presented by the public's lack of confidence in political leaders and public institutions. My formula: Believability and credibility, a coherent message, creativity of thought and expression, empathy and the ability to articulate a message well and repeatedly will be the cornerstones of effective political communication in a more contentious future.



Latin America has never traveled a straight line to prosperity or progress, and we should not expect one now

Could you explain to our readers why they should join us in Bilbao this June and what can they expect from your visit?

This is a pivotal moment in history. Political leaders and communicators along with journalists and citizens are challenged around the globe to redefine their relationship to one another and to the truth. Unprecedented global prosperity has brought unprecedented challenge. Understanding how we communicate, what works and where the challenges are, and what is at stake make this a fascinating, if urgent, moment in our history. We will hear some of the most important thinkers in Bilbao share their research and their experience in this dynamic new world. I look forward to my visit very much. ▣





TENDENCIAS

La personificación en los procesos electorales: Ejemplos en Costa Rica, Honduras y El Salvador



**GILBERTO CAMPOS
CRUZ**

@gicamcru
Politólogo y

Comunicador Político

Las intenciones de voto son volátiles, cambiantes, desafiantes a los paradigmas formales de representación política, difíciles de medir con los instrumentos comunes y planos de las encuestas rápidas, instrumentos con preguntas sin sal como: ¿Si las elecciones fueran hoy, por cuál candidato votaría? debido a que el elector, poco a poco asume el reto de buscar entre la propuesta partidaria lo que más se acerque a su realidad y no un proceso inverso en el que los partidos seducían al elector con su propuesta.

En ese proceso de reconocimiento, no es la racionalidad, sino la irracionalidad del proceso de definición de la intención de voto del elector lo interesante, al encontrar en la personalidad, gestos, estilos, tono y pinta de un candidato, a él mismo, a sus intereses, a lo que considera importante y en suma a la asignación del criterio de veracidad a lo que se construye con arte y ciencia desde la comunicación electoral. Veamos en tres ejemplos, este concepto identificado

desde la suplantación del programa por la personalidad del candidato.

En Costa Rica, el candidato oficialista que a dos meses de las elecciones aparecía con un 4,4 % según la encuesta de Opol Consultores, terminó en la primera ronda en segundo lugar con un 21,66 %, detrás del candidato que en diciembre contaba con un 5,5 %, fue al final electo presidente de la República en segunda ronda con un 60,6 %. El escenario es racionalmente poco plausible, debido al descrédito de la gestión del gobierno, los casos de corrupción señalados por medios de comunicación como los más grandes del país, la baja aceptación del gobierno y del presidente, que su programa de gobierno fuese muy similar al de cuatro años antes, y pese a eso, el oficialismo ganó nuevamente la elección.

Carlos Alvarado logró construir un discurso separatista, aislado, incoherente del discurso de gobierno, que de manera efectiva logró deconstruir su imagen de candidato oficial y rehacerla como algo nuevo, ausente de los vicios y los escándalos del gobierno, ocultando sus colores, eslóganes, línea gráfica, estilo, los más básicos principios de su partido y cercanía ideológica con la nueva izquierda latinoamericana, así construyó su mito de candidato amparado a su juventud, su preparación técnica y su agenda dual. Esto le valió la preferencia electoral, centrándose mayoritariamente en que es un joven, preparado que nada tiene que ver con los problemas del actual gobierno.

Veamos el caso hondureño, Salvador Nasralla, de extracto televisivo, de verbo incendiario y reactivo, lanza su partido Alianza de Oposición contra la Dictadura, aprovechando que en ese país, por primera vez, luego de la prohibición vigente desde 1982, se abría la posibilidad de la reelección presidencial, gracias a un fallo de la Corte Suprema. Es claro que en Honduras no hay una dictadura en la actualidad, pero la personificación de la continuidad que se le otorga al proceso reelectivo de Juan Orlando Hernández, se convierte en el pilar de la campaña de oposición. ▽



La personificación del riesgo de una dictadura es una herramienta para mover la intención de voto, efectiva o no, es menester de otro análisis. Lo cierto es que Hernández se re-eligió con una diferencia de 1,53 % del total de votos válidos emitidos, lo que desató una ola de protestas con decenas de muertos. Más de 15.000 observadores nacionales e internacionales dieron garantía del proceso y pese a que fueron detectadas suficientes inconsistencias como para determinar el proceso electoral como de “baja calidad” según la observación de la OEA, no fue suficiente como para dar rienda a las acusaciones de fraude.

En Honduras, la propuesta programática, la identificación partidaria, la militancia, pasaron en este proceso a un segundo plano, dejando en evidencia el histrionismo de Nasralla, y la personificación de la posibilidad de la dureza de la dictadura en la candidatura oficialista.

El tercer caso es el de El Salvador, el partido en el gobierno, el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) con diez años en el poder, se presenta a esta elección con un desgaste fuerte en las percepciones positivas de los ciudadanos debido a escándalos de corrupción sin investigación, escasez de medicamentos en la red de salud del país, falta de eficacia en la distribución de subsidios para los servicios públicos, la continuidad del éxodo salvadoreño hacia los Estados Unidos principalmente y la poca mejoría en materia de seguridad pese al nuevo impuesto aprobado para tal fin que genera alrededor de nueve millones de dólares anuales dirigidos a seguridad.

La elección en El Salvador, a diferencia de Honduras y Costa Rica,



no fue para elegir la presidencia de la república, sino para elegir 84 diputados, sus suplentes y 262 alcaldes para un país con una extensión de 21.041 km². El fenómeno que por primera vez se presenta en el país, obedece a la participación directa de los precandidatos presidenciales del partido de oposición ARENA, en los comicios locales. Como antecedente, es importante señalar que este tipo de elección no generaba una expectativa más allá que la del universo local, con las limitantes de territorialidad que esto presentaba.

No obstante, el proceso de renovación de alcaldías tomó un nuevo rumbo, partiendo del dinamismo que le imprimió la acción proselitista de los precandidatos de los par-

tidos en contienda, es a partir de esto que se incrementaron las manifestaciones de campaña, anuncios en televisión, prensa y radio, así como una mayor producción y distribución de signos externos y divisas, tanto que el Tribunal Supremo Electoral impuso multas por campaña anticipada.

De toda forma el proceso salvadoreño, también es un ejemplo del cambio de la rigidez del programa político, por el histrionismo de los candidatos, dejando la percepción racional sobre la intención de voto y moviéndola hacia la necesidad del estudio de las motivaciones irracionales de la misma o de sus cambios a lo largo de una campaña electoral. ▣



Ecuador, la crisis de comunicación que empeoró la tragedia



MARÍA SOL BORJA
@mariasolborja
Periodista y analista
política

El martes 27 de marzo de 2018, el Ecuador entero se levantó con la noticia de que un equipo periodístico de diario *El Comercio*, había sido secuestrado en la zona fronteriza con Colombia. Javier Ortega, periodista; Paúl Rivas, fotógrafo y Efraín Segarra, conductor habían sido secuestrados el día anterior, mientras trabajaban. A la angustia nacional ante un hecho sin precedentes en el país, se sumaron una serie de errores en el manejo de la comunicación de gobierno.

En la primera conferencia de prensa que se dio, el día que se hizo oficial el secuestro, el Ministro del Interior, César Navas, habló de corresponsabilidad en el hecho. Con eso, pretendía sugerir que el equipo de prensa era, en parte, responsable por su propio secuestro. En medio de la conmoción ciudadana, las desatinadas declaraciones de Navas fueron percibidas como indolentes y como un torpe intento de entregar a los periodistas la responsabilidad que le corresponde al gobierno. Este fue el **primer error** y quizás el que más le

costó al gobierno: **la constante evasión en cuanto a sus responsabilidades**. Lo primero que hizo el Presidente Lenín Moreno, a los tres días del secuestro, fue echar la culpa al gobierno de su predecesor, Rafael Correa; que hubo mucha “permisividad” en la frontera, dijo.

Como **segundo error, el gobierno tampoco fue capaz de mantener un discurso cohesionado y coherente**. El Ministro Navas como vocero de la crisis, tropezó varias veces. Sus declaraciones no transmitían seguridad, su lenguaje no verbal generaba desconfianza y varias desatinadas contradicciones, reforzaron la idea ya generalizada de que el gobierno hacía poco. Tres días después del secuestro, Navas fue consultado por la prensa sobre si continúan las negociaciones. “En eso estamos”, respondió. Doce días después se contradijo: “no estamos en ningún proceso de negociación”.

La noticia de que los periodistas habían sido liberados, difundida por medios de comunicación colombianos, solamente llegó para acentuar la tambaleante comunicación gubernamental. No hubo pronunciamientos oficiales hasta el día siguiente, más de diez horas sin que se convocara a medios de comunicación o se emitieran comunicados para confirmar o negar la información. Allí estuvo el **tercer error, en la dificultad de hallar un interlocutor capaz de ofrecer respuestas de manera oportuna**. Eso generó la sensación de que no había claridad sobre lo que estaba pasando con los secuestrados, por lo tanto, difícilmente podría haber claridad en las acciones.

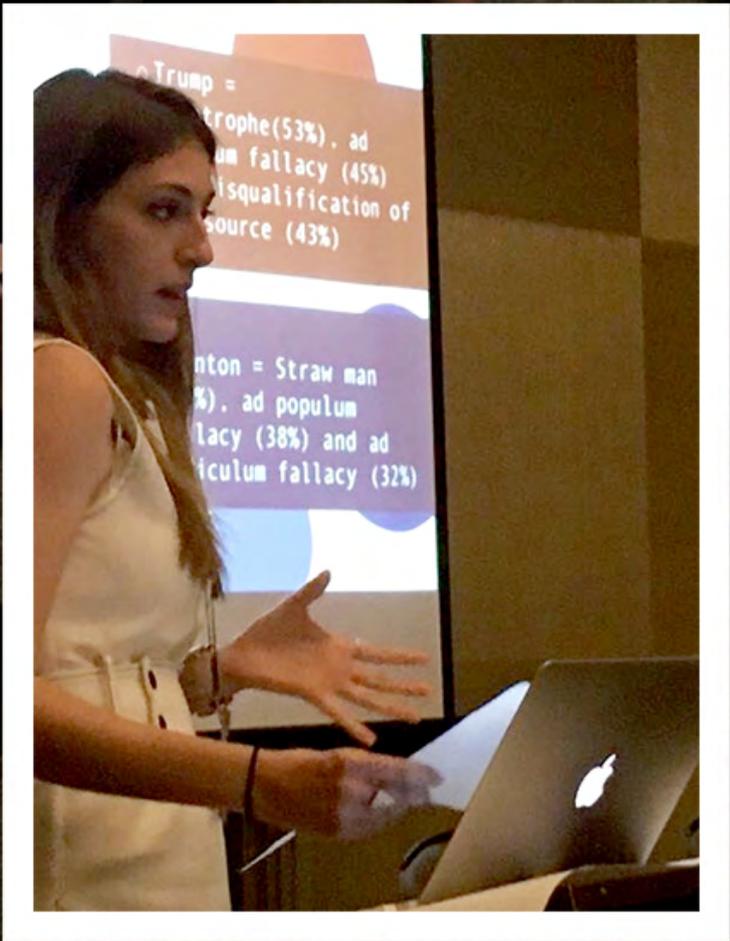
El Ministro de Defensa, Patricio Zambrano, aparecía en las ruedas de prensa junto al Ministro Navas. Silencioso, con una expresión de desconcierto permanente. Nadie, ni en sus expresiones silenciosas, podía transmitir un poco de calma. La debacle vino poco después: la noticia, otra vez desde Colombia, de la existencia de imágenes que corresponderían a los cuerpos sin



▼
 vida de los tres secuestrados. Una rueda de prensa que a Navas se le va de las manos desde el inicio: llega a decir que no puede decir nada. Los periodistas presentes, muchos de ellos colegas y amigos de los secuestrados, le gritan, lo insultan, le exigen que renuncia. El espectáculo se ve en vivo. El presidente anuncia a la par que volverá de su viaje a Lima. Regresa. En una rueda de prensa improvisada en el aeropuerto de Quito, se lo ve desencajado. Su expresión parece confirmar lo peor, pero no lo dice. En un giro dramático a su alocución, le da doce horas a alias Guacho, el supuesto secuestrador, disidente de las FARC, para que entregue a los periodistas. Parece un recurso desesperado para ganar un poco de tiempo. Cuando vence el plazo, Moreno confirma, en una rueda de prensa que han sido asesinados. Hay otras autoridades que dan un poco más de detalles, pero ya nadie escucha. Ninguna persona en el gobierno pudo **calcular el efecto de anunciar la muerte de los periodistas a sus propios colegas**, y ese fue el **cuarto error**.

Poco después rodaron cabezas: Navas y Zambrano se fueron ante el peso de sus errores, aunque no fueron los únicos en cometerlos. El gobierno debe sacar lecciones de esto: las crisis se manejan con cabeza fría. Importa lo que se dice, pero es muy importante cómo se dice. Importa también quién lo dice y lo que se calla. Importa saber quiénes son los interlocutores y cómo pueden reaccionar. Importa adelantarse a una crisis. Importa adelantarse. ✘







Las voces cobran protagonismo en el 68º Congreso Internacional de ICA



IRENE ASIAÍN
@irene_asiain
Periodista

En un mundo globalizado e interconectado, aparecen pluralidad de voces y, en ocasiones, tan discordantes que se hace cada vez más difícil afrontar los diferentes retos y problemas comunes. La International Communication Association (ICA), una asociación dedicada al estudio y aplicación de todos los aspectos de la comunicación, rescató este tema en el 68º Congreso Internacional celebrado este año en Praga entre los días 24 y 28 del pasado mes de mayo bajo el ambicioso título de "Voices".

El Congreso consiguió reunir a unos 3.300 asistentes, entre ellos especialistas en comunicación, investigadores y estudiantes, que durante cuatro días intercambiaron impresiones y conocimientos acerca de varias de las preguntas clave que planteaba la Asociación en su convocatoria. Una de ellas se centraba en la teoría de la voz y en cómo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y en diferentes culturas e incluso cómo se juxtapone en ocasiones al propio pensamiento. La creación y representación de la voz fue otro de los temas abordados en el encuentro internacional, infiriendo en aspectos como, por ejemplo, cuál es el proceso por el que las voces

privadas se hacen públicas. Asimismo, los discursos y expresiones a través de redes sociales -y cómo se eliminan intermediarios a través de estos canales convertidos en auténticos foros públicos de discusión- o cuáles son las estrategias para poder resolver conflictos cuando coexisten una pluralidad de voces, fueron asuntos también analizados por los diferentes ponentes en el Congreso.

El pasado 28 de mayo, la Asociación de Comunicación Política (ACOP), como socio institucional de ICA, no quiso perderse este encuentro en la capital checa y presentó el panel conjunto "*Vociferous democracies, voiceless individuals: Gauging the presence of societal sentiments in political communication*". En este sentido, fueron varios los investigadores que aportaron nuevas perspectivas acerca de algunos ámbitos del mundo de la comunicación política y se analizaron en profundidad problemáticas actuales, siempre desde el punto de vista comunicativo.

Los cinco temas que presentó ACOP comprendían asuntos como el papel de las redes sociales en la revolución siria, la integración de los refugiados, el populismo a través de Twitter durante las campañas electorales, las voces sociales y participación ciudadana a través de los lobbies y la cuestión catalana. Todos ellos, temas ineludibles en un contexto en el que el protagonismo de las voces se hace indiscutible llegando, incluso, a poner en peligro procesos legislativos o dando lugar a peligrosos fenómenos para las democracias actuales como son las narrativas *anti-establishment*, el populismo o la posverdad.

La voz es un arma cada vez más poderosa que se hace susceptible de análisis y que encuentra su máxima expresión en congresos como el celebrado hace unas semanas en ICA o como el que celebrará ACOP los días 21, 22 y 23 de junio en Bilbao, donde también se reunirán especialistas de distintas partes del mundo para abordar diferentes aspectos de la comunicación política. **✎**

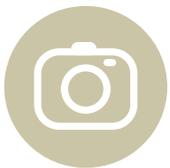


EL CAJÓN DEL
CONSULTOR



*Fuente: foto extraída de [Twitter](#)

La foto



VICENTE
RODRIGO

@_VRodrigo



JUAN LUIS
FERNÁNDEZ

@juanlu_FL

El pasado 20 de mayo Nicolás Maduro revalidó su cargo en la presidencia de Venezuela con más del 65 % de los apoyos en lo que manifestó era una victoria frente a los que le subestimaron. Sin embargo, la imagen protagonista fue la de la soledad de un presidente cuya elección solo fue reconocida por sus correligionarios. No es la primera vez que el líder venezolano encuentra problemas de legitimidad: ya en 2017 se conformó una Asamblea Nacional Constituyente en la que la oposición al Gobierno declinó participar.

En las pasadas elecciones presidenciales se registró una abstención récord, del 54 %, que contrasta con las celebradas en 2006, 2012 y 2013, cuando apenas rozó el 20 %. Los resultados dibujan ya a un presidente aislado en su hoja de ruta y también a una ciudadanía falta de referentes políticos en los cuales reflejarse. La oposición a Maduro no solo hacía frente al encarcelamiento de algunos de sus líderes más reconocibles, como Leopoldo López, sino a la falta de una propuesta unitaria. Y así, una mayoría de formaciones llamaron al boicot, a excepción de Henri Falcón, que a la postre no reconocería los resultados, que concurrió a la cita electoral de manera aislada.

La campaña de Nicolás Maduro, al igual que en anteriores ocasiones, aludió al imaginario colectivo del movimiento que lideró Hugo Chávez, con fuertes referencias a la unidad del pueblo y con una estra-

tegia de comunicación electoral activa, defensiva y omnipresente en todos los canales. Así, la comunicación del Gobierno buscó visibilizar el apoyo externo a la candidatura oficial para otorgar mayor legitimidad a los resultados: la cuenta del presidente en Twitter se volcó anunciando los reconocimientos internacionales a su elección. El gobierno venezolano sabía que no valía con alentar los símbolos del pasado: tenía que mostrar a la población que la convocatoria contaba con mucho aval que venía desde fuera.

Sin embargo, los pronunciamientos de los distintos gobiernos reafirmaron las dudas de la comunidad internacional ante el proceso. Así, más que un acto de comunicación, se dibujaron, una vez más, las alianzas geopolíticas en Latinoamérica y en el resto del mundo. Rusia, China, Irán, Siria, Turquía, Nicaragua o Bolivia reconocieron los resultados, todo ello con el endorsement correspondiente en los canales digitales de la comunicación gubernamental. Por el contrario, los países que conforman el Grupo de Lima, la Organización de los Estados Americanos, EE. UU. y la Unión Europea denunciaron una falta de garantías democráticas.

El futuro político venezolano no solo vendrá determinado por su capacidad para poner en marcha unos procesos democráticos homologables por organismos neutrales internacionales, sino también por la voluntad de incluir en la foto a líderes políticos discordantes con la marcha del país. ▣



*Fuente: foto extraída de [Twitter](#)

Errores de comunicación política

Repartiendo publicidad de campaña en bikini



PABLO MARTÍN
DÍEZ

Durante la campaña presidencial de Colombia, un grupo de mujeres en bikini fueron fotografiadas en la calle repartiendo publicidad electoral del candidato y exvicepresidente Germán Vargas. Por otra parte, el propio Vargas publicó en su cuenta de Twitter que dicha acción no formaba parte de su estrategia electoral, sino que se trataba de una campaña sucia ejercida por otro candidato.

Independientemente de quién sea el responsable de esta iniciativa, demuestra que la igualdad de género aún está lejos en política. Una vez más, la mujer salta a la portada mediática por un uso estereotipado de su imagen en lugar de por los aportes de valor que realizan las mujeres vinculadas a la política.

Como en todo, la política debería ser la punta de lanza que abra camino para transformar el resto de la sociedad. Sin embargo, en la igualdad de género, la política sufre un retraso importante y todavía es difícil encon-

trar mujeres en puestos destacados de las organizaciones políticas y de las instituciones públicas. E iniciativas de campaña electoral como la arriba descrita sólo refuerzan el estereotipo de mujer objeto y retrasan aún más el cambio de percepción de la sociedad.

Las campañas electorales avanzan a una velocidad vertiginosa y puede parecer que solo importa ganar. Pero los líderes de los partidos y los consultores no pueden olvidar la ética y deben tratar de reflexionar sobre los mensajes y acciones de campaña, pues su influencia en la sociedad es enorme.

Por otro lado, como aspecto positivo, la publicación de estas fotos provocó una intensa indignación y reacción en sectores políticos, redes sociales y medios de comunicación. Quizá, años atrás, una acción de campaña de este tipo se hubiese asumido de forma natural y no habría despertado ningún interés especial. Sin embargo, la creciente concienciación en favor de la igualdad de género ha propiciado una denuncia masiva de este suceso. Un paso más. ✎



CALENDARIO
ELECTORAL

Calendario Electoral junio - julio 2018



PAOLA CANNATA
@PaolaCannata



TOGO Elecciones generales, regionales y locales

JUNIO

En junio tendrán lugar las elecciones generales regionales y locales de Togo. El país hace frontera con Burkina Faso, Ghana y Benín y su capital es Lomé. La forma de Estado es una República unitaria y el sistema de gobierno es parlamentario. Togo tiene una población cercana a los seis millones de habitantes y el país esta dividido en cinco regiones llamadas provincias. Togo fue colonia francesa hasta 1960 que alcanzó la independencia, en 1963 se produjo un golpe de estado, y desde entonces el país ha sido dominado por militares ininterrumpidamente. La transición de Togo hacia la democracia se encuentra estancada, sus instituciones democráticas se han revelado frágiles e inmaduras. ✘



Datos de interés:

- En 2005 Faure Gnassingbé fue electo presidente.
- El idioma oficial es el francés, pero se hablan otras 39 lenguas.
- Togo forma parte del África Subsahariana.



Julio



ESLOVENIA Elecciones parlamentarias JULIO

Los 90 miembros de la Asamblea Nacional son elegidos por dos métodos: 88 son electos por lista abierta de representación proporcional, con escaños asignados utilizando el método d'Hondt (basado en un umbral electoral del 4 %), mientras que los otros dos son elegidos por las minorías italiana y húngara. En cuestión de género, las candidatas deben constituir, al menos, el 35 % de los candidatos en la lista electoral, excepto en los casos en que solo haya tres miembros, cuando debe haber al menos un candidato masculino y uno femenino. Un partido de centroizquierda sin representación parlamentaria lidera todas las encuestas. 🇸🇮



Datos de interés:

- El primer ministro es Miro Cerar del partido SMC de centroizquierda.
- Su población supera ligeramente los dos millones de habitantes. La capital es Liubliana.
- En 2004 forma parte de la Unión Europea.



MÉXICO

Elecciones presidenciales

1 DE JULIO

Las elecciones presidenciales de México serán organizadas por el INE (Instituto Nacional Electoral), y en ellas se renovarán los siguientes cargos de elección popular: el presidente de la república (se elige por cinco años sin posibilidad de reelección), 128 senadores (miembros de la cámara alta del consejo de la unión) y 500 diputados federales (miembros de la cámara baja del consejo de la unión). Los candidatos presidenciales son: Manuel López Obrador, que actualmente compite para la candidatura presidencial por tercera ocasión, como candidato del partido Morena; José Antonio Meade Kuribreña, candidato oficial para la Presidencia de la República por la coalición "Todos por México", conformada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Verde Ecologista de México y Nueva Alianza; Ricardo Anaya Cortés, candidato del PAN; y Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, que se postula como candidato independiente. 



Datos de interés:

- En las anteriores elecciones presidenciales resultó vencedor Enrique Peña Nieto, de la coalición Compromiso por México.
- El candidato que resulte vencedor de estas elecciones comenzará su gobierno el 1 de diciembre de 2018.
- El INE es la institución autónoma encargada constitucionalmente del desarrollo de las elecciones federales en México.

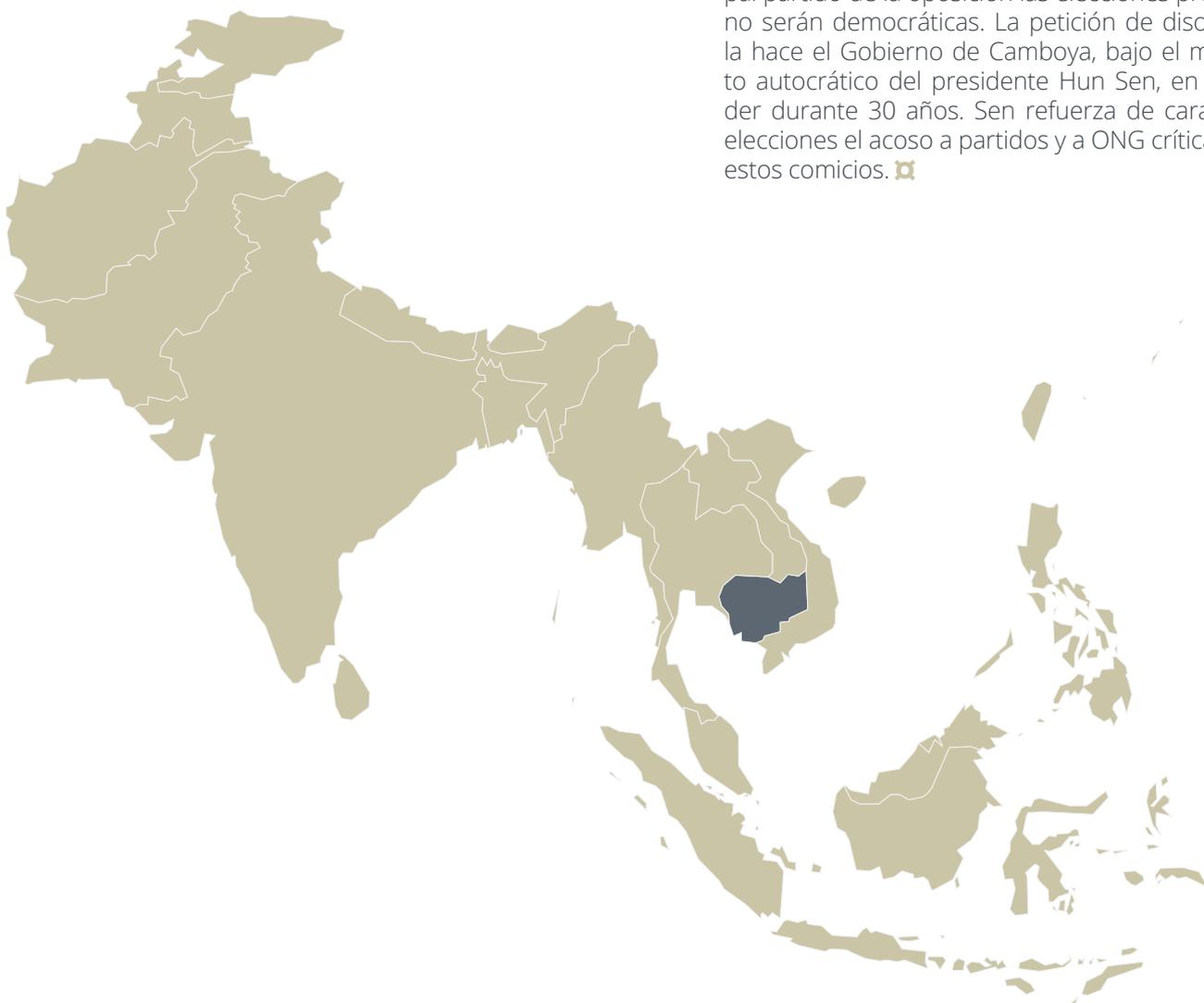


CAMBOYA

Elecciones generales

29 DE JULIO

Camboya enfrenta unas elecciones generales de lo más polémicas. Incluso HRW (Human Rights Watch) cuestiona la calidad democrática de estos comicios. HRW afirma que si se disuelve el principal partido de la oposición las elecciones previstas no serán democráticas. La petición de disolución la hace el Gobierno de Camboya, bajo el mandato autocrático del presidente Hun Sen, en el poder durante 30 años. Sen refuerza de cara a las elecciones el acoso a partidos y a ONG críticas con estos comicios. 🗳️



Datos de interés:

- Al líder de la coalición opositora, Kem Sokha, se le acusa de un delito de traición, lo que acarrea penas de diez a quince años de cárcel.
- El presidente Sen promete gobernar al menos otra década más.
- Grupos defensores de derechos humanos acusan a Sen, quien ha amenazado con librar una guerra si pierde los comicios.



SUDÁN DEL SUR

Elecciones generales

JULIO

Las condiciones sociales no son las óptimas para llevar a cabo la jornada electoral ya que es un país que ha sufrido intentos de golpe de estado, guerra civil, consecuencias del conflicto de liberalización contra la República de Sudán, inestabilidad política, crisis económicas, violencia étnica y pobreza generalizada, entre otras cuestiones de gravedad. Las elecciones presidenciales de 2015 se suspendieron, lo que hizo que se ampliaran tres años más el gobierno de Mayardit, y ha sido continua la violencia entre oficialistas y opositores. En estas terribles condiciones los ciudadanos sudaneses del sur deberán elegir un nuevo mandatario. ❏



Datos de interés:

- En este país únicamente 7 % de su población tiene acceso a servicios de salud.
- Alrededor de la sexta parte de su población vive en refugios improvisados.
- Su capital es Yuba.

V ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

ACOP BILBAO 2018

21-23 DE JUNIO

Temas a tratar:

- 1** Posverdad
- 2** Fake news
- 3** Fanatismo online
- 4** Anti-establishment



#ACOP
BILBAO

- ▶ **CALL FOR PAPERS**
- ▶ **INSCRÍBETE**



UNA CAÑA CON...

Beers & POLITICS

Sección creada para conocer y dar a conocer a los miembros de ACOP. Elaborada por Àlex Comes y Xavier Peytibi (Beers&Politics)

Una caña con... Gabriela Ortega Jarrín y Kenia R. Del Orbe Ayala



BEERS & POLITICS
@beerspolitics

Gabriela Ortega Jarrín:

1. ¿A qué te dedicas?

Me divierto en el Centro Internacional de Gobierno y Marketing Político ([CIGMAP](#)) de la Universidad Camilo José Cela (UCJC) coordinando los departamentos de consultoría, donde trabajamos en campañas electorales y en la comunicación de instituciones públicas, y el departamento de investigación y publicaciones, donde analizamos y escribimos sobre comunicación política, nuestro mayor baluarte es la "biblia" [Consultoría Política](#).

Además, coordino el Máster en Políticas Públicas de Seguridad y Defensa de la UCJC, colaboro con la red social "Comunicación Pública" del Instituto de Administración Pública (INAP), soy miembro del Consejo Directivo de ACOP y subdirectora de esta revista.

2. ¿Cómo te formaste?

Soy socióloga con especialización en ciencias políticas, entré a la consultoría política por inspiración de Santiago Nieto quien en su materia de opinión pública en último año de la licenciatura me permitió conocer el "back stage de la política".

Cursé varios seminarios, entre ellos uno en la George Washington University donde conocí a Jorge Santiago Barnés quien me convenció para formar parte de las primeras promociones del Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política en la Universidad Pontificia de Salamanca, una de las mejores experiencias de mi vida.

Después me seguí formando en un Máster en Gobierno y Administración Pública en la Complutense y otro en Marketing, Publicidad y Comunicación de la Escuela de Empresa. Actualmente estoy acabando mi doctorado en Gestión de Bienes Intangibles en el sector público donde investigo cómo los Consulados pueden generar valor de marca a los ciudadanos de su país en otros territorios, (desde mi vivencia personal).

3. ¿Cómo llegaste a este trabajo?

Entré en el CIGMAP coordinando el libro *Consultoría Política* en 2013, tres años después lo publicamos y continué trabajando en el Centro y en la UCJC.

4. ¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener alguien que quiera realizar tu labor?

Multifuncional, que sepa hacer de todo; apasionada, que todo lo que sepa hacer, lo haga con pasión y, estrategia, que todo lo que haga tenga un propósito.

5. ¿Qué consejo les daría a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

Humildad, sobre todo, que aprenda de todo lo que le suceda, de todos con los que tenga oportunidad de colaborar o trabajar. Es uno de los sectores en los que todos tenemos muchas cosas que contar y de las cuales aprender.





6. ¿Un libro?

Cien peldaños al poder de Jaime Durán Barba y Joseph Napolitan.

7. ¿Una película o serie?

Películas: *El ilusionista* y *Un ciudadano ejemplar*.

8. ¿Un bar?

No soy mucho de bares.

9. ¿Un hobby?

Juego al fútbol, soy arquera desde que tengo uso de razón.

10. ¿Una cerveza?

Rubia: Pilsener verde
Negra: Grimbergen Dubble Double

11. ¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Quito, además de ser “la carita de Dios” es un hervidero político donde tienes muchos “lugares políticos” (y no políticos) que ver. Por algún motivo somos “la mitad de mundo”.

12. ¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

Creo que he vivido muchos momentos históricos: la primera presidencia de un afroamericano en Estados Unidos, el primer Papa latinoamericano, la primera presidenta en Latinoamérica, la primera presidenta lesbiana... no envidio ninguno pasado.

13. ¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

A las tres Manueles, heroínas precursoras de la independencia del actual Ecuador. Manuela Cañizares, propulsora del “Grito de la Independencia”; Manuela Sáenz “libertadora del liber-



*Foto: Patricia Capitán Marí



14. ¿Qué es ACOP para ti?

tador”, casada con Simón Bolívar y Manuela Espejo, la primera periodista ecuatoriana. Vivieron en la misma época y lucharon por el mismo ideal, la libertad.

14. ¿Qué es ACOP para ti?

Una escuela. He pertenecido a ACOP desde que entré en el mundo de la consultoría política hace diez años y seguiré aprendiendo.

15. ¿Cómo pueden contactar contigo?

Twitter: [@gabrielaortegaj](https://twitter.com/gabrielaortegaj)
Correo: gabrielaortegaj@icloud.com ▶

*Foto: Inma Tagle





Kenia R. Del Orbe Ayala

1. ¿A qué te dedicas?

Vaya, hago tantas cosas... soy docente en la Universidad Rey Juan Carlos, investigadora y asesora en comunicación política, "Colaboradora Honorífica" de la Universidad Complutense de Madrid, columnista del periódico El Día, Coordinadora Internacional del Consejo Nacional de los Derechos Humanos, CONADEHU (República Dominicana), Coordinadora Internacional del Colegio Dominicano de Locutores, CDL, Miembro de la Junta Directiva de la Asociación Iberoamericana de Sociología de las Organizaciones y Comunicación, AISOC, actriz y locutora.

2. ¿Cómo te formaste?

En el año 2004 egresé de la Escuela Nacional de Arte Dramático de Bellas Artes, en el 2008 obtuve el título de Licenciada en Comunicación Social Mención Periodismo por la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD). En el año 2012 concluyo la Maestría en Investigación Aplicada a la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos, y en el 2017 logré concluir el Doctorado en Política, Comunicación y Cultura en la Universidad Complutense de Madrid.

3. ¿Cómo llegaste a este trabajo?

Desde muy joven mi vida estuvo ligada al arte, la política y la comunicación, en mi tiempo de estudiante universitaria fui dirigente del Frente Estudiantil Flavio Suero (FEFLAS) y presidenta de la Juventud de un partido dominicano en mi sector. Al llegar a España estuve coordinando la comunicación en el exterior de una campaña presidencial de mi país. Pero hay dos momentos importantes que marcaron mi vida a nivel laboral internacional. El primero fue entrar a trabajar como becaria en la consultora internacional Ostos Sola, espe-



Si quieres tomarte "la última", puedes hacerlo aquí

Beers & POLITICS



▽
cializada en la generación de estrategias políticas, sociales y empresariales, y dirigida por los reconocidos consultores Antonio Sola y Gloria Ostos, fue un momento maravilloso que no voy a olvidar nunca. El segundo fue obtener la plaza de profesora asociada en la Universidad Rey Juan Carlos.

4. ¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener alguien que quiera hacer tu labor?

Habilidad para comunicar, humildad, empatía, entusiasmo, responsabilidad y ética, ante todo.

5. ¿Qué consejo les daría a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

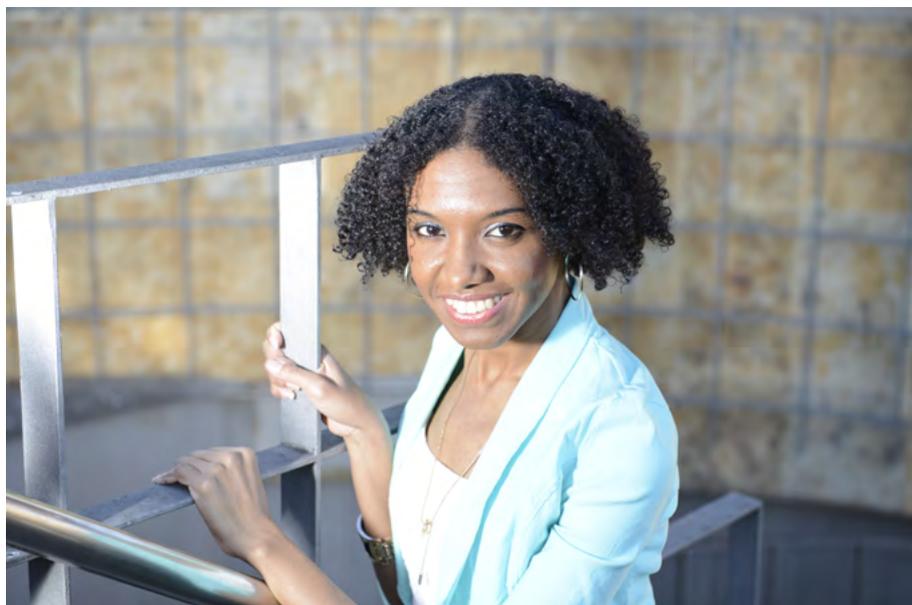
Que hay que ser persistente en las metas planteadas y trabajar duro hasta cumplirlas. En estos trabajos se pierden muchas horas de sueños, pero con dedicación, esfuerzo y, sobre todo, preparación es posible. Por último, es muy importante sentir la pasión por el trabajo, de ahí dependerá mucho el éxito.

6. ¿Un libro?

Breviario de Campaña, Commentarium Petitionis o Manual del Candidato, escrito en el 65 a C. por Quinto Tulio Cicerón, cuando lo leí quedé maravillada, ya que con el famoso manual nos damos cuenta que la forma de hacer política en aquella época, aún la seguimos poniendo en práctica en el siglo XXI, desde la segmentación política hasta cómo manejar la opinión pública, conseguir el apoyo de todas las clases o grupos sociales de la época, hasta hacer un estudio previo y minucioso de las debilidades de los oponentes.

7. ¿Una película o serie?

Las Sufragistas.



8. ¿Un bar?

Les Deux Magots, realmente es un café literario ubicado en Saint-Germain-des-Prés, un famoso barrio de París.

9. ¿Un hobby?

Bailar hasta sentirme agotada.

10. ¿Una cerveza?

Presidente, es una cerveza dominicana.

11. ¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Mejor dos: Atenas y Roma.

12. ¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

El discurso pronunciado por Martin Luther King, "Tengo un sueño".

13. ¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Nelson Mandela.



14. ¿Qué es ACOP para ti?

Es una asociación que nos mantiene informados sobre los temas de actualidad en el campo de la comunicación política, otro aspecto muy importante, es que nos permite establecer contacto con profesionales del área en todo el mundo.

15. ¿Cómo contactar contigo?

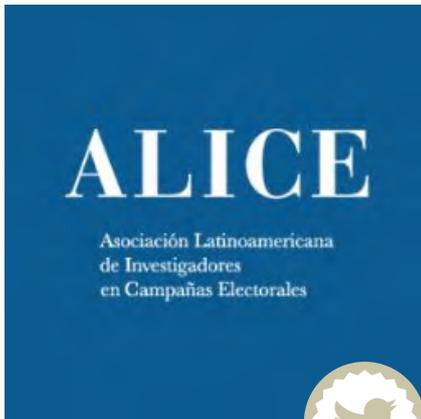
Correo: kenia.delorbe@urjc.es
Twitter: [@KeniaDelOrbe](https://twitter.com/KeniaDelOrbe)



SOCIAL MEDIA
COMPOL



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986



Cuenta de Twitter recomendada

[@ALICE_compol](#)

Este mes de junio recomendamos la cuenta de twitter de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales ([ALICE](#)). Se trata de una organización que centra su actividad en el estudio de los nuevos retos que afronta la comunicación político-electoral. La asociación está conformada por investigadores, consultores y especialistas en #ComPol procedentes de todos los países del área #latam 🇺🇵



Nicolás Maduro
@NicolásMaduro

Seguir

La democracia es el camino y hoy se lo han demostrado al mundo. La de hoy ha sido una jornada histórica para nuestro país. Soy y seré Presidente de todos y cada uno de los venezolanos. Sepan que todos cuentan conmigo. #GanóVenezuela



El Tuit

El protagonista del tuit del mes es Nicolás Maduro, ganador de las pasadas elecciones en Venezuela con el 68 % de los votos, pero en unos comicios electorales polémicos por la gran abstención, solo el 46,1 % de electores acudió a las urnas. 🇺🇵



El Meme

El pasado mes de abril el ex-presidente brasileño Lula da Silva se entregó a la policía para cumplir su pena de doce años por delitos de corrupción. Su entrada en prisión hizo aflorar decenas de memes en las diversas redes sociales... 🗨





El Álbum de Instagram



El protagonista del perfil de Instagram de este mes de junio es Juan Manuel Santos, presidente de Colombia. El mandatario colombiano es muy activo en esta red social. Postea fotos y sube historias periódicamente. Cuenta en la actualidad con más de 2.000 publicaciones y cerca de 200.000 seguidores. 📷





¿Sabías qué...?

El filibusterismo es la técnica que se usa en asambleas políticas (parlamentos) para retardar lo máximo posible o impedir los acuerdos (por ejemplo, la aprobación de una ley) aprovechando cualquier oportunidad que ofrezca el procedimiento necesario para ello, por ejemplo, mediante un discurso de larga duración.

La tradición indica que Catón el joven fue el primero en utilizar esta técnica con el objetivo de frenar las leyes de Julio César, se dice que el senador era capaz de hablar durante días.

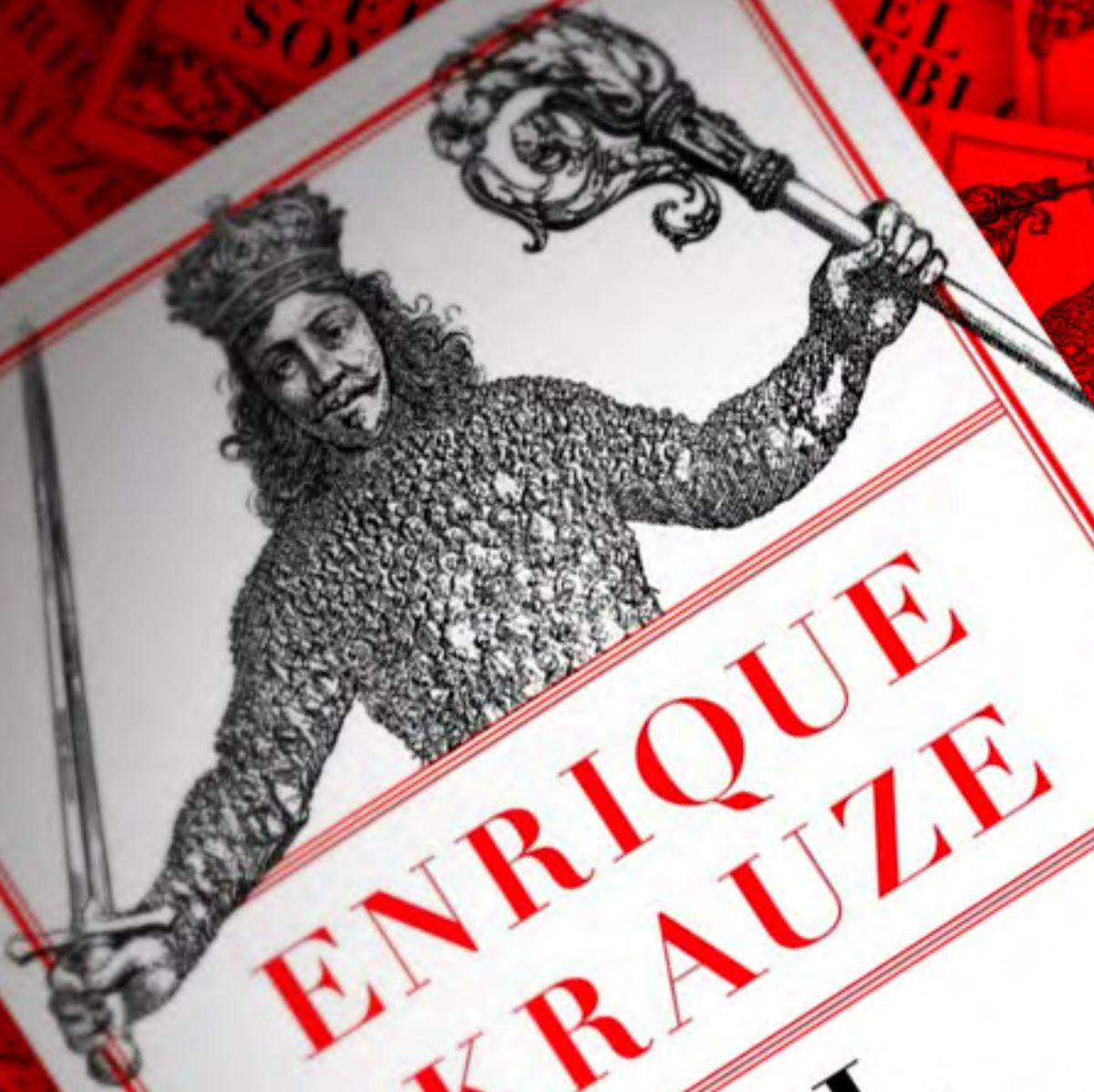
El senador de Carolina del Sur Strom Thurmond tiene el récord absoluto del discurso más largo de la historia. El año 1957 se pasó 24 horas y 18 minutos hablando con el objetivo de boicotear las iniciativas de mejora de la legislación en materia de derechos civiles. 🗳️



Compoltube

Normalmente en #Compol ponemos ejemplos de los grandes spots políticos o electorales. En este caso os recomendamos que “disfrutéis” de los peores spots electorales mexicanos. Unos verdaderos ejemplos de desmovilización del voto. 🗳️

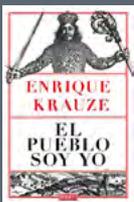




ENRIQUE KRAUZE

EL PUEBLO SOY YO

DEBATE



Autor: Enrique Krauze
Editorial: Oxford University Press
Nº páginas: 270



RESEÑAS

Reseña Destacada

El pueblo soy yo



EDUARDO CASTILLO

@nassincastillo

La región hispanoamericana se caracteriza políticamente por la aparición de liderazgos que aspiran a convertirse en los representantes, los unos, o la encarnación, los otros, de la voluntad del pueblo. Así, el vocablo “pueblo”, está tan presente en la cotidianidad como puede esperarse de otras palabras más mundanas. Enrique Krauze, con la experiencia de haber realizado análisis profundos de liderazgos, movimientos, partidos y gobiernos caracterizados por esta banalización de la idea de pueblo, nos trae su obra más reciente. En *El pueblo soy yo*, Krauze parafrasea aquella frase adjudicada a Luis XIV hace ya varios siglos en la que el monarca absolutista resumía su credo político y administrativo.

Los análisis críticos con la democracia representativa han dado paso a otros tantos sobre el fenómeno populista. La elección de Trump en 2016 demostró al mundo que no había democracia exenta. Sin embargo, el populismo sigue generando análisis, llegando al punto de parecer un argumento repetido ad nauseam. Pero en este caso, Krauze evita los lugares comunes. Su énfasis está en describir un fenómeno que, si bien no es de origen hispanoamericano, tiene décadas de abolengo en estos parajes.

Krauze intenta explicar las razones del caudillaje extremo que sometió por décadas al continente, desencadenando guerras civiles, repúblicas en el aire, y

democracias poco consolidadas. Desde el punto de vista del autor, la popularización del término en Hispanoamérica ha traído consigo las consecuencias que vemos hoy. Una región con claras dificultades para el arraigo de las ideas que traen prosperidad, el menosprecio al Estado de Derecho, por no hablar en temas de garantías legales de derechos de propiedad y libertad de expresión. El populismo, herramienta discursiva para alcanzar y sostener el poder, pero que en nuestros países conlleva generalmente una praxis política y administrativa, se ha occidentalizado. O, más bien, podemos decir que muchas de las democracias occidentales se han popularizado en clave populista.

Desde una radiografía breve del término, pasando por casos curiosos y otros muy resistentes de populismo, Krauze hilvana la historia breve del quehacer populista. Se trata de un viaje que va desde sus inicios en la región, hasta la llegada de Donald Trump a la presidencia norteamericana. Tanta historia tiene el populismo en la región que la historia de los países hispanoamericanos no puede entenderse sin su presencia. Casi ninguno está exento de practicantes, aunque en el libro se coloca la lupa sobre casos de renombre más recientes. Los episodios clásicos se han estudiado por décadas.

Así, Krauze va de lleno a lo importante. El pasado del populismo en la región, pero, especialmente, su actualidad. Lo importante del pasado es que nos enseña cómo identificar algo y comparar con el presente. Nos habla de esa obsesión personalista, el egocentrismo que parece hallarse en cualquier personalidad política, pero que en nuestros países alcanza el paroxismo.

Con el populismo no valen colores ni ideologías. Populistas han sido Perón, Vargas, Velasco Alvarado, Cárdenas, Gaitán, Chávez, Correa, Lula, Zelaya, López Obrador; pero, también Fujimori, Menem, Collor de Mello, y Alan García. La plétora de casos puede hacer que a más de un observador desprevenido sufra algún síncope.

Pero es que el populismo no puede entenderse sin el caudillo. Es esa figura la que encauza todo el proceso a través de su verbo y acción. Krauze dedica un es- ▶



V

pacio importante, y muy interesante, de la obra a lo que ha llamado “el decálogo del populismo”. Fiel a los análisis de otros, el autor mexicano destaca por el resto de las cosas la obsesión con el culto al líder, la apropiación del lenguaje, y, quizá como consecuencia inmediata, la fabricación de la realidad.

Para los liderazgos populistas, la división de la población es imprescindible. Desde el lenguaje se inicia la separación de los ciudadanos. En algunos casos se apela a la tradicional diferenciación, heredera del marxismo, de ricos y pobres. Pero, sería simplista asumir que se trata de la única. Otros populismos trazan líneas en torno a la idea de patriotas y apátridas, entre globalistas y nacionalistas, entre oligarquía y pueblo. Pero quizá la mayor diferencia que se lleva a cabo es la de pueblo frente al no-pueblo. Aquí el populismo consigue la victoria absoluta, porque desprovee a una parte de los habitantes de un país de las consideraciones básicas de respeto y tolerancia.

Si el pueblo todo lo merece y nunca se equivoca, el haber certificado al caudillo constituye el preámbulo de la imbricación entre éste y el pueblo. El objetivo del líder populista es consolidar una realidad en la que su gobierno y gobierno del pueblo sean sinónimos. Para ello, como se ha mencionado previamente, el lenguaje es fundamental.

Krauze define al populismo como una forma de poder. Y poder es en su acepción más simple, recordemos, la capacidad de conseguir que el otro actúe de la forma que deseamos (incluso en contra de su voluntad o interés). Y el populismo, no es ideológico porque no tiene programa ni una forma preestablecida de entender

la realidad. El populismo, para Krauze y otros tantos, es una forma de alcanzar, mantener, pero, esencialmente, ejercer poder.

Evidentemente, hay un problema muy complejo que plantea el análisis del populismo. Hoy, pareciera que, en mayor o menor medida, todos los liderazgos tienen matices populistas. Nuestros sesgos suelen jugarnos malos ratos al analizar los discursos. Pero en la realidad hay que asumir que puede parecer prácticamente imposible participar electoralmente sin apelar al populismo. Porque, hay que admitirlo, el populismo hoy es muy rentable electoralmente.

La democracia representativa está sufriendo los embates a diestra y siniestra en Hispanoamérica desde hace mucho, quizá porque fue incapaz de favorecer sistemas republicanos confiables. La debilidad institucional de las democracias occidentales, algunas debidas a la decepción reciente y en otros casos a una desconfianza aprendida. Krauze advierte con criterio sobre lo que define al populismo a nivel mundial.

Estamos ante una obra interesante, de lectura sencilla pero contenido profundo, trascendental. El populismo es una moda que llegó para quedarse. Enrique Krauze lo sabe, durante años se ha dedicado a su análisis. Sea a través de biografías a caudillos modernos o centrándose en el caso Venezuela. En este caso, podemos estar ante una obra modesta en longitud, pero que tiene todos los visos de ser un manual de interpretación y aproximación a una forma de ejercer poder. Estilo que conlleva, generalmente, a una pérdida del Estado de Derecho, la estabilidad nacional y la prosperidad ciudadana. 



Ciudadanía

Autores: Varios autores
Editorial: Llorente y Cuenca
Nº de páginas: 212

Desde Llorente y Cuenca (LlyC), empresa de vanguardia en la consultoría internacional, y su Centro de Liderazgo a través del Conocimiento, nos llega *Ciudadanía*. Se trata del más reciente esfuerzo de la firma por juntar el conocimiento y experiencia de profesionales senior a través de artículos e informes publicados a lo largo del año 2017. Siendo la tercera de las publicaciones, *Ciudadanía* se enmarca en la serie Desafíos, con la que LLyC espera abordar de forma integral algunos de los problemas y complejidades del mundo que vivimos. *Ciudadanía* busca clarificar una realidad infranqueable, los protagonistas del mundo actual son comparativamente más críticos, o por lo menos, más desconfiados. Quizá decepcionados y con resabios de las crisis que no han terminado de superar. Un tipo de ciudadano distinto, poco fidelizado, que no se conforma con la comunicación tradicional. Es decir, un desafío permanente para cualquier esfuerzo comunicacional. ✘



Brasil en el nuevo contexto internacional: Caso Odebrecht en Latinoamérica

Autores: Olga Ramírez, Roberto Veraldi
Editorial: Editorial Académica Española
Nº de páginas: 52

Brasil es el gigante suramericano, para algunos el país del futuro y que siempre lo será. Pero Brasil ha sufrido el que puede ser el caso de corrupción más grande del hemisferio. Hace pocos años, lo que empezó como la investigación por lavado de dinero, se convirtió en un escándalo que involucró a figuras políticas y empresariales nacionales e internacionales. El Brasil de Itamaraty, demostró ser también el de los nexos y sobornos políticos por parte de una empresa de construcción con influencia en campañas políticas y administraciones públicas a lo largo de toda la región. ¿Qué depara el futuro del país que estuvo llamado a encabezar la política internacional de la región? Brasil sigue siendo un actor fundamental, pero la reputación del gigante carioca parece haber sufrido manchas indelebles. En este texto breve, Ramírez y Veraldi tratan de generar ideas claras sobre su rol en el contexto actual de los estados. ✘



Las raíces torcidas de América Latina

Autor: Carlos Montaner
Editorial: Temas de hoy
Nº de páginas: 224

Una de las interrogantes más apasionantes para los estudiosos de los fenómenos sociales tiene a la situación de rezago hispanoamericano frente al mundo europeo y norteamericano. Muchos colocan el énfasis en la colonia, proceso en el que las potencias España y Portugal generaron crisis, migraciones, mestizaje y nuevas instituciones (o la imitación de las metropolitanas). Montaner no rehúye a este debate, sino que lo plantea, en otros términos. No es el expolio y la situación de dependencia lo que conlleva el atraso hispanoamericano frente al mundo desarrollado, como muchos creyeron y algunos se empeñan en pensar. En el texto hay algunas realidades incómodas, pero también explicaciones interesantes que se esfuerzan en contravenir las explicaciones simplistas. El desarrollo de instituciones es fundamental. Pero, otro tanto puede decirse de la importancia que se le da a algunas herramientas de progreso y prosperidad aporta luces que explican que la región continúe siendo una promesa incumplida. ✘





NOTICIAS
ACOP

ACOP Bilbao 2018

Aún estás a tiempo de reservar tu plaza para el V Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP Bilbao 2018.

Ya tenemos las mesas de comunicaciones definidas y los ponentes preparados para la cita en la que nos encontraremos **más de 100 profesionales** del ámbito de la comunicación política entre consultores, investigadores, académicos, etc. Permanece atento a las redes para las últimas novedades. [x](#)



Paquete de viaje a ACOP Bilbao

Con motivo del V Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP Bilbao que se celebrará entre el **21 y el 23 de Junio en Bilbao**, ACOP pone a la disposición de los interesados un paquete completo para viajar al congreso desde fuera de España.

El paquete, que ofrece la opción de ser adquirido con **vuelos internacionales desde México** o sin ellos, incluye el **alojamiento y una amplia oferta cultural** de los días previos en **Madrid**, así como la estancia en Bilbao y los traslados entre las dos ciudades. Puedes consultar toda la información del viaje organizado en el siguiente documento: [Viaje ACOP Bilbao 2018](#). [x](#)

Descuento del 30% para asistentes a ACOP Bilbao en Renfe

Recuerda que con motivo del V Encuentro Internacional de Comunicación Política organizado por ACOP que se celebrará en Bilbao del 21 al 23 de junio, Renfe concede a los asistentes al mismo un descuento del 30 % en sus trayectos en tren hasta la estación de Bilbao que podrán disfrutar entre el 19 y el 25 de junio.

Esta reducción del 30 % del importe total del billete solo podrá solicitarse presentando un documento que deberás solicitar a la dirección adjuntando tu reserva de plaza para el congreso en la dirección

comunicacion@compolitica.com. Desde ACOP, le será remitido el código que se debe introducir al comprar los billetes para disfrutar del descuento.

El documento facilitado debe presentarse impreso en el control de acceso al tren.

Así, las inscripciones para aquellos que quieran asistir al encuentro siguen abiertas en la web del evento, donde se encuentra toda la información en relación al evento: ponentes, horarios, recomendaciones de hospedaje. [x](#)



Convocatoria XI Asamblea General de Socios ACOP

Recuerda que en el tramo final del V Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP Bilbao 2018, el sábado 23 de junio tras la conferencia de Philip Collins a las 14:00 horas, nos reuniremos para ver el estado de la asociación, avance en la hoja de ruta, etc. Concluiremos, como siempre con lo más interesante: el diálogo con los socios. Así que no lo dudes y ¡acércate! 🗨️



Acto ACOP Extremadura

PRESENTACIÓN DE ACOP EXTREMADURA

Con la asistencia de:

Excmo. D. Guillermo Fernández Vara
Presidente de la Junta de Extremadura

Excmo. Dña. Blanca Martín Delgado
Presidenta de la Asamblea de Extremadura

Daniel Ureña, presidente de la Asociación de Comunicación Política ACOP, presentará la ponencia

“Claves para una Comunicación Política eficaz”

Lunes, 11 de junio de 2018, a las 18.00 h.
Asamblea de Extremadura
(Plaza San Juan de Dios s/n, Mérida)



asociación
comunicación
política

El próximo 11 de junio a las 18:00 horas ACOP celebrará la presentación en sociedad de su delegación en Extremadura en la emblemática sede de la Asamblea en Mérida, a la que asistirán el presidente de la Junta de Extremadura D. Guillermo Fernández Vara y la presidenta de la Asamblea, Doña Blanca Martín Delgado. En el acto, el presidente Daniel Ureña dará una conferencia en la asamblea de Extremadura con el título ‘Claves para una Comunicación Política eficaz’. 🗨️



#ACOPTalks

Periodismo y comunicación política. España y Argentina.



A ACOP organizó su primer #ACOPTalks en Madrid. En el que se trataron las diferencias del periodismo y la comunicación política en España y Argentina. En el acto contamos con profesionales de dichas disciplinas Adriana Amado, Laura Ventura y Juan Luis Manfredi. [✉](#)

ACOP y el Instituto Atlántico de Gobierno firman un convenio de colaboración

La Asociación de Comunicación Política (ACOP) y el Instituto Atlántico de Gobierno (IADG) han firmado un convenio de colaboración cultural, educativa y de investigación, así como de asistencia mutua entre ambas asociaciones.

Entre las modalidades de colaboración que se fomentan con este convenio está la realización conjunta de actividades como talleres, jornadas y conferencias. De igual manera, ACOP y el IADG buscan promover el trabajo conjunto en el campo de la investigación en materia de intangibles de interés común para ambas entidades. [✉](#)

Sobre IADG:

El Instituto Atlántico de Gobierno IADG es una institución académica que tiene como objetivo fomentar el estudio y el aprendizaje de conocimientos especializados sobre las políticas públicas y el funcionamiento de las instituciones, mediante una oferta académica de excelencia en la que incluye un Máster de Liderazgo, Gobierno y Gestión Pública, presencial y en línea, así como con varios cursos especializados además de actividades docentes y de investigación. [✉](#)



Tabla de valoración

Mayo 2018

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
Putin - Rusia	82%	Levada	Abril 2018	()
Varadkar - Irlanda	55%	Irish times/Ipsos	Abril 2018	()
Vizcarra - Perú	55%	Datum	Abril 2018	()
Piñera - Chile	54%	CADEM	Abril 2018	()
Carrie Lam - Hong kong	53%	Universidad de Hong Kong	Abril 2018	▼-1
Merkel - Alemania	51%	Infratest Dimap	Mayo 2018	▼-1
Costa - Portugal	50%	Eurosondagem	Marzo 2018	
Medina - R. Dominicana	46%	GALLUP	Marzo 2018	()
Moreno - Ecuador	45%	Cedatos	Abril 2018	()
Trudeau - Canadá	44%	Ipsos	Abril 2018	()
Macron - Francia	42%	Ifop-Fiducial	Abril 2018	▼-3
Trump - EE. UU.	40%	Gallup	Mayo 2018	▼-2
Turnbull - Australia	40%	Essecial Report	Mayo 2018	▲+1
Macri - Argentina	35%	Essecial Report	Mayo 2018	▼-6
May - Reino Unido	35%	Ipsos Mori	Mayo 2018	▼-3
Morales - Bolivia	34%	Equipos Mori	Enero 2018	()
Gentiloni - Italia	33%	IXE	Abril 2018	()
Tabaré Vázquez - Uruguay	30%	Equipos Mori	Mayo 2018	▲+5
Rajoy - España	25%	Metroscopia	Abril 2018	()
Santos - Colombia	23%	Gallup	Mayo 2018	▲+5
Peña Nieto - México	21%	Consulta Mitofsky	Febrero 2018	()
Maduro - Venezuela	11%	Datanalisis	Abril 2018	▼-15
Temer - Brasil	4%	CNT/MDA	Marzo 2018	▼-2

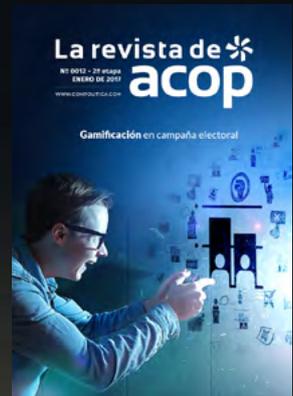
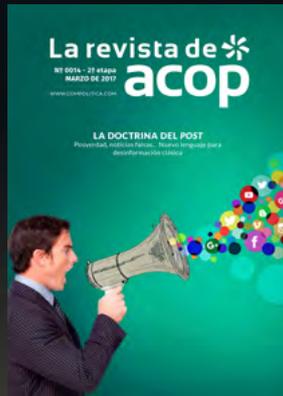
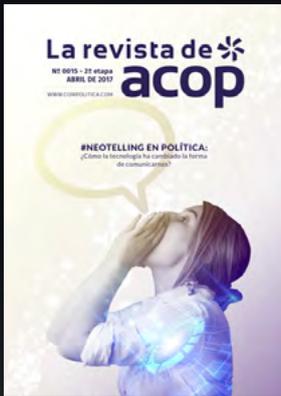
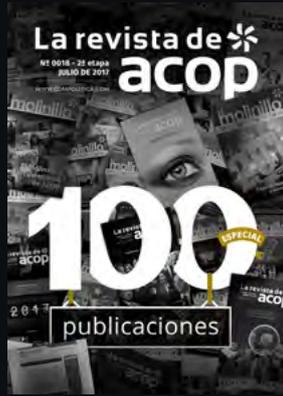
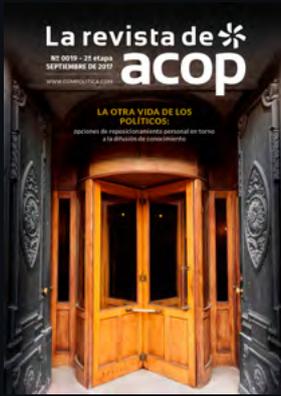
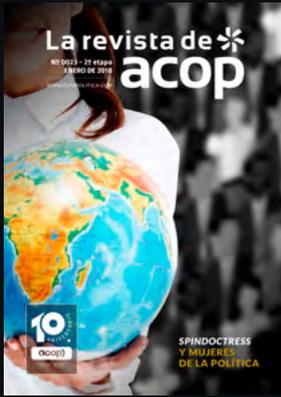
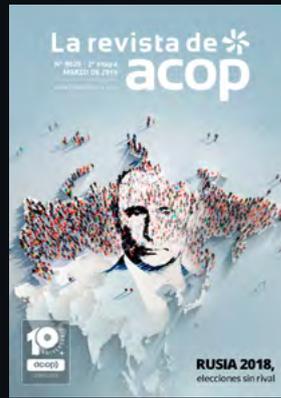
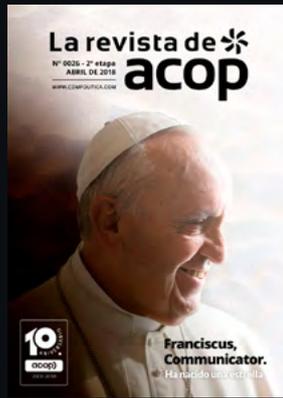
* Sin mediciones.

() no se dispone de nuevas mediciones.

Nota:

Esta tabla recoge las tendencias de valoración de una buena muestra de los mandatarios de todo el mundo. Los datos han sido extraídos de diferentes fuentes, indicadas en cada caso, con la única intención de conocer la evolución de los índices de aprobación de cada dirigente en su país a lo largo de sus mandatos.

El índice se elabora de manera distinta en cada país, pero expresa de una manera u otra el porcentaje de población mayor de 18 años que aprueba la gestión de un mandatario concreto. Recogemos la compilación de índices que obtienen los líderes de algunos países latinoamericanos, europeos y de otros continentes.



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

Infórmate de las actividades y descuentos que te esperan por ser socio de ACOP.

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



/company/asociación-de-comunicación-política-acop-



/user/compolitica

La revista de 
acop