

# La revista de CICOP)

Nº 036 - 2ª etapa  
MARZO DE 2019

[WWW.COMPOLITICA.COM](http://WWW.COMPOLITICA.COM)

**El mejor de los  
mundos**

## 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 cuatro ocasiones consecutivas: 2014, 2015, 2016 y 2017.

*La Revista de 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](mailto: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.

### 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-)

## 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](http://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\_izaguirre92

**Vicente Rodrigo**, @\_VRodrigo

**Juan Luis Fernández**, @juanlu\_fl

**Pablo Martín Díez**

### REDACCIÓN

**Alejandra Artero**, @alejandrartero8

**Irene Asiaín**, @irene\_asiaín

**Alberta Pérez**, @alberta\_pv

### REVISIÓN Y CORRECCIÓN

**Cristina Ramos**, @CrisRamDuq

### DISEÑO

**Estudio VicenteRojo**, [www.vicenterojo.net](http://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.

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

**La revista de ACOP, Segunda Etapa**  
ISSN 2445-3951



Rescatando la política con el poder transformador de los jóvenes **12**



Entrevista a Mauricio De Vengoechea **20**



¿Votarías por una mujer para presidenta de tu país? **30**

**04**  
**A FONDO**  
El mejor de los mundos  
*Teresa Viejo*

**30**  
**TENDENCIAS**  
Judicializar es la tarea  
*Dr. Diego Dieguez Ontiveros*

**38**  
**EL CAJÓN DEL CONSULTOR**  
Reseñas  
*Eduardo Castillo*

**50**  
**UNA CAÑA CON...**  
Itziar García y Toty Medina  
*Beers & Politics*

**12**  
**A FONDO**  
Rescatando la política con el poder transformador de los jóvenes  
*Max Trejo*

**32**  
**TENDENCIAS**  
Chile, hoy: un paso al más allá  
*Marcelo López*

**42**  
**EL CAJÓN DEL CONSULTOR**  
*Lapidarium*  
*Vicente Rodrigo y Juan Luis Fernández*

**54**  
**NOTICIAS ACOP**  
*Pedro Marfil*  
*Juan Carlos Calderón*  
*Alejandra Artero*

**20**  
**ENTREVISTA**  
a Mauricio De Vengoechea  
*Alejandra Artero*

**35**  
**EL CAJÓN DEL CONSULTOR**  
Errores de comunicación política  
*David Redoli Morchón*

**44**  
**SOCIAL MEDIA COMPOL**  
*Cuenta de Twitter recomendada, El Tuit del mes, El Álbum de Instagram, El Meme, El Ranking, Compoltube.*  
*Daniel García*

**62**  
**TABLA DE VALORACIÓN**  
Marzo 2019  
*Pedro Marfil*

**26**  
**TENDENCIAS**  
¿Votarías por una mujer para presidenta de tu país?  
*Natally Soria Moya*

**36**  
**EL CAJÓN DEL CONSULTOR**  
Calendario Electoral  
*Marzo - Abril*  
*Paola Cannata*

**49**  
**SOCIAL MEDIA COMPOL**  
La foto  
*Alejandra Artero*



# A fondo

Artículos de investigación en  
comunicación política





A FONDO

# El mejor de los mundos



**TERESA VIEJO**

@TeresaViejo

Escritora, periodista.

Embajadora de

@unicef\_es

**U**n día Amelia Varcárcel, catedrática de Filosofía Moral y Política y miembro del Consejo de Estado de España, me aseguró mientras valorábamos la situación de

la mujer que vivíamos en el mejor de los mundos posibles. Ella, reconocida por su aporte al feminismo, disolvió mi visión catastrófica con aplastante lucidez: "No sabes lo que hubiera sido nacer mujer en la Edad Media". A veces reconozco en mí cierto sesgo de negatividad que degrada el diagnóstico; ya me gustaría contar con la sabiduría de Amelia o la serenidad del filósofo indio Jiddu Krishnamurti cuando asegura que "observar sin evaluar constituye la forma suprema de la inteligencia humana".

En fecha reciente comenté la anécdota a Charles Powell, director del Real Instituto Elcano, quien suscribió aquel comentario: "Hay razones para el optimismo. Túnez, por ejemplo".

Nuestra conversación me animó a observar qué estaba sucediendo en ese país árabe que, por una parte, abraza al Mediterráneo con ambición de apertura y por otra se comprime en el sándwich que forman sus vecinos Argelia y Libia. Por lo pronto conviene guardar los prejuicios en el congelador para entender la vanguardia que representa en otras sociedades árabes, pues tendemos a aplicar el método de análisis de Occidente olvi-

dando que estas se mueven en un delicado triángulo: un patriarcado común, el dogmatismo de una religión que no se limita al terreno íntimo sino que impregna cada poro social y una tradición arcaica resistente al cambio. Me admira que en este escenario tan hostil lleguen a materializarse transformaciones, pero las mujeres tunecinas las están impulsando.

La fotografía de Souad Abderrahim celebrando brazos en alto su elección como alcaldesa de Túnez es difícil de olvidar. Sucedió la pasada primavera y marcó un tiempo nuevo para el país. Como autora de ficción tiendo a fantasear con los detalles que hilvanan la intrahistoria de las cosas pues ahí se fragua el verdadero relato, de modo que enseguida pienso en lo que podrían sentir los protagonistas de un acontecimiento, a dónde van su cabeza y sus recuerdos; en el caso de Souad sospecho que quizá volvió a la celda a donde le recluyó como castigo su militancia, en los años 80; o a ese día en que decidió desterrar el velo para asumir la dirección de una empresa farmacéutica -tal es su formación-, pues su uso provocaría recelos en el trato con directivos de otros países. Tiendo a barajar a quién dedicaría su elección, como si de un premio se tratara, y a compartir el orgullo de haber derrotado a Kamel Idir, su mayor adversario y expresidente de un equipo de fútbol. Ganar por goleada a un futbolero da juego a la metáfora.

“ Charles Powell: "Hay razones para el optimismo. Túnez, por ejemplo" ”

Triunfó ella y 47 concejalas dentro del país que las había votado. Vo-ta-do y no colocado a dedo para cumplir el expediente, porque esa es la democracia que empodera de verdad a la mujer y la facultada para transformar el mundo alrededor. En esas elecciones de las que pronto se cumplirá un año, Túnez se encontró por primera vez con listas paritarias garantizadas por su Ley Electoral -las candidaturas de sus partidos deben conformarse con un 49,3 % de mujeres-, algo de lo que carecen viejas democracias como la del Reino Unido.



La siguiente pregunta pasa por averiguar cómo se llega hasta ahí, a ese oasis para quienes en el mundo árabe tienen que pedir permiso para casi todo, pues las primaveras árabes se han saldado con más luces que sombras; e indagando desemboca en la fecha de su independencia de Francia –año 1956-, en la que el primer presidente de la República Tunecina, Habib Bourguiba, rubricó un nuevo Código Civil con medidas como abolir la poligamia –el único país árabe que lo recoge por ley- y el repudio, fijar la edad mínima para contraer matrimonio en 17 años –con el previo consentimiento de la mujer- y aquel impulso modernizador por el que se rechazaba públicamente el uso del velo islámico, al que él mismo se refirió como “ese trapo odioso”.



La fotografía de Souad Abderrahim celebrando brazos en alto su elección como alcaldesa de Túnez es difícil de olvidar

Sin embargo nada tan revolucionario como empujar a las niñas al colegio. Sin la educación a la que accedieron las hijas de las clases humildes no puede entenderse el país de ahora, porque la oligarquía intelectual puede dotar de andamiaje intelectual a un movimiento pero la maquinaria del mismo debe de ser transversal y profundamente popular. “Antes de la independencia, las mujeres se quedaban en casa, usaban el velo y, básicamente, no tenían derechos. Lo que disparó el cambio fue la alta tasa de acceso a la educación y la urbanización, y una importante clase media en la que los padres enviaban a sus hijas a estudiar”, declaró la profesora de Sociología de la Universidad de Túnez Dora Mahfoud, al programa *The Compass* de la BBC a comienzos de 2017.





▼ Ahora bien, cuidado con elevar a Bourguiba a los altares pues la beatificación no está hecha para los políticos: el presidente provenía de un mundo conservador y reaccionario y a él volvió pasado el tiempo; simplemente entendió que debía de subirse al carro del progreso tras producirse la independencia, para validar la misma en el contexto internacional donde Túnez debía de alcanzar credibilidad. A cambio la sociedad tunecina avanzó en años lo que otras emplearon décadas, o incluso siglos. Esta característica es común a países, no solo árabes, cuya necesidad de refrendo les conduce a decisiones aperturistas que no hubieran suscrito si la fortaleza de su sistema se lo hubiera permitido. La debilidad conduce al pacto entre diferentes y a la búsqueda denodada del consenso. *Quid pro quo.*

“ Voluntad política más educación: aquí las variables de una ecuación llamada a dibujar el nuevo escenario del mundo árabe

Aquel germen permaneció larvado y las mujeres pulieron sus armas hasta el momento de desenvainarlas, porque hoy siguen pleiteando. De hecho, y a pesar de haber legalizado el aborto ocho años antes que en Estados Unidos (se aprobó en 1973 hasta los tres meses de gestación, por cualquier motivo y a petición expresa de la mujer; se aplica en la sanidad pública y es gratuito), divorciarse (algo extraño en los países árabes), o alcanzar hace dos años un derecho tan lógico como humano como es el de



casarse con alguien de otra religión –históricamente los hombres sí podían hacerlo... su lucha por las libertades y la igualdad es denodada: por ejemplo, en una herencia ellas reciben la mitad de lo que reciben los varones, quienes -lo anoto con gran sorpresa- están eximidos de cumplir pena alguna por violar en el seno del matrimonio hecho que no se considera delito, como no lo es el tráfico de mujeres para la explotación sexual aunque la prostitución esté legalizada (en cuatro grandes ciudades del país). No necesito elucubrar largamente para deducir que muchas de estas normas recogidas por la Constitu-

ción proceden de una interpretación ortodoxa de la *sharia* (la legalización de los matrimonios mixtos fue contestada con virulencia por los sectores religiosos), por lo que el debate entre política y religión resulta encarnizado.

Voluntad política más educación: aquí las variables de una ecuación llamada a dibujar el nuevo escenario del mundo árabe. Ambas son indisolubles y se realimentan, pues cualquier avance necesita la valentía política para traducirlo a un marco normativo que lo valide y de un sistema educativo paritario, abierto a las ideas y flexible a la crítica, ▶



WE  
THE  
WOMEN



▼ encargado de formar a la sociedad presente y futura (en Túnez la educación es pública y gratuita). Sobre ellas, no obstante, planea una incógnita difícil de desactivar: los tentáculos de la ley islámica, máxime cuando los límites entre lo público y lo privado se confunden; porque si bien Iglesia y Estado llevan sesenta años separados y la República es laica, la costumbre se vuelve un perro de presa que se defiende a mandíbula batiendo ante cualquier reforma.

El mundo árabe no posee exclusividad en este mal. Occidente hizo sus deberes para desactivarlo pues el cambio está en el ADN de la vida, y si los humanos asumimos que nadie sale indemne del paso de otras ideas por nosotros, tampoco las sociedades permanecen inanes al rodillo del tiempo. El actual presidente tunecino, Béji Caïd Essebsi, lo argumentó cuando explicó a las autoridades religiosas que el Islam no puede estar en contra de la libertad y la igualdad pues “el Corán debe de leerse en su conjunto. Su interpretación debe de ser de acuerdo a la realidad actual y no con una lectura patriarcal”. Nada que objetar ante su elocuencia.

Quisiera rescatar, por pionera, su Ley contra la Violencia de Género que entró en vigor en 2018, pues la violencia contra la mujer está considerada una de las lacras del país, en especial en el seno familiar. La Ley, calificada uno de los mayores avances en los derechos de la mujer del mundo árabe, castiga con penas de veinte años (incluso cadena perpetua) a quienes mantengan relaciones sexua-

les con menores de 16 años. Si la joven tiene entre 16 y 18 años, el detenido se enfrentará a cinco años de cárcel, teniendo en cuenta que antes podía evitarlo si se casaba con la víctima. A su vez recoge multas económicas por acoso sexual incluido el verbal, algo a la orden del día, y amplía la edad de madurez sexual femenina de los 13 años a los 18 años. Un texto revolucionario en una sociedad que, en contraste, mantiene el uso masculino de sus cafés (salvo excepciones turísticas) y donde buena parte del ocio femenino se produce de puertas para adentro. El abismo entre lo que sucede dentro y fuera de casa se aviva cuando la tradición colisiona con la educación igualitaria de hombres y mujeres.

“ La mujer y el cambio caminan juntos, aunque para activarlo se necesita fortalecer un liderazgo

Como Embajadora de Unicef he comprobado lo disruptiva que puede ser la educación. No hay nada más eficaz, por mucho esfuerzo de integración que realicen las autoridades, que las madres educando en igualdad a sus hijos e hijas, pues el modelo que interioriza la infancia se reproduce en edad adulta revirtiendo lo nocivo de algunas situaciones. “Antes se queda un ruseñor sin canción que una mujer sin conversación”, cuenta un viejo refrán español que ilustra esa habilidad de las madres para socializar con la pa-

labra, dar alas a la imaginación y contextualizar las situaciones más difíciles.

La mujer y el cambio caminan juntos, aunque para activarlo se necesita fortalecer un liderazgo que, como el de las políticas tunecinas, reivindique lo femenino allí donde antes “mandaba” lo masculino. En una de las últimas entrevistas que concedió el psiquiatra y académico de la RAE Carlos Castilla del Pino antes de fallecer, compartió conmigo su preocupación por la actitud femenina frente al poder porque, según él, aún no había sabido perfilar su lugar: “El papel que ha encontrado se asemeja mucho al que tenía el hombre. La diferenciación que debía de haber introducido en sus relaciones con el otro sexo no la veo”. La verdadera revolución, la auténtica primavera árabe, debe de conducir a las políticas de esos países a defender su “papel mujer”, es decir luchar por las libertades en el ámbito público y en aquel mal llamado íntimo que, sin embargo, trasciende a toda la sociedad. No en vano en Occidente compartimos con ellas un nudo gordiano: la discriminación laboral no se produce tanto en referencia al sexo como a la maternidad. En Estados Unidos casi el 50 % de las ejecutivas no son madres, frente al 14 % de los varones. Helen Fisher, la investigadora norteamericana, recogía en su libro *“El primer sexo”* las palabras del analista de tendencias de mercado Arnold Brown cuando explicaba que la “mejor preparación para los negocios es la maternidad”. La declaración debe leerse desprovista de ideología, ciñéndola al



contexto antropológico que pondera la flexibilidad, la cooperación, el consenso, la intuición o el ingenio femeninos. En ese sentido la voz reivindicativa de las mujeres tunecinas se alza para clamar conciliación, permisos de paternidad, horarios flexibles y libertades en el seno del matrimonio..., difícilmente serán los hombres de su país quienes los reclamen porque su poder ha estado tradicionalmente ligado al silencio de la mujer.



**La visibilidad y activación de la mujer como motor del cambio otorga a la sociedad más equidad, más solidaridad, valores y una actitud ética**

Durante este acercamiento al interesante escenario tunecino me ha venido a la memoria el fenómeno africano de Ruanda, un país obligado a reconstruirse tras la devastación de la guerra hutu-tutsi y el genocidio del 94, cuyo dramático saldo fue la aniquilación de los hombres jóvenes. Con una población del 60 % de mujeres no extraña que la mayoría de las parlamentarias lo sean, bien por motivos demográficos y porque su Constitución reserva una cuota femenina del 30 % de los escaños. Así, en 2017, Ruanda ocupó la cuarta posición del informe mundial donde el Foro de Davos recoge los datos relativos a la eliminación de la brecha de género. De nuevo marco legislativo y educación dándose la mano.

En pleno siglo XXI pensar que la estructura del poder es inamovible resulta ob-

soleto, como lo es defender que la mujer deba de encajar en ella obligándola a adaptarse a sus normas y actuando de forma masculina. Esto obliga a un ejercicio semántico del concepto “poder” en la política, la empresa y la sociedad, que integre la diferencia y promueva un intercambio enriquecedor. Algo parecido a lo que realizan las mujeres tunecinas en una denodada lucha por la paridad. ¿Y eso es todo? ¿En esto consiste la fórmula exportable al resto de los países de la zona? ¿Qué encontrarían de ventajoso sus vecinos Libia o Argelia para seguir sus pasos? No hay respuestas simples a preguntas complejas.

No obstante, seguir masculinizando la política o la empresa aboca a perpetuar un patriarcado que en el mundo árabe hunde sus raíces en la tradición de la *sharia*; en cambio la visibilidad y activación de la mujer como motor del cambio otorga a la sociedad más equidad, más solidaridad, valores y una actitud ética. Humanismo, en suma, del que se benefician hombres y mujeres.

En esta suma de señales que es la vida diré que mientras escribía este texto conocí a Cristina Gallach. Cristina es la Alta Comisionada para la Agenda 2030 en España; una mujer poseedora de una privilegiada visión del mundo tras su paso por los tres grandes organismos internacionales -ONU, OTAN y UE-. Afinaré más: la única mujer que ha ostentado cargos de responsabilidad en los tres. Durante nuestra charla desmenuzamos los Objetivos de Naciones Unidas para el 2030, hablamos de Europa, de la condición de la mujer... y en un instante de la conversación fluyó la siguiente confidencia: “¿Sabes algo, Teresa? Somos afortunadas, vivimos en el mejor de los mundos posibles”.







A FONDO

# Rescatando la política con el poder transformador de los jóvenes



**MAX TREJO**

@MaxTrejo

Secretario General  
Organismo  
Internacional de  
Juventud para  
Iberoamérica (OIJ)

**E**l mundo está cambiando y las juventudes cambian con él. Estamos presenciando transformaciones que superan con creces nuestra capacidad de analizarlas, más aún de predecirlas (Naím, 2013); transformaciones que tienen en las generaciones más jóvenes sus mejores canales de experimentación y expresión. Sin embargo, a pesar de la centralidad que las y los jóvenes tienen en la realización y comprensión del escenario contemporáneo, aún nos queda camino por andar en su reconocimiento público como protagonistas del cambio político, económico y cultural.

Sí, las personas jóvenes son asumidas como consumidoras importantes para las grandes empresas, pero en su mayoría éstas siguen siendo dirigidas por otras generaciones. Sí, las personas jóvenes son valoradas por su alto potencial creativo, pero las industrias culturales y creativas aún no les posicionan en el centro de la producción. Sí, las

personas jóvenes representan porcentajes cada vez mayores de la población electoral, pero son enormes los obstáculos que encuentran para ejercer sus liderazgos.

En este marco, la generación joven más preparada de la historia está lista para asumir el reto de dirigir los asuntos públicos de nuestras sociedades, pero la asimilación al mundo político se da de forma accidentada. Líderes sociales son reprimidos. Las ideas no son canalizadas, las propuestas no son discutidas. Existe un divorcio claro entre nuestro potencial como región y lo que estamos haciendo para alcanzarlo. Estamos hablando del desaprovechamiento de las capacidades de una gran parte de las más de 160 millones de personas jóvenes iberoamericanas, quienes no encuentran la forma de contribuir al proyecto de desarrollo de sus países.

“ La política suele resultar un tema indiferente para las personas jóvenes en la mayoría de los países consultados

El énfasis en la explicación de esta situación se suele poner en los gobernantes y sus percepciones, desde un foco adulto-céntrico con el que se suele definir a las personas jóvenes como egocéntricas, carentes de experiencia, desconocedoras de la realidad política e indiferentes (Benedicto, 2008). De esta manera, las iniciativas que se activan para acercarles al mundo político se proponen de arriba hacia abajo, asumiéndoles como una tábula rasa dispuesta a absorber los valores y creencias necesarios para su desempeño en sociedad y desconociendo su real agencia política y su profunda capacidad de acción.

Dicho esto, no debe pensarse que el panorama de las políticas públicas en juventud es desolador. Los gobiernos nacionales y subnacionales se encuentran en un proceso de aprendizaje permanente. Asimismo, son innegables los avances logrados en las últimas décadas en temas ▶



de educación y acceso a servicios públicos. Es solamente que debemos reconocer los desafíos que enfrentamos para lograr superarlos con éxito; desafíos relacionados con inclusión social, calidad educativa, incorporación laboral, protección social (Organización Iberoamericana de Juventud, 2014) y, especialmente, con una mayor implicación de las juventudes en los asuntos públicos. Porque una cosa debe quedar en claro: las personas jóvenes no son un papel vacío, tienen sueños, ambiciones e ideas que aportan bienestar; quieren ser escuchadas y que se les incorpore en la realización, a decir de Ortega y Gasset, de los proyectos de vida en común.



No quiere decir esto que las personas jóvenes sean apolíticas, sino que son más reacias a participar en clave tradicional, lo cual parece ser una tendencia global

Por parte de las personas jóvenes, también hace falta hacer algo de autocrítica. No se puede negar que desde algunos gobiernos se hacen esfuerzos para escucharlas, para ofrecerles oportunidades de participación. Aunque estos esfuerzos parecen llegar solo a una pequeña parte. Primero, porque la política tiene el riesgo permanente de convertirse en un asunto oligárquico y quienes se involucran en ella, de convertirse en parte orgánica de los sistemas establecidos de participación; así, hasta cierto punto, las y los jóvenes en política se hacen partícipes del proceso que renueva la ley de hierro de la oligarquía enunciada por Michels (2010).

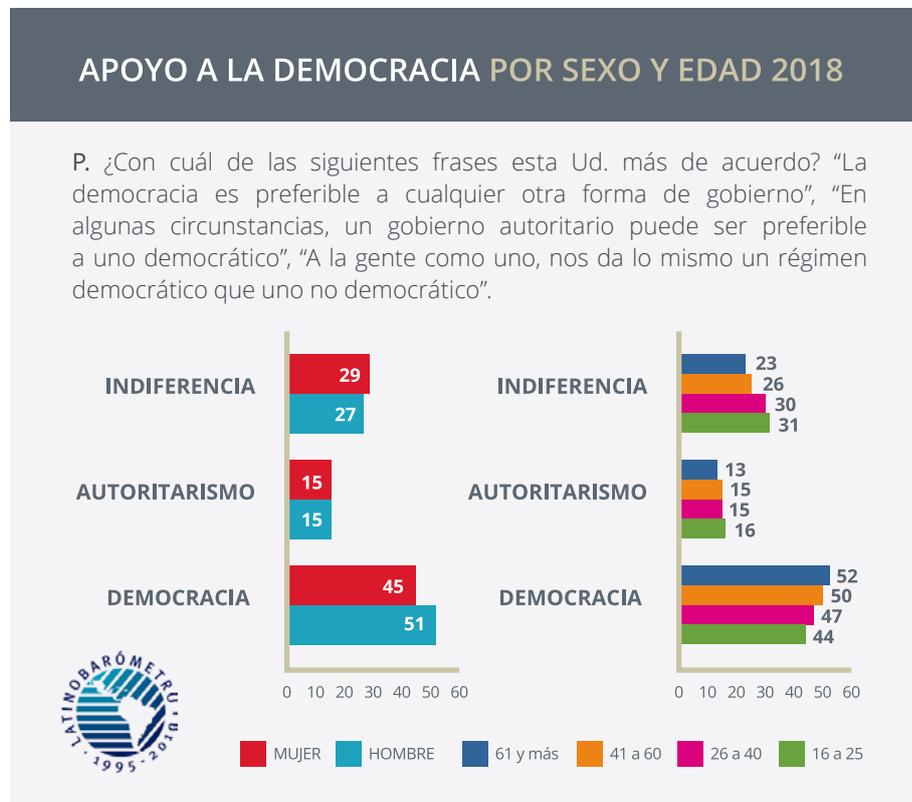




Además, salvo cercanías familiares que les impregnan del interés por los asuntos públicos, las juventudes ven con desconfianza el mundo de la política (BID, 2013). No es casualidad, por ejemplo, que en los estudios que lleva a cabo Latinobarómetro, la política suele resultar un tema indiferente para las personas jóvenes en la mayoría de los países consultados (Latinobarómetro, 2018). Esta indiferencia a veces se transforma en rechazo a la democracia como sistema de gobierno (2018, pág. 22), lo cual es muestra de una interpretación mitificadora de la supuesta efectividad de los regímenes dictatoriales o de un desencanto generalizado con las opciones políticas y sus soluciones.

“ Lo cierto es que la verdadera distinción del lenguaje y accionar público debe colocar la reflexión en el corazón de la política

No quiere decir esto que las personas jóvenes sean apolíticas, sino que son más reacias a participar en clave tradicional, lo cual parece ser una tendencia global (Wike, Simmons, Stokes, & Fetterolf, 2017). Específicamente, este rechazo parece orientarse a los liderazgos políticos de siempre y la política partidista (Arias, 2014). Es decir, las ideas juveniles sobre la realidad social y sobre cómo se podrían mejorar las cosas o cómo debería ad-



ministrase la cosa pública existen, se activan en diferentes escenarios y deben ser escuchadas con atención. Lo que sucede es que ellas y ellos no están dispuestos a participar en algo que consideran agotado y sinónimo de corrupción.

El peligro de esta situación se puede resumir en aquella frase de botar al niño con el agua sucia de la bañera. Si las tendencias en el rechazo a los partidos, los políticos y la política en general se mantienen, nuestras incipientes democracias corren el riesgo de entrar en un proceso de descomposición profunda. Prejuicios y desesperanzas pueden arraigar y granjear apoyos a liderazgos nocivos para la garantía de las libertades y los derechos humanos. La alternativa, recordémoslo, son las dictaduras que tan-

tas penas causaron a algunos países, aunque hoy puedan vestirse de forma distinta.

Por ello, la política debe ser rescatada. Gobiernos, personas y partidos debemos recuperar la esencia de este noble oficio, no con fórmulas desgastadas, sino con nuevas maneras de implicar a la ciudadanía. El dilema no es innovar o perder, sino innovar o desaparecer. Así que no debe extrañarnos que este nuevo ciclo político que está viviendo la región iberoamericana impulse transformaciones en los sistemas de partidos. Probablemente, hoy solo vemos la punta del iceberg.

Hace poco, los partidos eran entidades proactivas en la preparación política de las personas jóvenes. ▶



En las universidades, en los consejos ciudadanos e incluso en las asambleas de vecinos, era común encontrar entre la multitud a cuadros jóvenes orgullosos de su participación en los partidos. Esto comenzó a cambiar conforme la política cobró un cariz más técnico. Los fines parecían únicos, compartidos, o al menos así fue percibido por las personas, no solamente jóvenes. Pero hemos de superar esa lógica perniciosa, puesto que, a decir de Isaiah Berlin (2017), allí donde los fines están acordados, los problemas ya no son políticos sino técnicos. La discusión política pasa entonces a convertirse en un diálogo de sordos. La *techne* tiene otras lógicas, otros procesos. A la técnica poco le importan las opiniones. Las personas pasan a ser cifras y las cifras tienen un matiz impersonal, daltónico a las realidades particulares.

A fin de cuentas, si estamos ante problemas de gestión pública, todo lo que se requiere es encontrar la fórmula adecuada. Poco importan el debate, las ideas y los sentimientos. La fría racionalidad se hace implacable. No es casual que muchas personas jóvenes perciban a la política como distante, poco transparente y corrupta. Mientras el discurso se centra en la mejora de las condiciones de las personas, la realidad de las acciones se percibe contraproducente. La clave puede estar en saber diferenciar aquello que requiere una respuesta técnica de aquello que necesita un abordaje deliberativo.

Una de las respuestas recientes coloca el foco de atención sobre

esa nueva camada de liderazgos que parecen representar una nueva política, contraponiéndose a lo que definen como la vieja política. Liderazgos carismáticos frente a maquinarias partidistas, jóvenes contra viejos, redes sociales contra la prensa. Lo nuevo, como bueno; lo viejo, como malo. Pero aquí surge una verdad que, aunque parece evidente, nunca debe dejarse de lado: no todo lo nuevo es bueno, ni todo lo viejo malo. Lo cierto es que la verdadera distinción del lenguaje y accionar público debe colocar la reflexión en el corazón de la política. En su esencia. En su capacidad de construir a partir del disenso y el acuerdo.



**Las y los jóvenes ya están familiarizados con el entorno digital, así que hay que fortalecer esta relación en clave política**

Para ello, hace falta retornar a las buenas prácticas, incorporando sin miedo otras nuevas. Se habla hoy de la enorme influencia de las redes sociales, pero poco se comenta sobre las nuevas oportunidades de participación que estas abren. La democracia puede estar al alcance de un clic. Se trata de la posibilidad de tener democracias participativas en las que las diferentes agrupaciones sociales puedan tomar decisiones por sí mismas. Las y los jóvenes ya están familiarizados con el entorno digital, así que hay que fortalecer esta

relación en clave política. Hoy, millones de jóvenes deciden millones de cosas a través de mensajes de texto instantáneos, comentan qué película ver en el cine, debaten y acuerdan. En un futuro cercano, existirá la posibilidad de votar y refrendar decisiones políticas importantes desde el teléfono móvil.

No es asunto baladí, puesto que una de las cosas más extenuantes de la política es lo absorbente que puede resultar para quienes se involucran en ella. También existen múltiples aplicaciones de gobierno abierto, e incluso de participación social, que algunos partidos y gobiernos locales están colocando a disposición de la ciudadanía. Si bien es cierto que el uso de internet no se encuentra generalizado en muchos países iberoamericanos, sí que cada vez es más común ver una mayor penetración del acceso a internet en los sitios más recónditos. Y, con ella, la participación directa a través de aplicaciones puede parecer utópica, pero está ganando espacios y adeptos en todo el planeta.

No quiere decir que vayamos a adoptar la toma de decisiones en clave digital como piedra filosofal. Sería ingenuo confiar en que todos los problemas de participación se resolverían de esa manera. Incluso, las nuevas tecnologías conllevan también otros desafíos que no vienen al caso en este momento. Pero lo que no puede negarse es que la política hoy se encuentra en un nivel de descrédito que es preciso abordar. Jóvenes, políticos y gobiernos somos parte del problema y también de la solución. ▶



2m42s



R27m18s



Por ello, desde el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica, tenemos la firme convicción de que podemos hacer más. Y lo estamos haciendo a través de un conjunto de acciones orientadas a promover una mayor y mejor participación de las personas jóvenes en la política. Así, en el marco de la estrategia Pacto Juventud 2030, aprobada por la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de 2018 para vincular los 24 acuerdos del Pacto Iberoamericano de Juventud con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, iniciamos el Parlamento Iberoamericano Juvenil para impulsar el liderazgo juvenil en la conducción de los asuntos públicos, promoviendo el debate plural y la concertación de iniciativas parlamentarias; dado que se articula a través de los Parlamentos Nacionales, este programa aporta a la confianza de las y los jóvenes en sus instituciones, a la vez que les permite experimentar, de primera mano, los avatares de la función legislativa.



La política hoy se encuentra en un nivel de descrédito que es preciso abordar. Jóvenes, políticos y gobiernos somos parte del problema y también de la solución

Por otro lado, el programa Generación 2030, concebido como un espacio de formación e intercambio del más alto nivel, suma a nuestro propósito de contribuir de forma decisiva a transformar la realidad de las y los jóvenes en los 21 países iberoamericanos. En efecto, con una fase online y una fase presencial, durante 2019, 42 jóvenes líderes de la región tendrán la oportunidad de prepa- ▶



▼ rarse y discutir ideas de vanguardia de la mano de expertos en áreas fundamentales relacionadas con el gobierno, la democracia y la agenda contemporánea de juventud.

Sabemos que la participación en sí no tiene por qué ser suficiente. No olvidemos que esa masificación de finales del siglo XIX y principios del XX produjo la democratización de bienes y servicios (Ortega y Gasset, 2014), pero también sociedades que eran proclives a la demagogia y los autoritarismos. Así que reconocemos la importancia de las buenas ideas en la política porque en la política las buenas ideas generan prosperidad.

Nuestro objetivo es claro: contribuir a la formación de habilidades, pero también a la acción. A una acción que combine la protesta con la propuesta. Hoy, en este mundo de posverdades, ya se habla de la post política para reflexionar críticamente sobre la necesidad y posibilidades de supervivencia de las organizaciones partidistas. En OJ nos preocupa un aspecto adicional: necesitamos superar la prisa actual que coloca a la foto o el tuit de último momento por encima de la reflexión y deliberación. Necesitamos rescatar la política con ideas fuertes, frescas y rompedoras que quiebren estos tiempos de *turbo-política* centrados en la inmediatez y en los resultados exprés. Necesitamos restaurar la fuerza de las ideas, de las buenas ideas, para avanzar con un paso más firme hacia sociedades con bienestar fundamentadas en la igualdad.

En Iberoamérica tenemos el potencial joven para lograrlo. Es nuestra responsabilidad brindar las condi-

ciones para que este se exprese a la máxima potencia. Articulando ideas, complementando acciones y estrechando los lazos de cooperación entre gobiernos, sociedad civil, sector privado, academia y cooperación internacional para que las y los jóvenes se posicionen, como verdaderos protagonistas del cambio, en el centro de la agenda pública. ✎

## BIBLIOGRAFÍA

Arias, J. (25 de Febrero de 2014). ¿Por qué la política está perdiendo a los jóvenes? Madrid, Madrid, España. Obtenido de [https://elpais.com/internacional/2014/02/25/actualidad/1393358639\\_000137.html](https://elpais.com/internacional/2014/02/25/actualidad/1393358639_000137.html)

Benedicto, J. (Junio de 2008). *La juventud frente a la política: ¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez?* Obtenido de INJUVE: <http://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-1.pdf>

Berlin, I. (2017). *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza Editorial.

BID. (2013). 1ra encuesta iberoamericana de juventudes. Madrid: BID.

Latinobarómetro. (9 de Noviembre de 2018). Informe 2018. Obtenido de Latinobarómetro: [http://www.latinobarometro.org/latdocs/INFORME\\_2018\\_LATINO-BAROMETRO.pdf](http://www.latinobarometro.org/latdocs/INFORME_2018_LATINO-BAROMETRO.pdf)

Michels, R. (2010). *Los partidos políticos* (Vol. I y II). Madrid: Amorrortu.

Naím, M. (2013). *El fin del poder*. Barcelona: DEBATE.

Organización Iberoamericana de Juventud. (2014). *Invertir para transformar*. México D. F.: UNAM.

Ortega y Gasset, J. (2014). *La rebelión de las masas*. Madrid: Alianza.

Prieto Figueroa, L. B. (2006). *El Estado docente*. Caracas: Fundación Biblioteca Ayacucho.

Ruiz Robles, J. (2016). *La reforma educativa del gobierno de la fuerza armada del Perú: 1972-1980*. Madrid: Universidad Complutense.

Torres Hernández, A. (18 de Marzo de 2015). *Juárez y la libertad de enseñanza*. Obtenido de MILENIO: <https://www.milenio.com/opinion/alfonso-torres-hernandez/apuntes-pedagogicos/juarez-y-la-libertad-de-ensenanza>

Wike, R., Simmons, K., Stokes, B., & Fetterolf, J. (16 de October de 2017). *Globally, Broad Support for Representative and Direct Democracy*. Obtenido de Pew Research Center: <http://www.pewglobal.org/2017/10/16/globally-broad-support-for-representative-and-direct-democracy/>





## Entrevista

Charla en profundidad con los protagonistas de la actualidad



ENTREVISTA

# Entrevista a Mauricio De Vengoechea

@Devengo

"Da más frutos ser un consultor serio que tratar de inventarse como un personaje famoso"



ALEJANDRA ARTERO  
@alejandrartero8

**M**auricio De Vengoechea es un especialista en estrategia, comunicación política y manejo de crisis. Es uno de los más reconocidos consultores políticos de Hispanoamérica, con más de 37 años en esta profesión. En su carrera ha asesorado a 22 candidatos a presidente, y a más de doscientos aspirantes a senadores, diputados, gobernadores y alcaldes en todos los países del continente americano, con excepción de Canadá, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay.

Fue asesor de varias de las crisis más relevantes vividas por mandatarios y líderes de la región como las de Ernesto Samper en Colombia, Álvaro Colom en Guatemala, Francisco Flores en El Salvador y la crisis de Leopoldo López como líder de oposición en Venezuela. Ganador de varios premios internacionales, entre ellos los de Alacop, Polaris, Pollies y Reeds, es miembro del Salón de la Fama de los Reed Latinos de *Campaign & Elections*. Comentarista invitado de *CNN* en español, *NTN24* y el *Miami Herald*.

## ¿Cómo ve los nuevos liderazgos que están surgiendo en América Latina?

En América Latina se está dando el mismo efecto que se viene presentando en el mundo entero, la búsqueda de candidatos outsiders o antisistema. Los ciudadanos se cansaron de los candidatos institucionales de los partidos políticos y de la falta de resultados a sus demandas. Hoy las campañas electorales están mirando más hacia el pragmatismo de candidatos que persuaden y son capaces de brindar soluciones a los problemas de la gente. Las decepciones vendrán después, lo que acrecentará el conflicto.

Es lo que ocurrió con Donald Trump en los Estados Unidos, con el *Brexit* en el

Reino Unido, con Emmanuel Macron en Francia, con Andrés Manuel López Obrador en México, con Jair Bolsonaro en Brasil, y más recientemente Nayib Bukele en El Salvador.

## ¿Cuál es el patrón de los candidatos outsiders?

Por lo general los *outsiders* suelen ser candidatos de oposición y se presentan como candidatos antisistema. Se saben diferenciar con un discurso o actitudes radicales. Por lo general se exceden en ofertas populistas, más allá de que sus mensajes sean de izquierda o de derecha. Lo interesante es que les ha funcionado no ser candidatos ideológicos, salvo cuando presentan propuestas extremistas.



▼ Hay países sin embargo donde esto comenzó hace rato, no es una tendencia nueva. En Bolivia por ejemplo la gente hoy habla de que se necesita un *outsider* cuando en realidad Evo Morales ya lo fue, como lo fueron Hugo Chávez en Venezuela y Rafael Correa en Ecuador.

“ Los ciudadanos se cansaron de los candidatos institucionales de los partidos políticos y de la falta de resultados a sus demandas

### ¿Qué papel puede jugar la comunicación política en la movilización de la juventud?

La comunicación política dio un giro de 180 grados con los avances de la tecnología y la aparición de las redes sociales. Hoy ya no existen los emisores y los receptores de la comunicación de antes. Hoy todos somos lo uno y lo otro, además de que en un teléfono celular inteligente – y ya casi todos lo son – cualquier persona tiene la posibilidad de tener un canal de video, un diario a través de un *blog*, una radio, seguir las noticias o incluso producirlas en tiempo real y generar influencia. Los candidatos pasaron a ser un actor más de la comunicación.

Si bien los jóvenes continúan siendo apáticos frente a la política, esas nuevas plataformas y canales de comunicación multidireccional los mantienen más activos, más comprometidos con lo que creen, con lo que defienden y con los que ellos ▶





▼  
mismos impulsan para que ocurra. Estamos en la época de la participación ciudadana y los jóvenes no se quedan atrás.

Lo importante ahora para los políticos es entender que de lo que se trata no es de conseguir *likes*, sino de activar, fidelizar y movilizar voluntarios que trabajen a favor de sus campañas.

“ Estamos en la época de la participación ciudadana y los jóvenes no se quedan atrás

### ¿La planificación estratégica ha cambiado junto con la forma de hacer campañas electorales?

Yo soy de quienes creen que la estrategia sigue siendo el elemento más importante de toda campaña electoral. Es posible que la palabra estrategia genere confusión por el simple hecho de que, a veces, la palabra resulta un tanto abstracta. Por otro lado, muchos confunden estrategia con objetivo y con táctica, o peor aún, con ocurrencias que es lo que traen los pseudo consultores a la mesa hoy en día.

La estrategia no es otra cosa que definir la ruta del triunfo, y suele ser un proceso de análisis que una vez se tiene se pone en marcha a través de un plan táctico. La estrategia está basada en investigación permanente. Hoy en día en que la industria se ha agigantado, resulta que aparecieron los estrategas de todo, de imagen, de Twitter, de sondeos de WhatsApp. Esos no son estrategas, son consultores



especializados en algún área de la consultoría.

### ¿En qué sector de la comunicación política ve usted que ha habido más crecimiento ahora? ¿Y en el futuro?

Sin lugar a dudas hay cosas que apenas comienzan a mencionarse, pero que marcaran grandes transformaciones en la manera de hacer comunicación política. Por ejemplo, ya no solo la administración de bases de datos a través de un *software* que permita segmentar a los electores y administrar toda la campaña, desde un solo lugar, sino la utilización de *big data* donde los algoritmos nos ayudan a seguir, abarcar y analizar millones de datos que nos permiten entender mejor a los distintos grupos de electores con

afinidades comunes y gestionar comunicación micro segmentada con ellos.

Estoy seguro que la inteligencia artificial transformará también las campañas políticas, pues permitirá que un candidato se comunique, uno a uno, con los electores ahorrando cientos de miles en costos enormes que hoy se van en simulación territorial.

Pero la gran revolución vendrá cuando ya no tengamos que acudir a los centros electorales a depositar nuestro voto en la urna. Estoy seguro que más temprano que tarde estaremos votando con la huella en nuestros teléfonos celulares inteligentes, con lo que se evitarán malas prácticas del día D, o día de la elección.



### ▼ **¿Considera usted que durante una crisis las nuevas tecnologías suponen una ventaja o una desventaja?**

Las redes sociales se constituyen hoy en el canal de la conversación ciudadana. Si acudimos a ellas solo cuando estamos en campaña y nos limitamos a Twitter que es la red preferida de los políticos, muy seguramente terminarían siendo una desventaja.

Pero si se entiende que las redes remplazarán a los medios tradicionales (aunque aún no lo han hecho del todo), y líderes, partidos y campañas lo comienzan a hacer correctamente asesorados por profesionales que hoy entienden perfectamente su funcionamiento, si los "posteos" no se limitan a decir cuál es la agenda de un candidato y desear los buenos días sino que comienzan a utilizar el lenguaje que tiene cada red y se aprende a entrar en la conversación con grupos de personas que después se convertirán en promotores, entonces significaran una ventaja incommensurable.

### **¿Cree en la profesionalización de la consultoría política?**

No solo creo en la profesionalización, sino creo que es una gran necesidad que ocurra. En todas las industrias hay consultores expertos que ayudan a la profesionalización de estas y a las buenas prácticas. Como profesionales podemos contribuir a que nuestra industria sea más seria y no caiga en el sesgo único del marketing político. Los consultores políticos además de especializarnos en mercadeo y comunicación debemos especializarnos en política y pensar que de la ▶

influencia que podamos llegar a tener con los políticos, que son quienes tienen poder, estaremos contribuyendo al mejoramiento en la calidad de vida de los ciudadanos.

Lamento que el exceso de cursos y seminarios que se brindan por doquier, sin que existan unos parámetros mínimos de calidad, más que contribuir a la capacitación y profesionalismo de los consultores, estamos creando lo que yo llamo "Novatos Expertos".

Hoy hay quienes después de ver en Netflix una temporada de la serie *House of Cards*, ya se sienten y se venden como estrategias políticas. Tenemos que acabar con los vendedores de humo, que tanto daño le hacen a nuestra profesión.

“ La estrategia sigue siendo el elemento más importante de toda campaña electoral. Y está basada en investigación permanente

### **¿Qué diferencias cree que existen entre un político que recibe formación en comunicación y consultoría y uno que no?**

Aún existen muchos políticos que hacen política y en especial la comunicación política que se hacía en el siglo XX, cuando el mundo cambió más en los últimos diez años que en los últimos 100. Un político que se prepara haciendo un máster en Gerencia y Comunicación Política, agrega un extraordinario ▶

valor a los conocimientos que el quehacer político le ha enseñado. Conocimiento más experiencia garantizan ser mejores.

Los nuevos políticos, los que se capacitan y estudian, sabrán cómo establecer una comunicación más fluida de los electores en campaña y los ciudadanos en gobierno.

### **¿Qué es consultoría política y qué no?**

Consultoría política es hacer investigación para entender los factores que motivan las precepciones. Posiciones y decisiones de ciudadanos y electores. No es consultoría política inventar encuestas y publicirlas para favorecer a un determinado candidato.

Consultoría política es definir una estrategia colaborativa con el cliente a partir de los hallazgos de la investigación. No es consultoría política, asesorar a un cliente llenándolo de ocurrencias.

Consultoría política es asesorar a un candidato y su campaña a comunicarse correctamente para persuadir al porcentaje de votantes que se requieren para ganar. No es consultoría solo decirle a su cliente que hay que apuntarle al 100 % de los votantes. No es cierto que todos votarán por un solo candidato.

Consultoría política es hacer publicidad de contraste. No es consultoría política atacar por atacar y mucho menos calumniar.

Consultoría política es advertir a un candidato cada vez que comete un error y ayudarlo a corregirlo. No es consultoría política decirle al cliente solo lo que quiere oír. ▶



Consultoría política es entrenar un candidato en la forma y en el fondo. No es consultoría política querer cambiar a un candidato imitando un estereotipo de revista.

Consultoría política es ayudar a que la imagen de tu candidato aparezca cuantas veces puedas conseguirlo en medios y redes generando impacto. No es consultoría política que sean los consultores los que aparezcan.



Los nuevos políticos, los que se capacitan y estudian, sabrán cómo establecer una comunicación más fluida de los electores en campaña y los ciudadanos en gobierno

**¿Cuál ha sido la campaña electoral que más le ha marcado? ¿Por qué?**

Más que la campaña el país que más me ha marcado como consultor es la República Dominicana. Un país muy político, quizás el más político de América Latina. Allí contribuí como estratega al hoy partido de gobierno con el expresidente Leonel Fernández a la cabeza, a ganar cinco procesos electorales en forma consecutiva. Hoy asesoro al candidato de la oposición Luis Abinader, y si este gana la presidencia en 2020 – algo que es muy posible – será un caso de estudio, al menos para mí.



**Díganos un defecto y una virtud de Mauricio de Vengoechea.**

Un defecto ha sido creer en quien no había que creer. Algún día incluso pedí en un foro internacional de consultores que levanten la mano quienes no hayan asesorado a un candidato que con el tiempo se han arrepentido de haberlo hecho. La mayoría de los presentes la levantó.

Una virtud es no permitir que la Comunicación Política moderna y los avances tecnológicos me dejen rezagado. Me esfuerzo a diario en

dos cosas. Ser el más serio de los consultores y después de 37 años ejerciendo esta profesión, tratar de estar siempre a la vanguardia.

**¿Qué consejo puede darle (solo uno) a quienes empiezan en el sector?**

Que a la larga da más frutos ser un consultor serio y profesional, aunque se alcance menos fama, que tratar de inventarse como un personaje famoso, para luego terminar siendo odiado o percibido como embustero o farsante. 🗨️



# Tendencia

Artículos sobre la actualidad política y su comunicación



TENDENCIAS

# ¿Votarías por una mujer para presidenta de tu país?



**NATALY SORIA  
MOYA**

@NatySoria88  
Internacionalista  
y comunicadora  
política. *Speech writer*  
del Presidente de la  
República de Ecuador

**E**n 2017 se celebraron elecciones generales en Ecuador. Para ellas se presentó una mujer como binomio presidencial de un conocido político, Paco Moncayo. Monserratt Bustamante, outsider de la política, académica, poco mediática.

Frente a su candidatura, en redes sociales circulaba un meme que decía: "Si ella recibe tres votos es porque tiene dos amantes". ¿Broma?, ¿comentario desafortunado? o ¿reflejo de un sentimiento popular generalizado frente a una mujer como candidata?

Hace diez años tres países sudamericanos: Brasil (Dilma Rousseff), Chile (Michelle Bachelet) y Argentina (Cristina Fernández) estaban liderados por mujeres. Países con gran impacto económico y político, no solo en la región, sino en todo el sistema internacional.

Hoy, todos los países de Sudamérica están liderados por hombres, y no parece que ese panorama pueda cambiar, al menos, en el corto plazo.

Dilma y Cristina terminaron sus periodos involucradas en casos de corrupción. Bachelet reemplazada por Sebastián Piñera, que ha vertido comentarios machistas. Brasil pasando de un gobierno que había nombrado más ministras mujeres en la historia del país (18), a un mandatario como Michel Temer, que designó como su gabinete exclusivamente a hombres. Composición que no ha cambiado mucho con la llegada de Jair Bolsonaro a la presidencia de Brasil.

Con ese escenario, es fundamental investigar si una mujer puede volver a liderar un país latinoamericano. Y para ello, más importante aún, es saber si el elector está dispuesto a votar por una mujer para presidenta.

Para responder la interrogante se aplicaron experimentos controlados a cinco grupos: estudiantes de Medicina (no reciben materias relacionadas con política), estudiantes de Derecho (reciben materias relacionadas con política), militantes de un partido político (conocen las internas partidistas), funcionarios de la Presidencia de Ecuador (conocen de cerca el trabajo de un presidente), y mujeres rurales de una organización feminista (luchan por los derechos de la mujer).

Cada grupo se dividió en dos y se le aplicó preguntas de control para verificar que fueran homogéneos. Una vez comprobado esto, a un grupo se le presentó una candidata con características femeninas y un candidato con características masculinas, y al otro grupo se le presentó la misma descripción, pero inversa. Ahora la candidata tenía las características masculinas y el candidato las femeninas.

Sobre esos candidatos se les preguntó: ¿Cuáles son los atributos más importantes para ser presidente? ¿Qué temas debería asumir el siguiente presidente, en orden de importancia? ¿Cuál de los candidatos respondería mejor a una lista de problemas económicos, políticos y sociales? y, por último, debían establecer ¿quién tenía más probabilidades de ganar?

Recordemos que todos respondieron sobre la base de la misma descripción ▶





▼ de los candidatos, solo que de manera inversa. Por lo tanto -en el caso de que el sexo del candidato no fuera importante- si el grupo de control respondía que ganaba el hombre, el grupo experimental debió responder que ganaba la mujer. Pero esto no sucedió. Ambos grupos eligieron al hombre.

Esto demostró, que para el elector el sexo del candidato es más importante que sus atributos, características, capacidades y experiencia. ¿Si el hombre ganó por su descripción en un grupo, por qué la mujer no ganó cuando contó con la misma descripción?

Por lo tanto, sobre la base de estos resultados, podría afirmarse que un elector, de manera natural, no votaría por una mujer para presidenta, aunque ésta tenga las características para ser la mejor candidata.

Probablemente por la incongruencia de roles, que establece que las personas tienden a creer que para ocupar y desempeñar de forma efectiva puestos de liderazgo (especialmente en organizaciones de mayor prestigio social) es necesario poseer cualidades masculinas, y al ciudadano común le cuesta pensar o aceptar que esas cualidades puedan venir de una mujer.

Frente a eso habría que analizar cómo otras mujeres como Dilma, Cristina y Michelle lograron acceder al poder, para aprender de ellas y replicarlo. Pero, sobre todo, para establecer si sobre su triunfo influyeron otros elementos como, por ejemplo, la transferencia de liderazgo, el partido político, la ideología, el sistema electoral.



Lo cierto es que si más mujeres quieren llegar a la presidencia no pueden seguir creyendo que solo es cuestión de candidatearse y pedir votos. Porque incluso una cam-

paña electoral desacertada puede ser determinante. Al final es claro que detrás del triunfo de una candidata aún hay muchas aristas por entender e investigar. ▣



# Judicializar es la tarea



**DR. DIEGO DIEGUEZ  
ONTIVEROS**

@Diego\_Dieguez  
Abogado/Criminólogo.  
Director de la  
Cumbre Mundial de  
Comunicación Política

**L**a clase política intentó desde hace un tiempo resurgir de sus errores con programas de campaña tendientes a posicionarse desde la honestidad y transparencia. Esas dos palabras adquirieron un valor esencial en el análisis popular de las “conductas funcionales” de quienes ocupan los cargos públicos en la totalidad del organigrama de la administración estatal. Es en ese marco de control cívico que la transgresión de cualquier tipo se vuelve, con justeza, REPROCHABLE.

La utilización del sistema judicial como “rector” de decisiones relevantes de la democracia en el país adquirió en los últimos tiempos un rol decisivo en el ejercicio de la política y el proselitismo. Ciertos tribunales y sus sentencias, llamados a indagatorias, imputaciones, procesamientos, declaraciones de prensa de fiscales, jueces y abogados defensores o querellantes se han vuelto parte del espacio de la política hasta hacerse INSEPARABLES. Y es ahí donde se ha hecho fuerte el fenómeno de la judicialización de la política como forma de denostar al opositor, generar sospechas de corrupción

principalmente o fomentar el escarnio periodístico reproduciendo esas denuncias instadas a sabiendas de la ausencia o fabricación de pruebas.

Táctica para una estrategia general muchas veces digitadas desde países centrales con la clara intención de instalar candidatos o futuros funcionarios públicos “serviles” a la causa...

Por otro lado, resulta claro que cuando se ocupa el espacio de oposición la denuncia se torna en regla y se padece desde el estamento oficialista (tornándose en *boomerang* que se estrella en las narices cuando esa ecuación de poder se invierte).

Existe una gran irresponsabilidad de quienes utilizan, se valen o pactan con parte del Poder Judicial este tipo de avanzadas. Las malas prácticas políticas son transversales a los diversos estamentos del estado en todas partes del mundo.

Ecuador, Brasil, Perú, Argentina, Colombia, entre otros y ahora España con el “procés” catalán evidencian la gran utilidad para el contrario que representa el estigma del proceso penal para quien lo padece. Y esto último no sería reprochable si se siguiera el debido proceso constitucional en esta avanzada, más observaremos características comunes que los hacen por lo menos sospechosos y en otros radicalmente nulos, a saber:

1) Existe un claro objetivo final que es instalar en nuestras sociedades la idea de una persecución a la corrupción que estaría purgando el sistema, pero para lo cual se vilipendia la clase política en su totalidad.

2) Muchas de esas denuncias o juicios son fruto de prueba que durmió en oscuros cajones durante largo tiempo y hoy flotan de su letargo con dubitativa fortaleza.



3) Para hacer más efectiva la “caza” se han incorporado paulatinamente en las respectivas legislaciones las figuras del arrepentido o imputado colaborador según el caso.

4) La violación a los principios probatorios deviene evidente, toda vez que resultan afirmaciones de quienes se han asumido delincuentes y buscan mejorar su situación, con lo cual pueden acusar hasta su abuela muerta en ese peregrinar.

5) La prensa juega un rol fundamental en la creación del estigma delictivo sin reparar en los principios de presunción de inocencia y legalidad. Es más: alaban o critican a los jueces generando una presión tal que muchos magistrados resuelven con los periódicos en la mano.

6) Se vulneran sorteos de expedientes para que las investigaciones recaigan en los jueces amigos al proyecto.

7) Parte del Poder Judicial asume un rol político que atraviesa sus resoluciones y sentencias conformando un peligroso tándem que agrega más zozobra al sistema de credibilidad de las instituciones.

8) Muchos consultores políticos sin escrúpulos se valen de estos ilegítimos procesos penales para socavar al contrario sin darse cuenta que están arrojando a los leones no solo a un candidato sino a un ciudadano.

9) Para todo lo antedicho recurren al siempre bien valorado “miedo” sobre el cual muchas cosas se han escrito pero que queda mejor definido a través de la praxis de las prisiones preventivas injustificadas, embargos o juicios exprés.



10) Por último las redes sociales fungen como acelerador viral de la duda, el reproche o la insatisfacción de los votantes, quienes cebados por el odio inoculado, claman enajenados al verdugo.

Y es en ese maremágnum de pseudo información tribunalicia propagado estratégicamente que la política se envilece, el opositor se destruye, el interés social se digita y los votos se direccionan. ✘



# Chile, hoy: un paso al más allá



**MARCELO LÓPEZ**

@soymarcelolopez  
Investigador Semiótico  
y Estratega  
Político-Electoral

**E**n un país donde la política ha venido siendo como una mesa redonda, sin extremos, hoy los extremos dicen y hacen más que ningún otro espacio político. Por cierto, hay motivos.

La izquierda-pero-no-tanto devino de concertación a desconcierto y de nueva mayoría a minoría arcaica. La derecha republicana, en tanto, sigue ocupada en acomodar huestes en la administración de Sebastián el Trabajólico y sus reyertas apenas fluyen somnolientas y dulzonas como té con leche.

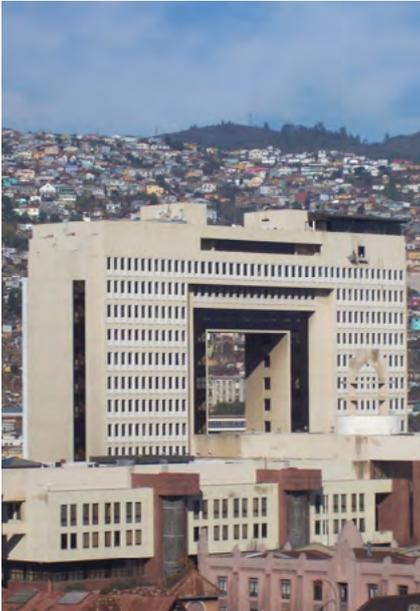
No pasa nada que no sea lo que no pasa. Y lo que no pasa es la presencia de brío, de entusiasmo, de revoloteo de mariposas en el estómago como cuando estamos al borde de un amor juvenil como aquellos que fueron. Que fueron, sí. Porque hoy en Chile, la “izquierdacentroderechista” y la “derechaizquierdocentrista” son animales en extinción. No es que vayan a morir mañana por la mañana, pero van a vivir en la misma agonía que, por ejemplo, los mastodontes políticos españoles. Es que no son gente que le importe a la gente y eso les va costar sangre, sudor y lágrimas. Lágrimas especialmente.

En fin, mientras unos y otros “centroloquesea” bailan al compás de la orquesta del Titanic, y en su autismo imaginan estar jugando a la república, resulta que la república está jugándose en otra cancha. Una donde los rivales están tan lejos uno del otro que son incapaces de verse mutuamente. Ni de oírse. Aunque para eso de verse y oírse no es que tengan mucha disposición que digamos.

En el rincón rojo -y bien rojo- se alza la periodista Beatriz Sánchez, quien salió indemne del último proceso electoral con un entusiasta 20,3 % y hoy reaparece aunque una decena de puntos más abajo. En el rincón azul -azul de acotada realeza criolla, pero realeza al fin de cuentas- José Antonio Kast ni se arruga cuando lo tildan de ultra de la estirpe Bolsonaro. Sus once puntos lo encumbran como la opción sorpresiva de una derecha que hace rato no sorprendía a nadie.

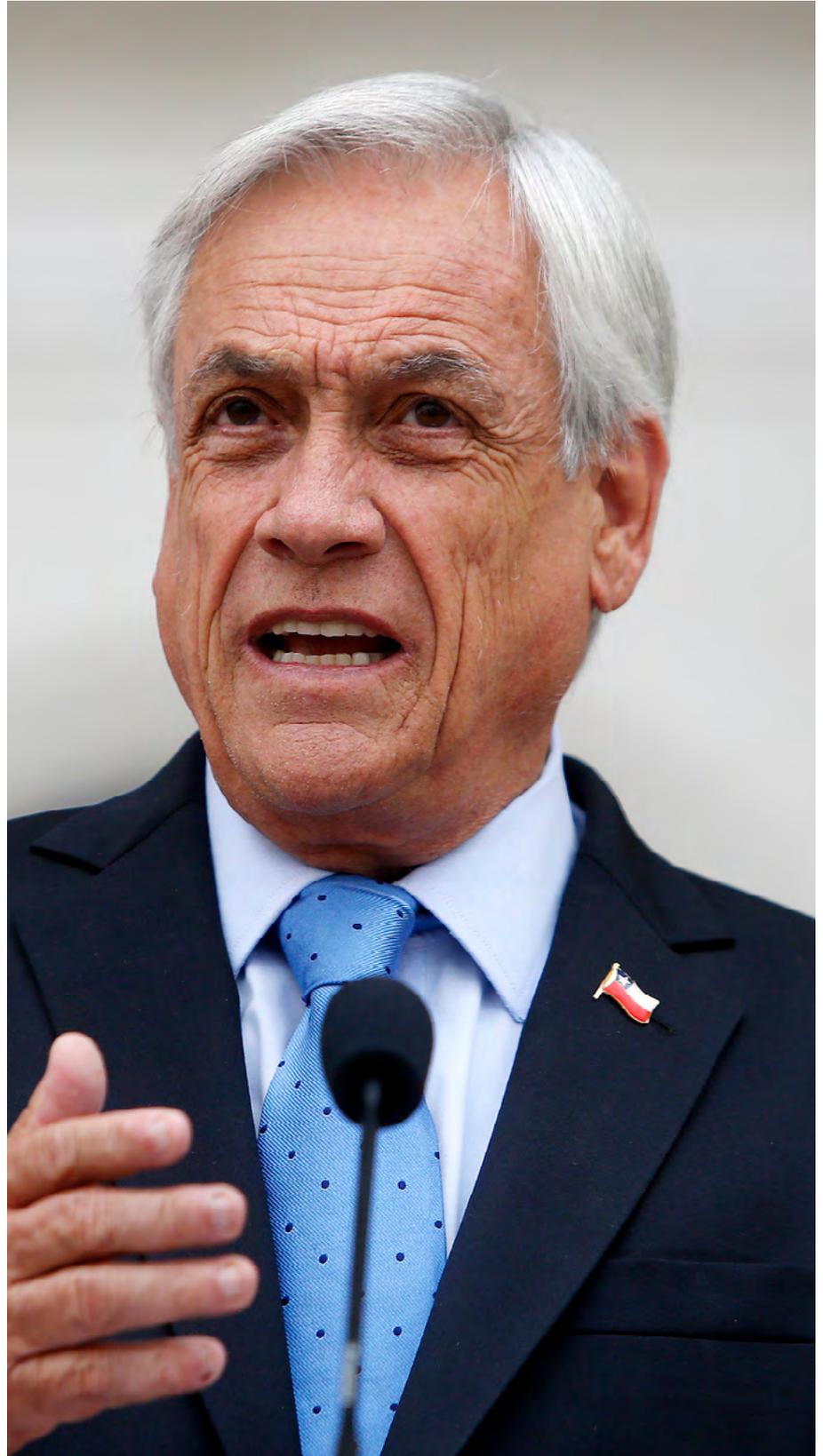
La izquierda dura y la derecha aún más dura están siendo vistas por la gente. Gente que no es feliz. Gente a la que el “derechoizquierdismo” trémulo le ha dado casa, educación, salud y orden. Pero no felicidad. Chile ha sido el país más previsible del continente, pero esa previsibilidad ya no le basta a un ciudadano que tiene más de todo y por eso ahora quiere todo lo que le falta.

Los chilenos se espantaron con una Bachelet que imaginó que si la votaban para un segundo mandato era para que profundizara lo que había hecho en el primero. Y no. La motivación de voto estaba tan lejos de eso que terminó partiendo con más pena que gloria a refugiarse en la ONU, mientras que Piñera era llamado a restaurar las certidumbres de un elector que no le perdonó a Michelle los mismos ripios éticos que el elector brasileiro no le perdonó a Dilma y a Lula, o el elector argentino a la banda K.



▼ No era aversión ideológica, porque la ideología hoy pesa menos que un paquete de *popcorn*. Era aversión al fraude moral. A los discursos impolutos y el quehacer mugriento, aun cuando convengamos que Michelle no es Cristina ni es Lula, básicamente porque el chileno no es brasilero ni argentino. El chileno es, antes que nada, digno hasta para ser indigno.

En fin, rumbo al medio mandato de un Piñera desmañado en el gesto pero correcto, empeñoso y diáfano en el hacer, nos morimos de aburrimiento. Y entonces, ocurre lo que ocurre: de un lado y de otro -poco importa cuál es cuál y quién es quién- se empiezan a escuchar melodías hipnóticas, de metales potentes y estentóreos. Música que sale por las ventanas de un par de casas que quedan en los extremos del barrio. Aunque nos hagamos los sordos, es lo que está sonando. ✂





# El cajón del consultor

El lugar de los amantes de  
la comunicación política





# Errores de comunicación política

## Torpezas y Descuidos



**L**as últimas semanas nos han regalado varios ejemplos de errores muy significativos en materia de comunicación política. En este número de La revista de ACOP voy a destacar dos.

En primer lugar, el descuido de Olly Robbins, jefe negociador del gobierno británico para el *Brexit*. Este alto cargo, en una conversación de bar, dejó al descubierto el pasado mes de febrero los planes de Theresa May: o el Parlamento apoya el plan presentado por la primera ministra o respalda un largo aplazamiento de la aplicación del proceso de salida de la Unión Europea por parte del Reino Unido. Ese fue el mensaje que Robbins trasladó a varios colegas en la barra del bar de un hotel de Bruselas, sin percatarse de que a su lado estaba tomando una copa, de forma inopinada, el corresponsal de la cadena de televisión ITV News, que escuchó sibilantemente las palabras de la conversación.

Robbins habló imprudentemente, con voz demasiado alta, sobre un asunto de extrema sensibilidad (y de alta confidencialidad) en un lugar claramente inadecuado (un bar con otros clientes alrededor). Robbins, según el periodista que lo escuchó, afirmó a

sus colegas que "probablemente nos darán una prórroga", algo que contrastaba con la posición mantenida por la primera ministra británica, quien siempre sostuvo que el Reino Unido abandonaría la Unión Europea en la fecha prevista: el 29 de marzo, descartando negociar cualquier aplazamiento de la salida de la UE. El indiscreto alto asesor también dijo que había que hacer creer a los parlamentarios que si no aprobaban el acuerdo, se optaría por una prórroga muy larga, con el objetivo de forzarles a votar la salida inmediata de la Unión Europea.

Fue un error de bulto, casi de principiante. Recomendación: nunca trates temas delicados o confidenciales en lugares públicos, donde haya otras personas que puedan escucharte.

El segundo error que destaque dio la vuelta al mundo. En una libreta amarilla que el consejero de Seguridad Nacional norteamericano, John Bolton, llevaba en la mano mientras anunciaba sanciones contra el régimen de Nicolás Maduro, se pudo leer lo siguiente "5.000 tropas a Colombia". La libreta estuvo expuesta, a la vista de todos, durante su comparecencia, el texto era claro y, por supuesto, los teleobjetivos de los fotógrafos presentes en la sala lo fotografieron hasta la saciedad.

¿Fue un descuido de Bolton o fue una trampa, una provocación deliberada "vendida" como imprudencia del consejero? Nunca lo sabremos, pero lo que está claro es que cualquier portavoz político que deje sus notas sobre la mesa o que lleve sus papeles en las manos fuera de una carpeta, se expone a mostrar indiscretamente cifras, datos, argumentos o reflexiones que, tal vez, jamás habría querido que llegaran al conocimiento de la opinión pública.

Recomendación: Las notas personales siempre deben estar bien guarnecidas durante cualquier comparecencia... Salvo que queramos filtrar ingeniosamente alguna cosa a la prensa (en formato de "descuido").



# Calendario Electoral MARZO - ABRIL



PAOLA CANNATA  
@PaolaCannata



**BELICE**  
Referéndum territorial  
10 ABRIL



**BURKINA FASO**  
Referéndum constitucional  
24 MARZO



**ECUADOR**  
Elecciones regionales  
24 MARZO



**GUINEA-BISSAU**  
Elecciones legislativas y municipales  
10 MARZO



**NICARAGUA**  
Elecciones regionales  
3 MARZO



**BENÍN**  
Elecciones parlamentarias  
28 ABRIL



**ANDORRA**  
Elecciones legislativas  
7 ABRIL



**PAÍSES BAJOS**  
Elecciones provinciales  
20 MARZO



**ARGELIA**  
Elecciones presidenciales  
18 ABRIL



**NIGERIA**  
Elecciones regionales y legislativas  
2 MARZO



**COMORES**  
Elecciones presidenciales y regionales  
24 MARZO



# SOLA



*Autor: Antonio Sola*  
*Editorial: Diéresis S.L.*  
*Páginas: 227*  
*Año: 2018*





# Reseña Destacada

## *Sola por sola*



EDUARDO  
CASTILLO

@NassinCastillo

**H**ablar de comunicación política en España implica algunos conceptos importantes, pero también hablar de personas importantes.

Toda profesión cuenta con sus decanos, prohombres, notables, en fin, personas que han contribuido de manera decisiva a sentar las bases o llevarla hasta nuevos horizontes. En Comunicación Política, uno de esos nombres es Antonio Sola.

A lo largo de su prolífica carrera en el mundo de la consultoría política, Sola ha acumulado una importante cantidad de éxitos que hacen olvidar la precocidad con la que se inició. Con poco más de cuatro décadas de vida, Sola ha participado en numerosas campañas, muchas de ellas al más alto nivel, que le han consolidado como uno de los grandes de la historia de la comunicación política hispanoamericana. La lista suma y sigue, pero por ahora estamos centrados en una obra que se puede catalogar de una biografía en clave de comunicación política. Sola nos narra pasajes personales, y conecta siempre con algún aprendizaje o enseñanza que se traslada a algún momento político o electoral.

En política, y especialmente en comunicación política, el saber estar es una cualidad fundamental. Nuestros políticos se desviven por encontrarse lo más

cerca del poder y protagonismo posible. El mundo político, cada vez más asociado a la imagen y las emociones, genera sus propias lógicas y necesidades. Por ejemplo, si nos fijamos en algún área, es normal encontrar su correspondiente especialista. La foto perfecta, la pose ideal, la vestimenta correcta, cada una de ellas genera todo un mundo de posibilidades y especialidades. Así, solemos encontrar asesores o consultores de imagen, de discurso, de estrategia, de movilización, de investigación, súmele a ello los incontables asistentes, pasantes y nuevos talentos que buscan con esperanza su propio lugar en este mundo, y nos quedamos con que la comunicación política representa un universo inabarcable para el análisis.

Hace décadas, el decano de la comunicación política, Joseph Napolitan inició el camino de la profesionalización del gremio. Él, un consultor hecho a base de experiencia, marcó la pauta de lo que serían décadas en el oficio del asesoramiento y la consultoría política. La formación se hacía *in situ*, las campañas eran la clave y participar en ellas era la única forma de saber sobre comunicación política. Pero con la profesionalización llegó también la complejización y especialización. Se iniciaba el ocaso de la figura del consultor sabelotodo.

Pero dentro del mundo de la consultoría, aún cuando se acaba esa figura que todo lo sabe y maneja, quedan personalidades que se aproximan bien a ese ideal inalcanzable. Durante la lectura del libro *Sola por Sola*, se tiene la impresión de que se está ante una obra mucho más ambiciosa de lo que inicialmente parece. Antonio Sola nos lleva a momentos fundamentales para cualquier persona, no ya consultor, sino a las fibras de lo que nos hace humanos. Esas experiencias de juventud, esas enseñanzas que largo tiempo atrás recibió en clave de consejos o refranes populares que dificultan no retrotraerse a las propias. Sola nos entrega grandes momentos de su vida, para tratar de entender que las personas son lo importante. ▶



No carece el libro de momentos de duda, cuyo cuestionamiento nos lleva a cuestionarnos las bases de nuestra percepción del mundo. Así, Sola no se enfrasca en discusiones teóricas, lo suyo, y su libro, es un llamado de atención sobre los aprendizajes de su vida, pero también de los tiempos que corren. Por citar un ejemplo, el libro nos invita a plantearnos los fundamentos ideológicos de la política, proponiendo un mundo diferente, en el que nos invita a su hogar mental.

Sola encadena campañas con ideas. En apenas unas pocas líneas nos deja claro que siempre ha tenido la vena política, planteándose y replanteándose las circunstancias y decisiones que guiarían un hipotético gobierno suyo. Así, la elección presidencial mexicana de 2006 se convierte en un relato anecdótico de la importancia de confiar en quienes te apoyaron desde el inicio.

Una cosa muy rescatable de la obra es que te coloca en el contexto actual de la comunicación. Imágenes y palabras parecen haber perdido la fuerza de antaño. De acuerdo con lo que señala Sola, esto se debe al proceso de transformación que ha llevado internet y la información a masificarse de tal manera que condena el mundo previo a la obsolescencia. Aquí, Sola se muestra intérprete y visionario. Si el mundo ha cambiado, y nosotros con él, la aparición de nuevas formas de comprenderlo es impostergable. Incluso, en un arranque de honestidad, afirma también que ese proceso avanza conforme seguimos respirando. La era de la democratización de la información ha conducido, querámoslo o no, a que ese intercambio constante, ese bombardeo inagotable de mensajes y contenidos, induzca a las personas a desarrollar nuevos hábitos.

Las palabras son clave. No podemos interpretar realidades nuevas con ideas arcaicas. Desafortunadamente para las personas, aún no disponemos de las nuevas formas de aprehender la realidad, es demasiado acelerada, líquida para algunos autores. Por ello, vemos esa proliferación de nuevos términos, que se masifican con la facilidad de un tuit. Así como la reputación pende de un hilo, la actualidad también.

Pero esa nueva forma de abordar el mundo debe ir acompañada de una nueva comunicación. Para Sola, el percal luce muy claro, los ciudadanos reclaman más comunicación. La información es inagotable, producimos más de la que podemos asimilar. Por ello, es menester apelar a una comunicación más sentimental, con la que sea fácil identificarse. Las personas desean volver a confiar o, por lo menos, confiar alguna vez en los liderazgos. Eso solo será posible en la medida que entendamos que las fórmulas del pasado ya no aplican en esta hiperinterconexión que presenciamos (y de la que somos inevitablemente parte).

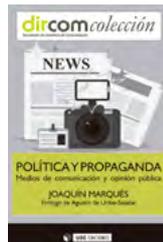
El libro de Antonio Sola representa una ventana a esta nueva situación. Con los lentes prestados por el autor en esta biografía-historia-ensayo político y manifiesto comunicacional, podemos percibir que no hay nada tan abierto como el futuro. Porque se trata de un futuro cercano, por no llamarle presente en construcción, y que todos formamos parte de su levantamiento sobre las ruinas de la política superada por la avalancha de cambios que nos ha traído este nuevo siglo. Un libro que advierte sobre los desafíos actuales, pero que invita a superar los escollos del camino. ✎



## Fake News: La nueva arma de destrucción masiva

**Autor:** David Alandete  
**Editorial:** Deusto  
**Nº de páginas:** 296

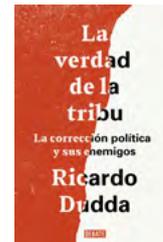
El uso de las noticias falsas ha llegado a niveles insospechados. Durante años, la desinformación y el engaño han sido parte natural de la política. Las líneas editoriales forzaban los titulares para darle un matiz diferente a los sucesos, pero el amarillismo era reconocido y repudiado por la ciudadanía. David Alandete se ha planteado analizar qué es esto de las "fake news" y cómo opera para el beneficio de algunos intereses oscuros (y no tan oscuros). Sucede que, aprovechando el auge indetenible de las nuevas plataformas digitales, algunos poderes internacionales aprovechan para subirse a las últimas temáticas de actualidad política para generar desinformación. Eso sí, lo hacen con el cuidado de no construir mentira sobre mentira, sino de aprovechar el contexto, algunos hechos verídicos, para sazonar a su propio gusto con engaños y manipulaciones. Alandete nos describe y caracteriza en estas casi 300 páginas, el fenómeno de las "fake news".



## Política y propaganda

**Autor:** Joaquín Marqués  
**Editorial:** UOC  
**Nº de páginas:** 278

Mucho tiempo ha pasado desde que se superó la idea de la unilateralidad de la comunicación. El ciudadano no es receptor pasivo de contenidos que ávidamente producen los medios, sino que es consciente e inconscientemente selectivo con ellos. Hoy sabemos que las personas elegimos la información que se adapta de mejor manera a las ideas que ya tenemos, en un proceso en el que pareciera que cada vez escuchamos menos. Joaquín Marqués nos lleva en un viaje a la historia de la propaganda y la política. El cambio que condujo a las masas a tener un mayor nivel educativo y espíritu crítico, y una democratización progresiva del mundo no eran el destino natural de la humanidad. Marqués, en este trabajo, nos lleva a conocer la historia misma de la relación de la sociedad con sus gobernantes y la forma en que estos últimos han intentado influenciar a la ciudadanía con mayor o menor éxito.



## La verdad de la tribu: La corrección política y sus enemigos

**Autor:** Ricardo Dudda  
**Editorial:** Debate  
**Nº de páginas:** 240

La libertad de expresión en nuestras sociedades no suele ser absoluta. Así, lo sagrado y lo profano, el tótem y el tabú, lo correcto e incorrecto delimitan las fronteras de nuestra expresión social. En este libro, Ricardo Dudda, analiza los orígenes de la corrección e incorrección política. Mientras que el análisis de lo correcto se lleva en torno a tres interpretaciones distintas, la incorrección se analiza como reacción ocasional al temor de los cambios en ciernes. Lo que nos escandaliza probablemente no escandalizaba a nuestros abuelos. Cada sociedad vive de forma abierta o cerrada a los cambios. Pero los cambios son inevitables. El autor en su libro nos resume cómo la política puede convertirse, o, mejor dicho, debe convertirse, en el espacio de intermediación y canalización entre esas guerras culturales que ocasionalmente son sufridas o promovidas por la ciudadanía. Eso sí, siempre desde el respeto y la aceptación de los cambios en clave cosmopolita y democrática.



# Lapidarium

## Venezuela y la legitimación del líder



VICENTE RODRIGO

@\_VRodrigo



JUAN LUIS FERNÁNDEZ

@juanlu\_FL

La actualidad política en Venezuela ha consternado al mundo desde hace varios años, polarizando a la opinión pública y a los gobiernos de los distintos países. A la convulsa situación política, se suman una crisis social y económica que costará años de transición superar. Sin embargo, ha sido el auge de un nuevo líder, Juan Guaidó, lo que ha provocado un vuelco en el statu quo, que hasta ahora bloqueaba la posibilidad de una alternancia en el poder. Aunque la situación no permite vaticinar mutaciones de calado en el sistema en el corto plazo, sí nos ha dejado reflexiones de interés para el estudio de la comunicación política.

Los esfuerzos de Guaidó en su reto a los poderes fácticos venezolanos responden a una gesta mayúscula que se ha vivido como un pulso: cada demostración de fuerza conlleva una respuesta similar del contrario, en una carrera por hacerse por el dominio de la situación y no ceder ni un milímetro. La lucha por el relato entre Nicolás Maduro y Juan Guaidó es titánica y cada uno ha usado todas las armas comunicativas a su alcance.

En primer lugar, hemos observado cómo las calles han supuesto para el líder

opositor Juan Guaidó su principal instrumento de legitimación: solo esas imágenes de calles desbordadas podían dar a la comunidad internacional razones suficientes en el reconocimiento explícito al joven líder. El movimiento social que generó la épica declaración de Guaidó fue un duro golpe a la imagen del régimen de Nicolás Maduro, que enseguida trató de sobrevenir con mucha agilidad comunicativa.

Maduro tiene una gran habilidad para desenvolverse ante las cámaras; tiene un control absoluto del mensaje y se siente cómodo delante de un periodista. Sabe responder a las críticas y su tono combativo le mantiene en una situación de confort. Frente a la reacción de otros líderes, que en situaciones similares optan por recluirse, bajar el perfil público y rodearse únicamente de un grupo reducido de fieles, Maduro supo que solo mantener un perfil activo evitaría un efecto dominó que provocase la pérdida de apoyos en cadena. Un claro ejemplo es la entrevista que concedió al programa de televisión español *Salvados*, a los pocos días de desatarse la crisis política que para él suponía el auge de Guaidó. Maduro hizo de anfitrión a un periodista que le iba a poner contra las cuerdas en una entrevista de la que, sin embargo, salió indemne.

Una entrevista así no iba a convencer a ningún indeciso, incluyendo a los medios de comunicación, cuyas reacciones, al fin y al cabo, ya estaban claras de antemano. Los medios han sido, en sí mismos, un grupo más de influencia tratando de incidir en la postura de los gobiernos y de los partidos políticos de los países en los que se encuentran. Al final, la situación en Venezuela ha polarizado tanto dentro y fuera del país que las posiciones de cada parte prácticamente están tomadas y son irreversibles.

El objetivo, en este caso, era lanzar un mensaje contundente y claro, y exportar una imagen de fortaleza en un momento ▶



▼ delicado y ante una opinión pública concreta: la española. España representa, por sus lazos históricos y culturales, el país europeo en mejor posición para influir sobre la postura del bloque de la Unión Europea sobre Venezuela. Uno de los momentos más grotescos de la entrevista lo protagonizó el propio Maduro cuando manoseaba un ejemplar diminuto de la Constitución de su país, la cual tenía en versión de miniatura entre sus manos, apretándola, pasándosela de una mano a la otra, explicitando en una sola imagen lo pequeñas que se hacían las normas angulares y el estado de derecho, a merced de un líder robusto y de retórica dura.

Por su parte, Juan Guaidó también hizo de las entrevistas un instrumento de legitimación externa. Además, cada intervención que hacía tenía un relato propio: se realizaban en localizaciones secretas, lo cual mandaba un mensaje al mundo: "corremos peligro, es urgente vuestro reconocimiento y ayuda". A esto se suma el uso de las redes sociales, medio que le sirvió para interactuar con otros líderes políticos de la escena internacional.

Otro rasgo de la comunicación empleada durante este momento crítico para Venezuela fueron las demostraciones militares utilizadas por los poderes fácticos controlados por Maduro, que mostraban a un ejército leal y motivado en la defensa del régimen.

En situaciones de crisis, el empleo de la comunicación de manera precisa y estratégica no solo legitima y da sentido a la acción de un líder, sino que puede inclinar la balanza a favor de uno o de otro dependiendo de su agilidad, de su olfato y de su capacidad de adaptación. ▣



Ilustración: [Alberta@alberta.pv](mailto:Alberta@alberta.pv)



# ***Social media***

La comunicación política en  
el entorno *online*



SOCIAL MEDIA  
COMPOL



Foro  
Europa  
Ciudadana



## Cuenta de Twitter recomendada

[@EuropaCiudadana](#)

**E**ste mes de marzo recomendamos la cuenta de Twitter Foro Europa Ciudadana. Se trata de un *think tank* académico especializado en asuntos europeos que tiene como objetivo generar ideas y propuestas para los retos a los que se enfrenta la Unión Europea a través de la investigación y el debate entre diferentes posturas.



**DANIEL GARCÍA**  
[@danigarcia1986](#)



## El Tuit del mes

**E**l presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez es el protagonista del tuit del mes. El pasado 15 de febrero, tras el fracaso en la tramitación de los Presupuestos Generales del Estado el presidente español propuso la disolución de las Cámaras y la convocatoria de elecciones generales el próximo 28 de abril.



**Pedro Sánchez** [@sanchezcastejon](#) · 15 feb.

España debe seguir avanzando, progresando desde la tolerancia y el respeto. Sin crispación, redistribuyendo la riqueza, reconociendo nuevos derechos y libertades. Para ello, he propuesto la disolución de las Cámaras y la convocatoria de [#EleccionesGenerales](#) el 28 de abril.



1,7K 2,2K 5,1K



## El Álbum de Instagram



**E**l protagonista del perfil de Instagram de este mes de marzo es el presidente de la Asamblea de Venezuela y presidente interino del país desde el pasado 23 de enero. Cerca de 50 países ya han reconocido al líder venezolano como presidente encargado de la república. En la actualidad, Juan Guaidó ha publicado más 1.700 fotografías y tiene más de 3.700.000 seguidores. 📷





## El Meme

**E**n el pasado mes de febrero se conocía que Inés Arrimadas iba a ser la cabeza de lista de Ciudadanos por Barcelona en las próximas elecciones generales españolas del 28 de abril. Un día después del anuncio oficial la líder del partido liberal se plantó en frente de la casa de Carles Puigdemont en Waterloo (Bélgica) con una pancarta en la que se podía leer "¡La República no existe, Puigdemont!", como no podía ser de otra forma, los internautas aprovecharon la imagen para inundar der memes las diferentes redes sociales. 📱



## El Ranking

### Los candidatos españoles más seguidos en Twitter #28A

Candidato	Partido	Link	Nº seguidores
Pablo Iglesias	Podemos	<a href="#">@Pablo_Iglesias_</a>	2,26M
Albert Rivera	Ciudadanos	<a href="#">@Albert_Rivera</a>	1,1M
Pedro Sánchez	PSOE	<a href="#">@sanchezcastejon</a>	986 mil
Pablo Casado	PP	<a href="#">@pablocasado_</a>	215 mil
Santiago Abascal	VOX	<a href="#">@Santi_ABASCAL</a>	183 mil

Fecha de actualización: 25/02/2019



## Compoltube



La gobernadora de Nuevo México, Michelle Lujan Grisham (@Michelle4NM), es la protagonista del video recomendado de este mes de marzo. En el *spot*, lanzado el pasado 6 de febrero, la gobernadora explica algunos de sus objetivos de gobierno en materia de educación o economía y resalta su rechazo a la propuesta del muro fronterizo de Donald Trump de una forma muy particular...



Fuente: [Twitter](#)

## La foto



**ALEJANDRA  
ARTERO**

@alejandrartero8

**"Y** o me caí y me volví a levantar. Y esto tiene su valor personal, en lo que pueda ser ejemplarizante en un país en el que las segundas oportunidades están estigmatizadas". Así hablaba Pedro Sánchez en la presentación de su libro *Manual de Resistencia*, haciendo alusión al capítulo de su marcha del PSOE que terminó con la moción de censura que lo colocó al frente del Gobierno de España. Este libro le ha convertido en el primer presidente español que publica sus memorias estando aún al frente del ejecutivo.

Lo que más sorprende no es que Sánchez se haya aventurado a inaugurar esta lista, sino el momento que ha elegido para hacerlo. El acto de presentación del

libro tuvo lugar solo una semana después de que los presupuestos generales fuesen tumbados en el Congreso de los Diputados y de que el presidente anunciase el adelanto de las elecciones presidenciales.

El resto de partidos no han tardado en criticar al Presidente por su publicación. Miembros del Partido Popular la han definido como un ejemplo de la "soberbia y vanidad" de Sánchez, mientras que desde Ciudadanos cuestionan si la portada de un libro debe ser un primer plano de su autor.

Habrá que esperar al 28 de abril para saber si Pedro Sánchez "resiste" y para comprobar si, como él mismo afirma en su manual, en las situaciones difíciles "se crece". ✎



## Una caña con...

*Beers and politics* nos invitan a conocer a los socios de ACOP





UNA CAÑA CON...

# Una caña con...

## Itzár García y Toty Medina



BEERS & POLITICS

@beerspolitic  
Àlex Comes  
Xavier Peytibi

### Itzár García:

#### ¿A qué se dedica Itzár García?

**S**oy consultora de comunicación pública e institucional. Mi especialidad es la estrategia y dirección de campañas electorales. También trabajo como analista política en diferentes medios de comunicación.

#### ¿Cómo te formaste?

Estudí periodismo en la Universidad de Navarra e hice un máster de Comunicación Política y Empresarial. Aprendí y me formé, sobre todo, trabajando y con los colegas de profesión de B&P.

#### ¿Cómo llegaste a ser consultora?

Terminé la carrera y tuve la oportunidad de empezar a trabajar en el Senado como asesora de comunicación; ya durante los años de universidad estuve muy en contacto con instituciones y partidos para preparar el camino.

#### ¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener un buen consultor?

Creatividad, conocimiento de la opinión pública, visión estratégica, don de gentes, discreción e... intuición.

#### ¿Qué consejo le darías a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

Que se forme en el apartado relacionado con la publicidad, la creatividad y la estrategia.

#### ¿Un libro?

*El arte de la guerra*, de Sun Tzu.

#### ¿Una película o serie?

*House of Cards*.

#### ¿Un bar?

Ethna, en San Sebastián. Un remanso de paz para leer, desconectar...¡Sin wifi!

#### ¿Un hobby?

Leer el periódico sin mirar el reloj. Y subrayarlo.



#### ¿Una cerveza?

Pasopalabra...¿Sirve un Ribera del Duero?

#### ¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Madrid.

#### ¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

Los años previos a la Transición española.

#### ¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

José Antonio Aguirre (vasco).

#### ¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

ACOP.





### ¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Dirección de campañas electorales: estrategia, generación de contenidos, redacción de discursos y asesoría permanente. También asesoría permanente para el desarrollo de la marca personal del/a político/a.

### ¿Cómo pueden contactar contigo?

En [ltziar@itziargarcia.com](mailto:ltziar@itziargarcia.com) o el 648 651 755.

### ¿Qué es ACOP para ti?

Un proyecto que trabaja por poner en valor y profesionalizar la comunicación pública combinando la academia con la práctica.

### *Toty Medina:*

### ¿A qué se dedica Luis "Toty" Medina?

**S**oy consultor con más 20 años de experiencia en comunicación y marketing político. Fui designado en 2017 por la revista Washington COMPOL en la Lista de los "100 Consultores Políticos más influyentes del mundo", y soy articulista de opinión política.

### ¿Cómo te formaste?

Desde el año 2003 me he dedicado a estudios formales y académicos en las áreas de estrategia electoral y diseño de campañas políticas. Primero con el International Republican Institute, (IRI) organismo de formación adscrito al Partido Republicano de los Estados Unidos. ▶



Si quieres tomarte  
"la última", puedes  
hacerlo aquí



Luego en el Centro Interamericano de Gerencia Política en USA. De igual modo he cursado estudios especializados en la George Washington University y la Virginia International University.

### ¿Cómo llegaste a ser consultor?

Desde muy temprano tuve interés por la política. Mi abuelo fue fundador del movimiento sindical venezolano y estuvo detenido bajo las dos dictaduras del siglo pasado (la de Juan V. Gómez y la de Pérez Jiménez). Con apenas trece años incurSIONÉ en campañas electorales en mi liceo y obtuve la representación en el Centro de Estudiantes. Luego también en la universidad y después milité en organizaciones partidistas hasta que descubrí que mi verdadera vocación y habilidad estaba en las estrategias electorales y el diseño de campañas para ganar. Comencé como *speechwriter* para luego incursionar directamente en el área de estrategia.

### ¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener un buen consultor?

La palabra clave es adaptabilidad. Trabajamos en entornos muy cambiantes cuyo dinamismo de vértigo puede hacer perder el foco. Ninguna campaña es igual a otra, así sea en el mismo lugar, con los mismos partidos, hasta los mismos candidatos y por el mismo cargo. La versatilidad y adaptación son muy necesarias.

### ¿Qué consejo les darías a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

Esto se aprende haciendo. La formación académica es importante, pero solo hay una forma de ser

bueno en esto: trabajando en una campaña tras otra.

### ¿Un libro?

Hay mucha y muy buena literatura del tema, pero si tuviera que escoger uno sería el de Joseph Napolitan *100 cosas que he aprendido en 30 años como asesor*.

### ¿Una película o serie?

Creo que *All the way* es la mirada más inteligente y escrutadora que he visto recientemente sobre la política.

### ¿Un bar?

El Juan Sebastián Bar en Caracas sigue siendo el decano.

### ¿Un hobby?

Nada sustituye la adrenalina de una noche electoral.

### ¿Una cerveza?

La Solera Verde de Polar.

### ¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Philadelphia, esconde aún secretos...

### ¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

Estar en alguno de los equipos negociadores en Teherán en 1943, cuando Churchill, Stalin y Roosevelt se vieron por primera vez.

### ¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Me habría gustado tomarme una cerveza en un irish pub de Dublín con Michael Collins.



### ¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

Soy el fundador y primer presidente de la Asociación Venezolana de Consultores Políticos (AVENCO-POL). Soy miembro de la American Association of Political Consultant (AAPC). Y socio de ACOP. En 2015 fui designado como jurado miembro de la Washington Academy of Political Arts & Sciences (WAPAS).

### ¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Sé determinar el mensaje emocional para la audiencia clave y el público objetivo donde se encuentra el voto meta para ganar.

### ¿Cómo pueden contactar contigo?

Móvil: (0412)6062208  
Correo: luistotymedina@gmail.com  
TT: @luistotym  
IG: Luis Toty Medina  
FCB: Luis Toty Medina Gil

### ¿Qué es para ti ACOP?

ACOP es mi cita obligada con la comunicación política, un cable a tierra...✂



# Noticias ACOP

La actualidad de  
nuestra asociación





NOTICIAS ACOP

# ACOP en la XIV Cumbre Mundial de Comunicación Política en Madrid



**M**aría José Canel, vicepresidenta de la [Asociación de Comunicación Política \(ACOP\)](#), fue una de las ponentes magistrales en la jornada de apertura de [La XIV Cumbre Mundial de Comunicación Política](#) que tuvo lugar en Madrid, celebrándose por primera vez en su historia en Europa.

En su conferencia ***“¿Y si la culpable de la desconfianza ciudadana fuera la comunicación política?”***, analizó el papel de la comunicación en la sospecha y desconfianza que los públicos tienen a día de hoy respecto a la política.

En este análisis, señaló la posverdad como una realidad y un verdadero problema. Lo grave del fenómeno no es que la red permita distribuir *fake news* o *fake data*, sino que con estos datos se pueden construir “historias bonitas” que anestesian la capacidad de la audiencia

para identificar que no son ciertas, incapacitándola así para tomar decisiones objetivas.

Canel mantiene que, si la comunicación ha jugado un papel en la destrucción de la confianza en la política, lo tendrá también en el proceso de recuperación de la misma. Para ello, según la experta, es necesario “poner el ojo más allá del partido”, es decir, fijarse en las instituciones, el estado o los públicos. Además, cree en “abordar el reto de la escucha” como medida principal para hacer política que aporte valor.

## SOCIOS DE ACOP

Otros muchos socios de ACOP participaron en la XIV Cumbre Mundial de Madrid, que fue todo un éxito. Entre ellos, Jorge Santiago, Lorena Arráiz, Yago de Marta, Miguel Molina, Miljana Micovic y muchos más! ¡Enhorabuena a todos! 🇪🇸



# Daniel Eskibel aborda la psicología de los votantes en un encuentro organizado por ACOP Andalucía



**JUAN CARLOS  
CALDERÓN**  
@Caldecom

**E**l consultor político Daniel Eskibel analizó el pasado 26 de febrero, en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, la psicología de los votantes, en una actividad organizada por la Asociación de Comunicación Política (ACOP), a través de su delegación en Andalucía, y el Área de Ciencia Política y de la Administración del Departamento de Derecho Público de la institución educativa.

Eskibel, en una cita presentada por el responsable del área, José Francisco Jiménez, y el coordinador de ACOP Andalucía, Juan Carlos Calderón, y que congregó a una treintena de asistentes, expuso que existen hasta cinco tipos de votantes en función de la personalidad: Amable, Responsable, Extrovertido, Nervioso y Abierto.

El también psicólogo abordó los rasgos principales de estos votantes atendiendo a sus personalidades y finalizó la actividad con un interesante coloquio con los asistentes en el que repasó cuestiones de actualidad.

Se trata de la quinta actividad que organiza ACOP en Andalucía desde la constitución de la delegación en 2014, a la que se sumará la jornada 'Destino Municipales 2019: Las claves desde la comunicación política', que se celebrará en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada, el próximo 19 de marzo, con la participación del presidente de ACOP, Daniel Ureña, la profesora Giselle G. Hípola, y el periodista Antonio Sánchez. [x](#)



# Jornada "Soy doctor, ¿ahora qué?"



**ALEJANDRA ARTERO**  
@Alejandrartero8

La Asociación de Comunicación Política (ACOP) celebró el encuentro "Soy doctor. ¿Y ahora qué?", una mesa redonda en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Carlos III en Getafe en la que ponentes del ámbito empresarial hablaron sobre la empleabilidad de este tipo de perfiles en la empresa privada.

El evento contó con profesionales de empresas importantes en el ámbito de la consultoría: Esther Hidalgo, Consultora Senior del Departamento de Talento de Llorente & Cuenca; Javier Dorado, responsable de *Public Affairs* en Weber Shandwick; José Pablo Ferrándiz, investigador principal de Metroscopia y Fernando Díez O'Dogherty, jefe de proyectos de The Cocktail Analysis. La conversación fue conducida por Francisco Seoane, Coordinador Académico de ACOP.

Para comenzar, los expertos opinaron sobre qué se busca a día de hoy en un empleado del ámbito privado. Hidalgo, de Llorente & Cuenca, comentó que las habilidades personales del candidato, sumadas a sus experiencias vitales, son clave a la hora de evaluar un perfil. A esto, Javier O'Dogherty añadió que dichas experiencias son imprescindibles para adquirir las conocidas como *soft skills*, necesarias para el desarrollo profesional en cualquier disciplina.

Todos los ponentes coincidieron en que, cada vez más, se busca formar equipos complementarios con integrantes de áreas muy diversas, ya que estos son los que mejores resultados proporcionan. Ferrándiz, fundador de Metroscopia, apuntó que los perfiles de Ciencias Sociales están muy demandados en la actualidad por su capacidad de análisis y correlación de datos. [✎](#)



# Pablo Barberá: “Las redes sociales no son cámaras de eco”



IRENE ASIAÍN  
@irene\_asiain

**E**l pasado 7 de marzo, la Universidad Carlos III de Madrid contó con la presencia de Pablo Barberá, un reconocido investigador en comunicación política, para hablar de las transformaciones en la recepción de la información y cómo las redes sociales juegan un papel importante en la predicción del comportamiento político. Ahora, con estas plataformas, se pueden utilizar los datos que generan los propios usuarios como una nueva fuente para conocer su ideología. De esta forma, Barberá se centra en dos fenómenos derivados de estas transformaciones: la polarización política y la acción colectiva.

Es cierto que las redes pueden tener un efecto polarizador, pero es sólo para una minoría. También los algoritmos pueden tener efectos asimétricos diferentes en función de posición ideológica, género, edad, y también podrían estar incrementando la desigualdad en la información política. Sin embargo, la idea de las redes sociales como estructuras segregadas, no se sostiene empíricamente. Teniendo en cuenta esto, no es cierta la idea de que las redes sociales son cámaras de eco, ya que las interacciones entre diferentes puntos de vista en estas plataformas son mucho más comunes de lo que se pueda pensar.

En sus investigaciones, Barberá ha utilizado un método que permite conocer la ideología de los usuarios de Twitter y que cuenta con un 83% de precisión. “La idea es dime a quién sigues y en función de eso, voy a conocer cuál es tu



Fuente: [Twitter](#)

ideología”. Esto permite determinar hasta qué punto estamos en redes homogéneas o si vemos de vez en cuando ideas que vienen de otro espectro ideológico.

Por otro lado, las redes sociales han tenido un papel muy importante en la movilización política, pero ¿hasta qué punto contribuyen al éxito de una movilización? Barberá distingue dos tipos de activistas: los del núcleo, comprometidos e involucrados, y los de la periferia, aquellos menos motivados que, aunque no acuden a las manifestaciones, muestran su apoyo y dan visibilidad. Este investigador atribuye un papel esencial a los activistas de la periferia y considera que son fundamentales para entender el éxito de las protestas. ✎



# Mesa redonda de análisis electoral en Granada

**E**l Aula Magna de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada (UGR) acogerá el próximo 19 de marzo, a partir de las 12.30 horas, la mesa redonda 'Destino Municipales 2019: Claves desde la comunicación política', en la que intervendrán el presidente de la Asociación de Comunicación Política (ACOP), Daniel Ureña, la profesora de la UGR Giselle García Hípola y el periodista del Ideal de Granada Antonio Sánchez.

Los comicios locales que tendrán lugar el próximo mayo serán el eje sobre el que girará este encuentro, en clave de análisis de comunicación política. Esta es una cita imprescindible para quienes quieran conocer las últimas novedades en torno a este campo. Queda abierta a estudiantes, expertos y profesionales, así como al público general, dentro del programa de actos organizados con motivo del Día de la Festividad de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

Inscripción libre en [acopandalucia@compolitica.com](mailto:acopandalucia@compolitica.com) ✉

**acop** asociación  
comunicación  
política

## XII Asamblea General ACOP

Reserva la fecha, el próximo 31 de mayo, en plena resaca electoral, tendremos la XII asamblea general de socios de ACOP. Una cita importante de nuestra asociación en la que contamos con tu participación.

*#SaveTheDate*  
**31 mayo 2018**  
**Madrid**



# La Comunicación de la Administración Pública: manual de instrucciones



María José Canel presenta su último libro rodeada de figuras de la política española.

**E**n su última obra, *La Comunicación de la Administración Pública*, editado por el Fondo de Cultura Económica, la vicepresidenta de ACOP repasa los retos de la administración como elemento generador de confianza en los ciudadanos para un mejor desarrollo democrático. El trabajo hace un recorrido sobre la situación actual de la comunicación en el ámbito público mostrando temas con especial repercusión como la falta de confianza, las redes o los riesgos de la politización de la administración.

La presentación, en la fundación Rafael del Pino, contó con la presencia de notables de la política española como Pilar del Castillo, Josep Piqué y Alfredo Pérez Rubalcaba, quienes repasaron algunas de las partes del libro y coincidieron en la importancia de la comunicación como herramienta indispensable para el desarrollo y la confianza en las democracias occidentales. La perspectiva de la Administración Pública la aportó José Antonio

Benedicto, Secretario de Estado y buen conocedor de los entresijos de la profesión.

Piqué y Rubalcaba, ambos portavoces del gobierno de España con diferente símbolo coincidieron en la necesidad de ocupar el espacio comunicativo del estado para hacer frente a la desconfianza y retos como la pos verdad y las *fake news*. Por su parte, Pilar del Castillo, exministra y presidenta del CIS desde 1996 a 2000 hizo hincapié en la necesidad de percibir la comunicación como un elemento estratégico y central dentro de los equipos y alabó el trabajo de funcionarios y técnicos que hacen posible el día a día de la administración.

Canel hizo hincapié en la importancia de gobernar con la sociedad, como bien recoge el subtítulo de la obra presentada. "Es indispensable la labor de escucha a la sociedad para saber cómo contestar de manera correcta a sus inquietudes", aseguró la profesora de la Universidad Complutense. ✎



# *La Revista de ACOP, nominada a los Napolitan Victory Awards*



**L**a *Revista de ACOP*, publicación mensual de la Asociación de Comunicación Política, es una de las nominadas a la categoría 'Publicación Política del Año' en la VII edición de los Napolitan Victory Awards.

Estos galardones reconocen, año tras año, a los mejores profesionales, proyectos o publicaciones del curso pertenecientes a la disciplina de la Comunicación Política.

En 2014 y 2015, la primera etapa de la publicación mensual de ACOP, El Molinillo, fue homenajeada con este mismo premio.

Bajo la dirección de Eduardo G. Vega y Gabriela Ortega, *La Revista de ACOP* pretende ilustrar la actualidad en la disciplina de la comunicación política, contando con la participación de distintos expertos del área para los contenidos de secciones como A fondo o Tendencias que se suman mes a mes al trabajo de los redactores habituales en las secciones fijas La Foto, Calendario Electoral, Reseñas, Lapidarium, Social Media, El Error, Noticias y Tabla de Valoración.

Además, la publicación cuenta con La Entrevista y Una caña con, dos espacios reservados a conocer en mayor profundidad la faceta profesional y personal de profesionales de la Comunicación Política.

*La Revista de ACOP*, alcanza su número 36 este mes de marzo.

La gala de entrega de premios tendrá lugar los días 5 y 6 de abril en la sede de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en Washington DC. 🇺🇸



# Tabla valoración

Índice de popularidad de los  
protagonistas políticos



# Tabla de valoración

## Marzo 2019

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
 López Obrador - <b>México</b>	67 %	Consulta Mitofsky	Febrero 2019	▲ +4
 Putin - <b>Rusia</b>	64 %	Levada	Febrero 2019	▼ -2
 Vizcarra - <b>Perú</b>	58 %	Ipsos	Febrero 2019	▼ -5
 Bolsonaro - <b>Brasil</b>	58 %	CNT/MDA	Febrero 2019	
 Merkel - <b>Alemania</b>	51 %	Infratest Dimap	Febrero 2019	▼ -5
 Carrie Lam - <b>Hong Kong</b>	50 %	Universidad de Hong Kong	Febrero 2019	▼ -1
 Costa - <b>Portugal</b>	50 %	Eurosondagem	Enero 2019	( )
 Conte - <b>Italia</b>	49 %	Istituto IXE	Octubre 2018	( )
 Medina - <b>R. Dominicana</b>	48 %	Gallup	Octubre 2018	( )
 Trump - <b>EE. UU.</b>	44 %	Gallup	Febrero 2019	▲ +7
 Morrison - <b>Australia</b>	43 %	Essecial Report	Enero 2019	( )
 Duque - <b>Colombia</b>	42 %	INVAMER	Febrero 2019	▲ +15
 Moreno - <b>Ecuador</b>	41 %	Cedatos	Noviembre 2018	( )
 Piñera - <b>Chile</b>	38 %	ADIMARK	Diciembre 2018	( )
 Sánchez - <b>España</b>	37 %	Metroscopia	Febrero 2019	▼ -1
 Trudeau - <b>Canadá</b>	35 %	Angus Reid Institutes	Diciembre 2018	( )
 Varadkar - <b>Irlanda</b>	34 %	Behaviour & Attitudes / The Sunday Times	Enero 2019	▼ -7
 Macri - <b>Argentina</b>	34 %	Poliarquía	Enero 2019	▼ -5
 Morales - <b>Bolivia</b>	31 %	Ipsos	Noviembre 2018	( )
 May - <b>Reino Unido</b>	31 %	Opinium	Febrero 2019	▲ +2
 Macron - <b>Francia</b>	28 %	Ifop-Fiducial	Febrero 2019	▲ +1
 Tabaré Vázquez - <b>Uruguay</b>	24 %	Equipos Mori	Diciembre 2018	▼ -3

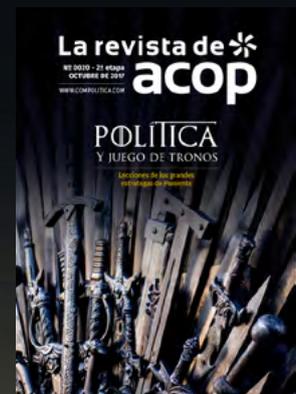
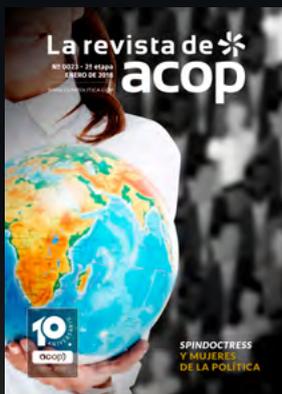
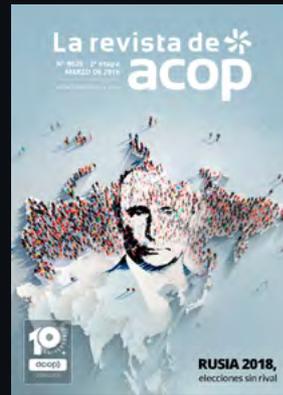
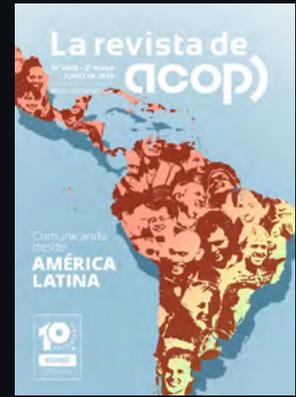
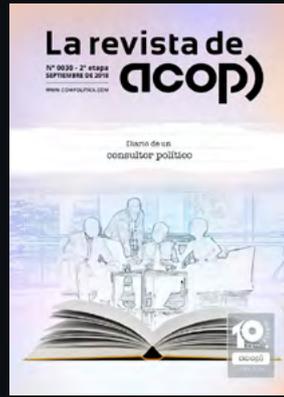
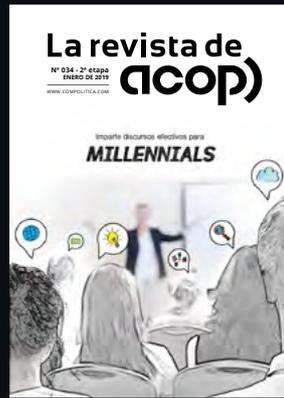
\* Sin mediciones.  
( ) no se dispone de nuevas mediciones.



### 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](http://www.compolitica.com)

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



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



/user/compolitica

La revista de  
**acop**