

La revista de COP)

N° 041 - 2ª etapa
SEPTIEMBRE DE 2019

WWW.COMPOLITICA.COM

Tecnología *blockchain*

Un nuevo modelo
de acción de gobierno



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

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

DIRECTOR

Eduardo G. Vega, [@eduardoglezvega](https://twitter.com/eduardoglezvega)

SUBDIRECTORA

Gabriela Ortega Jarrín, [@gabrielaortegaj](https://twitter.com/gabrielaortegaj)

COMITÉ EDITORIAL

David Redoli, [@dredoli](https://twitter.com/dredoli)

Joan Navarro, [@joannavarro](https://twitter.com/joannavarro)

Jordi Rodríguez Virgili, [@jrVirgili](https://twitter.com/jrVirgili)

Joaquín Marqués, [@Quim_Marques](https://twitter.com/Quim_Marques)

Pedro Marfil, [@jpedromarfil](https://twitter.com/jpedromarfil)

Daniel García, [@danigarcia1986](https://twitter.com/danigarcia1986)

Eduardo Castillo, [@NassinCastillo](https://twitter.com/NassinCastillo)

Paola Cannata, [@PaolaCannata](https://twitter.com/PaolaCannata)

José Luis Izaguirre, [@jl_izaguirre92](https://twitter.com/jl_izaguirre92)

Vicente Rodrigo, [@VRodrigo](https://twitter.com_VRodrigo)

Juan Luis Fernández, [@juanlu_fl](https://twitter.com/juanlu_fl)

Pablo Martín Díez

REDACCIÓN

Alejandra Artero, [@alejandrartero8](https://twitter.com/alejandrartero8)

Irene Asiaín, [@irene_asiain](https://twitter.com/irene_asiain)

Alberta Pérez, [@alberta_pv](https://twitter.com/alberta_pv)

REVISIÓN Y CORRECCIÓN

Cristina Ramos, [@CrisRamDug](https://twitter.com/CrisRamDug)

DISEÑO

Estudio VicenteRojo, www.vicenterojo.net

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

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

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

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

Stanley Greenberg, doctor en Harvard.

Marta Lagos, directora fundadora de la Corporación Latinobarómetro.

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

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

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

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

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

La revista de ACOP, Segunda Etapa
ISSN 2445-3951



La huella digital en redes sociales.
Analítica de los presidentes
de Colombia y México

12



Interview to
Peter Levine

20



Desprivatizar los
partidos, mejorar la
democracia

26

04
A FONDO
Tecnología
blockchain. Un
nuevo modelo de
acción de gobierno
Miguel A. de Lucas

12
A FONDO
La huella digital
en redes sociales.
Analítica de los
presidentes de
Colombia y México
*Juan Carlos Morales y
Héctor Galarza*

20
INTERVIEW TO
Peter Levine
José Luis Izaguirre

26
TENDENCIAS
Desprivatizar los
partidos, mejorar la
democracia
Mario Ríos

30
TENDENCIAS
Italia: Gobernar con
crisis permanente
Aldo de Santis

32
TENDENCIAS
La televisión del
PLD japonés
Xavier Peytibi

35
**EL CAJÓN DEL
CONSULTOR**
Errores de
comunicación
política
Pablo Martín Díez

36
**EL CAJÓN DEL
CONSULTOR**
Calendario
Electoral
Paola Cannata

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

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

44
**SOCIAL MEDIA
COMPOL**
Daniel García

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

54
UNA CAÑA CON...
Óscar Santamaría y
Paloma Piqueiras
Beers & Politics

58
NOTICIAS ACOP
*- La delegación de ACOP
Andalucía se renueva*
*- Descuento para socios de
ACOP en los cursos de la
UNIR*
*- Descuento para socios
en el Congreso "La
Comunicación hoy"
organizado por Atravia*

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



A fondo

Artículos de investigación en
comunicación política





A FONDO

Tecnología *blockchain*. Un nuevo modelo de acción de gobierno



MIGUEL A. DE LUCAS

@miguellucasp

Asesor Jurídico de la
Fundación General
de la Universidad de
Salamanca. Politólogo.

En los últimos tiempos se ha colado en nuestras vidas el término *blockchain*, una nueva herramienta de interacción muy versátil, en permanente transformación y crecimiento, que pretende agilizar y optimizar nuestro día a día aportando grandes beneficios en diferentes ámbitos.

Conocida ya como uno de los elementos fundamentales llamados a protagonizar la cuarta revolución industrial, nos podemos referir a la tecnología *blockchain* o cadena de bloques, como una estructura de datos cuyos registros se almacenan en una red de nodos distribuidos que actúa sin necesidad de la intervención de terceros gracias al uso de algoritmos criptográficos. Una vez que los registros se incorporan a dicha estructura esto no pueden ser modificados ni eliminados, aportando, por tanto, seguridad al sistema.

Dada su utilidad y eficacia, se trata de una innovación tecnológica que ha introducido una enorme revolución con un importante impacto transformativo no solo en el ámbito económico sino también en otros muchos ámbitos, con un considerable efecto en otros sectores tecnológicos vinculados con la transformación digital.

Nacido a la sombra del *bitcoin* como instrumento para codificar la información relacionada con la moneda virtual, muy pronto se pusieron de manifiesto un gran número de aplicaciones en otros ámbitos distintos al de las operaciones financieras como pueden ser la gestión de seguros, las telecomunicaciones, la salud, el internet de las cosas, los registros públicos y privados, la justicia, la gestión pública y como no, el funcionamiento del Gobierno Abierto.

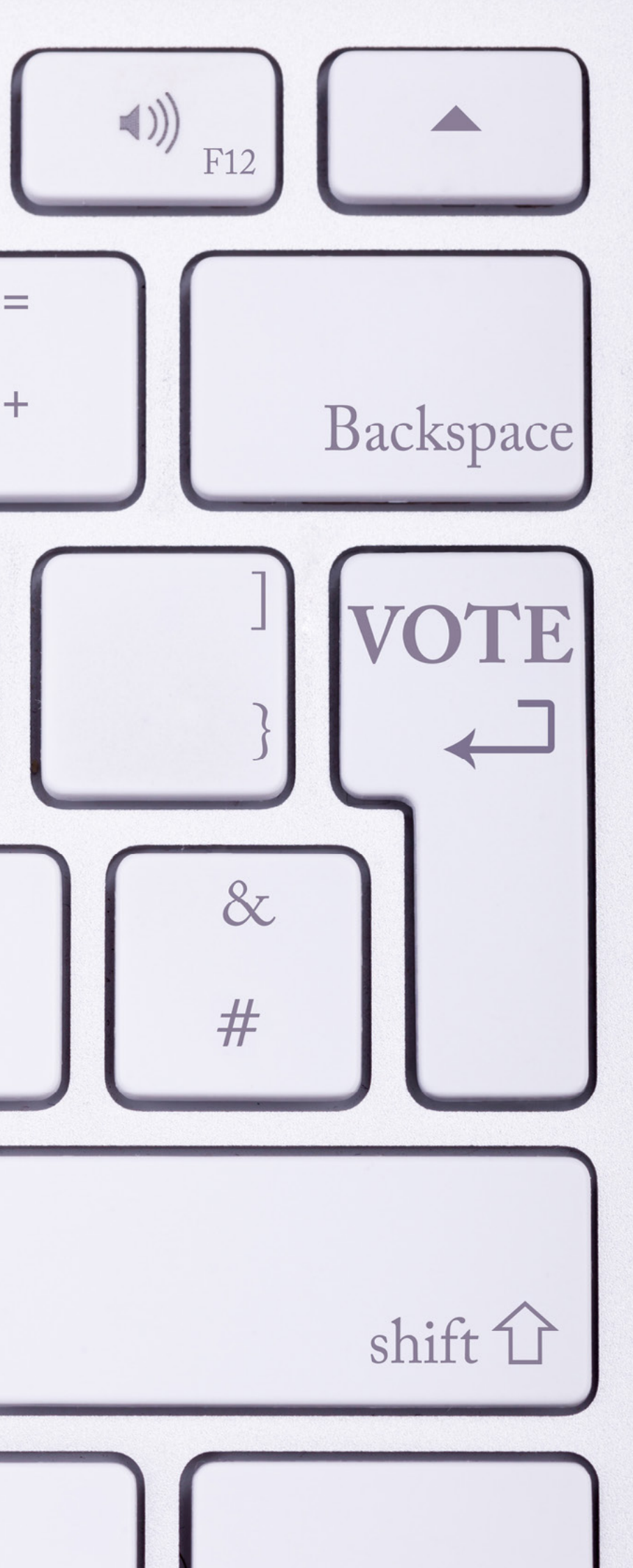
“ Esta tecnología en el desarrollo de la gestión pública logra un nuevo modelo de administración mucho más transparente, efectivo y participativo

Atendiendo a las propias características que presenta la tecnología *blockchain* y a la gran diversidad de aplicaciones que esta puede ofrecer, no resulta extraño el gran impacto que tendrá también en el sector público, en un futuro inmediato. En concreto, entre las principales aportaciones que podría hacer el uso de esta tecnología al desarrollo de la gestión pública se encuentra el lograr un nuevo modelo de administración mucho más transparente, efectivo y participativo que permita integrar e implicar al ciudadano en los procedimientos de toma de decisiones y de prestación de los servicios públicos.

FUNCIONAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN

La utilización de las aplicaciones *blockchain* permite lograr la agilización y automatización de las operaciones que, hasta este momento, requerían la intervención humana, proporcionando nuevos modelos de actuación que generan mejoras en los procesos internos de diferentes sectores que requieren una red de confianza.

Simplificando su funcionamiento, dentro de esta cadena de bloques podemos identificar tres componentes fundamentales: las operaciones que se llevan a cabo, ▶



el registro de dichas operaciones y un sistema encargado de su verificación y almacenamiento en bloques. Cada uno de estos bloques se genera a través de un *software* que registra de manera cronológica la información relacionada con el cuándo y en qué secuencia se han realizado las operaciones.

De acuerdo con su naturaleza, son muchos los sectores en los que se pueden dar los indicadores descritos y, por tanto, en los que se puede aplicar la tecnología *blockchain* y este es, sin duda, uno de los principales desafíos a los que se enfrentan los legisladores nacionales a la hora de proceder a su regulación.



En los procesos electorales *blockchain* ofrece las suficientes garantías de seguridad, inmutabilidad y transparencia

Por ello, además de las cuestiones relacionadas con las *criptomonedas* y los *smart contracts*, la aplicación de esta nueva tecnología ofrece un gran potencial para transformar la Administración Pública permitiendo una gestión más eficaz y exitosa capaz de dotarla de nuevas funcionalidades mediante la activación de sistemas que ofrezcan mayores niveles de seguridad, automatización, colaboración, participación, trazabilidad y transparencia.

LA TECNOLOGÍA *BLOCKCHAIN* Y EL GOBIERNO ABIERTO

Atendiendo a las propias características de la tecnología *blockchain* y a la gran diversidad de aplicaciones que puede ofrecer, no resulta extraño que el uso de esta herramienta tenga sus efectos positivos para su utilización en la implantación de un nuevo modelo abierto de gestión pública.





▼ Especial relevancia adquieren las aportaciones de mejora que esta tecnología puede suponer en el diseño e implementación de un programa de Gobierno Abierto. Entendido este como un conjunto de actuaciones puestas en marcha por la Administración tendientes a potenciar la colaboración de los ciudadanos en una mejor prestación de los servicios públicos, con un modelo de gestión que apuesta por la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión de los asuntos públicos.

“ En Estonia los sistemas de información digital público y privado están conectados y funcionan en armonía

Esta nueva realidad requiere un análisis sistemático y actualizado de las principales cuestiones que se dan en el contexto de esta tecnología que está llamada a convertirse en un elemento central para aplicar un nuevo modelo de gobernanza.

El *blockchain* como tal no puede ser regulada ya que solo se pueden regular aquellas actividades que se sirven de ella. Asimismo, la falta de consolidación de las iniciativas basadas en ella hace que todavía no contemos con una regulación específica de las actividades que se fundamentan en esta herramienta en los distintos ámbitos de aplicación.

En todo caso, a la hora de lograr una adecuada aplicación del *blockchain* en el ámbito de un proyecto de Gobierno Abierto se requerirá un sistema que permita construir



un modelo de gestión pública que garantice los siguientes aspectos:

Transparencia: el principio de transparencia es uno de los pilares estratégicos en torno al cual se configura un modelo de Gobierno Abierto. La transparencia está directamente relacionada con el deber de los poderes públicos de poner a disposición de los ciudadanos la información y los datos relacionados con su gestión.

En este sentido, hay que destacar el interés de los legisladores nacionales por incrementar los niveles de transparencia en la actividad pública, incorporando a su marco jurídico nacional una legislación adecuada en materia de transparencia y buen gobierno como ejes fundamentales de toda acción po-

lítica para mejorar la reputación y credibilidad de la Administración.

La tecnología *blockchain* permite brindar a todas las operaciones un adecuado sistema de registro que facilita su consulta y su seguimiento a través de la red, favoreciendo un cambio en el ejercicio de la práctica institucional que promueva la aplicación de un sistema efectivo de controles y equilibrios fundamentados en la mayor información facilitada por la Administración Pública. A través de dichos registros, se creará una identidad digital propia de cada elemento u operación que permitirá conocer su historia y realizar su seguimiento en función de los niveles de transparencia que se establezcan y los permisos que se otorguen.





Participación: la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos debe ir más allá del ejercicio del derecho al voto cada cuatro años, configurándose un sistema de democracia donde se establezcan espacios participativos y colaborativos. A través de un sistema de acceso sencillo y libre a la información de gobierno se podrá impulsar la participación de los ciudadanos como elemento clave de este modelo de gobernanza basado en la democratización de la información.

El uso del *blockchain* permitirá aportar modelos innovadores de intercambio de información pública a través de mecanismos que hagan que esta esté disponible en formatos abiertos y accesibles con el fin de incrementar la participación ciudadana.

Precisamente uno de los ámbitos en los que puede desarrollar su efectividad el *blockchain* es en el ámbito de los procesos electorales mediante el diseño de una metodología electoral automatizada que ofrezca las suficientes garantías de seguridad, inmutabilidad y transparencia que permita a los electores emitir su voto reduciendo costes e incrementando las garantías de fiabilidad.

A diferencia de lo que ocurre con los procesos electorales con votación electrónica que presentan grandes riesgos de vulnerabilidad que afectan a los derechos de seguridad, de privacidad, o de protección de datos, con este procedimiento innovador basado en *blockchain*, el sufragio de los ciudadanos no se encontrará incorporado en un archivo concreto susceptible de ser intervenido y manipulado, sino que el voto se encontrará replica-

do en una multitud de nodos que se encargarán de su verificación y validación proporcionando amplias garantías de seguridad y transparencia.

Trazabilidad: directamente relacionado con el principio de transparencia y rendición de cuentas en la Administración, el *blockchain* permitirá garantizar que la información facilitada no ha sido modificada, que no se ha eliminado ningún documento y que las distintas fases de un procedimiento se han desarrollado correctamente, facilitando, a través de este encadenamiento, mayor control y transparencia en los procesos de gestión.

Seguridad: este nuevo modelo de gestión burocrática ofrece mayores garantías de seguridad ya que asegura que la información incorporada a los registros no haya sido alterada, otorgando integridad a los datos y confianza a las partes al estar distribuida en multitud de nodos. Este sistema con todas las garantías de seguridad se fundamenta en el uso de algoritmos criptográficos y en la descentralización que ofrece el uso del *blockchain*.

APLICACIONES PRÁCTICAS DEL *BLOCKCHAIN* EN EL SECTOR PÚBLICO

Resulta evidente que cada vez son más los avances que se dan en torno a la aplicación de la tecnología *blockchain* y más las nuevas oportunidades que genera en el ámbito del sector público.

El diseño de una estrategia digital fundamentada en *blockchain* que permita adoptar de manera sostenible en el tiempo la gestión pública resulta fundamental para lograr un programa de transformación

que facilite la identificación de los retos inmediatos en este sector y lograr una mayor eficacia, eficiencia y agilidad de las instituciones. Todo ello, con el fin de poder crear las estructuras y funciones necesarias para dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos en una nueva fase de la gestión pública después de la implantación de la administración electrónica.



***Blockchain* permite agilizar y automatizar determinadas operaciones que requerían la intervención humana**

En la actualidad, existen a nivel mundial diferentes proyectos desarrollados por distintas administraciones públicas para poner en marcha el uso *blockchain* en la gestión pública.

Entre los países pioneros en la puesta en práctica de la tecnología *blockchain* destaca, por encima de todos, Estonia que tal y como resalta en su [página web](#) institucional, desde 2008 su administración está poniendo en práctica un programa de servicios públicos digitalizados a través de un ecosistema eficiente, seguro y transparente a los que acceden los ciudadanos que disponen de identidades digitales seguras y que la convierte en la sociedad digital más avanzada del mundo.

El e-Estonia es un proyecto de acción de gobierno que pretende acercar y facilitar la relación entre el ciudadano y el Estado a través de una ▶



▼ administración pública totalmente digitalizada que carece de registros en papel y que simplifica a través de su portal gubernamental, la gestión pública mejorando claramente la calidad de los servicios públicos.

Nacimientos, historiales médicos, pago de impuestos, registro de empresa, el voto en las elecciones, renovación de cédulas de identidad o permisos de conducir, todo ello se gestiona a través de un proceso digital en el que los ciudadanos son los únicos propietarios de sus datos, todas las operaciones dejan un rastro digital y en el que todo acceso indebido lleva aparejado su correspondiente responsabilidad.

“ La nueva generación de gobernantes deberá estar preparada para aprovechar el potencial que ofrece esta tecnología

Para ello, utiliza el protocolo *X-Road*. Este protocolo permite que los distintos sistemas de información digital tanto del sector público como del privado de la nación estén conectados y funcionen en armonía. Puede operar en múltiples sistemas de información, transmitir gran cantidad de datos de diversa naturaleza y realizar búsquedas en varios sistemas de información de manera simultánea, lo que, en definitiva, garantiza la independencia de la plataforma y de su estructura, gran disponibilidad de servicios a través de protocolos con estándares internacionales y, sobre todo, seguridad en las operaciones.

En definitiva, la apuesta de Estonia por la sociedad digital, que le ha llevado a ▶



▼ considerar la conexión a internet como un “derecho humano básico”, le otorga en la actualidad los más altos niveles de sociedad digital y de gobierno abierto. Un país que en el momento de su independencia de la URSS en 1991 no disponía ni de un registro de sus ciudadanos se ha convertido en poco tiempo en un estado con un sistema digital seguro y eficiente que permite realizar a través de la red, salvo, como reza su página web, matrimonios, divorcios y determinadas transacciones inmobiliarias, todo tipo de servicios para el ciudadano.

Tras el ciberataque sufrido en 2007 la seguridad se convirtió en uno de los asuntos de máxima prioridad para el gobierno estonio lo que le ha llevado a establecer para garantizar su seguridad y proteger los servicios de su gobierno electrónico, la primera embajada digital destinada a albergar una copia de seguridad de sus datos más relevantes y que se encuentra en Luxemburgo. Ampliando el concepto tradicional de las embajadas físicas y, por tanto, como territorio nacional del país que dispone de la misma protección e inmunidad que aquellas, en ella se almacenarán los datos más relevantes y críticos de la administración estonia que garantice su seguridad en caso de un ataque bélico, un ciberataque, un desastre natural o cualquier otra situación de crisis.

CONCLUSIONES

La transformación digital a la que estamos asistiendo no solo de la mano de la tecnología *blockchain* sino también de la inteligencia artificial, el internet de las cosas, el *big data* o las *smart cities* ha generado

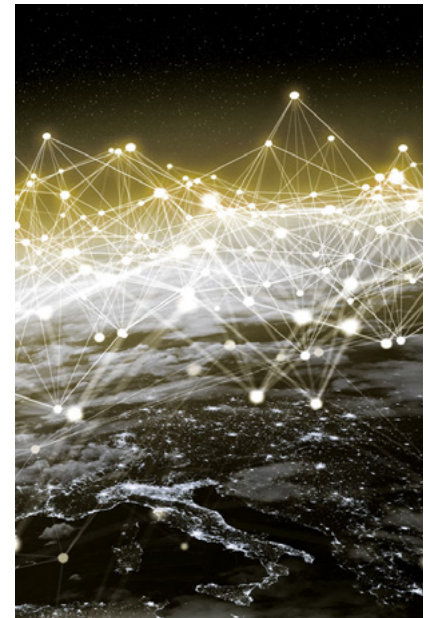
un gran interés en cuanto a la utilización que puede hacerse de esta tecnología en distintos sectores.

La utilización de las aplicaciones *blockchain* permite lograr la agilitación y automatización de determinadas operaciones que, hasta este momento, requerían la intervención humana, proporcionando nuevos modelos de actuación que permitan generar mejoras en los procesos internos de diferentes sectores.

En el ámbito de la gestión de gobierno, aunque en los últimos años se han obtenido relevantes avances con la aplicación de las nuevas tecnologías, todavía no se ha conseguido implantar un sistema que ofrezca total seguridad, integridad y transparencia en el desarrollo de la labor de gobernanza y de prestación de servicios públicos.

Los avances experimentados en la utilización de la tecnología *blockchain* la convierten en la herramienta ideal para fortalecer la eficiencia de los procesos operativos en la gestión pública, aumentando las oportunidades para el desarrollo de la acción de gobierno de manera verificada y segura. Se trata de un sistema que permitirá desarrollar la acción de gobierno a partir del uso de bases de datos de naturaleza colaborativa y fiable, que faciliten la realización de interacciones seguras entre la administración y el ciudadano sin la participación de intermediarios.

Con toda seguridad que, en los próximos años, asistiremos a la aparición de toda clase de aplicaciones relacionadas con el uso de esta tecnología que aprovecharán todo su



potencial para optimizar y automatizar su implementación en el ámbito del desarrollo de las acciones de gobierno. Y es que nos encontramos ante una tecnología tan versátil que, sin duda en un futuro próximo, se verá aplicada en un gran número de actividades, tal y como se está produciendo en Estonia.

Esta evolución del escenario en el que se desarrollará la acción de gobierno representará un cambio de paradigma en la Administración, exigiendo, por tanto, la aparición de una nueva generación de gobernantes que deberán estar preparados para aprovechar todo el potencial que ofrece esta tecnología, lo que implicará nuevas exigencias formativas y una mayor capacidad de adaptación para hacer frente a esta transformación en el modelo de gestión pública. Los primeros en entender, definir y desarrollar acciones de gobierno basadas en estas nuevas técnicas serán los gobernantes encargados de liderar esta revolución tecnológica. ▣





A FONDO

La huella digital en redes sociales.

Analítica de los presidentes de Colombia y México



JUAN CARLOS MORALES Y HÉCTOR GALARZA

Gerentes generales de Golden Analytics

RRSS, *BIG DATA* Y ELECCIONES PRESIDENCIALES

Corría el año 2017 y el presidente ruso, Vladimir Putin, afirmaba que las próximas batallas serán por los datos, y en alusión al triunfo presidencial de Trump, un año antes, que las RRSS habían empezado a elegir presidentes. Lo anecdótico de la última frase, es que lo dice el líder presidente de una de las potencias mundiales que no tiene ninguna cuenta en RRSS.

Cierto o no, es inobjetable la importancia creciente de las RRSS en la definición de campañas digitales para ganar elecciones, tanto para atraer el voto de los electores, como para la comunicación política de los mandatarios. En cualquier circunstancia, los grandes datos (*big data*), son fundamentales en la organización y entendimiento de las fuerzas que operan en el contexto geopolítico mundial, más aun, con el advenimiento de la tercera ola de la globalización (IA, telepresencia, algoritmos biométricos, etc.) y la forma en la que líderes y organizaciones políticas las aprovechan en las competencias electorales.

En 2008 la campaña presidencial de Obama inauguró la era digital y de internet, calificado como el “rey de las redes sociales”. En 2019 alcanza los 106 millones de seguidores en Twitter frente a Donald Trump que cuenta con 60,9 millones. Muy por debajo de estas cifras se encuentran los líderes presidenciales de América Latina que se disputan un espacio creciente en el uso de las plataformas digitales para comunicarse políticamente.

“ El *big data* es fundamental en la organización y entendimiento de las fuerzas que operan en el contexto geopolítico mundial

Desde Cristina Kirchner (expresidenta de Argentina), pasando por Evo Morales (actual presidente de Bolivia) hasta Rafael Correa (expresidente de Ecuador), cuyos principales objetivos estaban en generar cercanía y aprobación de la ciudadanía, “entretener y a partir de ahí construir ese carisma seductor de políticos que controlan el mundo del entretenimiento político vía redes sociales”, en palabras de Adriana Amado (2016), evidencia el uso creciente de las redes sociales por parte de los presidentes latinoamericanos.

¿Se puede gobernar usando las Redes? Bukele diría que sí. El joven presidente salvadoreño, Nayib Bukele ([@nayibbukele](https://twitter.com/nayibbukele) – 805,7K seguidores), gobierna a golpe de tuits, usando la frase “se le ordena” las diferentes acciones dispuestas a sus Ministros para destituir-nombrar, disponer obras y hasta recursos, generando diversas reacciones entre seguidores que aplauden esta iniciativa, y de quienes lo cuestionan por vulnerar el ordenamiento jurídico. Este joven empresario de la mercadotecnia ganó las elecciones con el 53 % de los votos, desarrollando una campaña basada casi exclusivamente en las redes sociales (Facebook Lives, Twitter e Instagram) y apenas visitando el país o realizando mítines.



▼ En la actualidad, la mayor parte de los gobernantes latinoamericanos, cuentan con estructuras digitales en RRSS para su comunicación política, con mensajes directos desde sus cuentas oficiales o utilizando las institucionales para informar sobre sus decisiones, política pública, acciones y opiniones, como son los casos de L. Moreno (Ecuador), E. Morales (Bolivia), M. Macri (Argentina), entre otros.

“ Los líderes presidenciales de América Latina se disputan un espacio creciente en el uso de las plataformas digitales para comunicarse

Aproximando una definición, la “huella política digital en redes sociales”, es el rastro que deja toda actividad relacionada con la existencia (o ausencia) de estructuras políticas, y que con el proceso de analítica en RRSS pueden medirse por su número de seguidores, por el impacto de sus audiencias, publicaciones, *engagement*, los sentimientos que generan y otras variables dimensionables. Dicho de otro modo, la huella de un líder político se mide no solo por el volumen de su actividad en las RRSS, sino fundamentalmente por el impacto que logra en un tiempo determinado.

ANALÍTICA Y HUELLA DIGITAL DE DOS PRESIDENTES LATINOAMERICANOS

Estrategas Consultores en asociación con Golden Analytics, son

firmas ecuatorianas que utilizan herramientas tecnológicas para realizar procesos de analítica en RRSS y realizar diagnósticos, análisis y elaboración de estrategias digitales de comunicación política.

En un breve estudio de RRSS, presentamos el análisis comparativo de métricas en Colombia y México con los presidentes actuales y sus rivales finalistas de las últimas elecciones presidenciales, en un período de análisis que va del 14 al 19 de agosto, para conocer la actividad comparada con sus rivales electorales y entre estos dos líderes presidenciales. Se analizan en RRSS (Twitter, Facebook, Instagram) el número de seguidores, menciones, cuentas (orgánicas vs. trolls) y aceptación. En Twitter, por ser el espacio político más utilizado para comunicar, se hace el análisis de las publicaciones destacadas, etiquetas, género y huella digital.

“ La huella de un líder político se mide no solo por el volumen de su actividad en las RRSS, sino por el impacto

ANALÍTICA Y HUELLA EN COLOMBIA: IVÁN DUQUE VS GUSTAVO PETRO

Duque y Petro tienen a Twitter como su principal red social con Menciones del 80 % Petro y del 70 % Duque. El presidente se destaca por su mayor presencia en Instagram, posiblemente como parte de una estrategia que apunta a los jóvenes que son los mayores usuarios de esta Red (17,12 % vs 4,12 %).

Cuentas: más del 70 % son las cuentas orgánicas de los dos actores analizados.

Aceptación: Duque tiene mayor aceptación en redes con el 54 % vs 48 % de Petro.

En Twitter: las principales publicaciones alcanzan un nivel medio de audiencia en los dos actores.

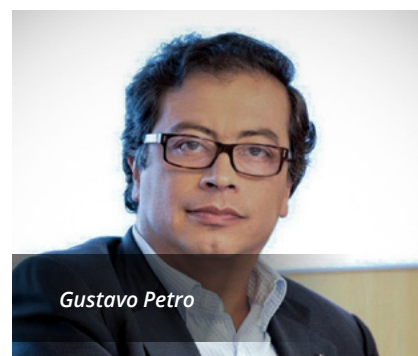
Etiquetas: ninguno de los dos actores define un tema específico como el más destacado.

Género: en su mayoría son hombres los que siguen a los dos actores (7 de cada 10).

Huella digital: la huella de la estructura política de Duque en Twitter tiene como contrapeso a la huella de Petro, en las cuentas que les mencionan a los dos. Petro se muestra más orgánico que Duque, tiene más amplificación en las cuentas que retuitearon sus mensajes.



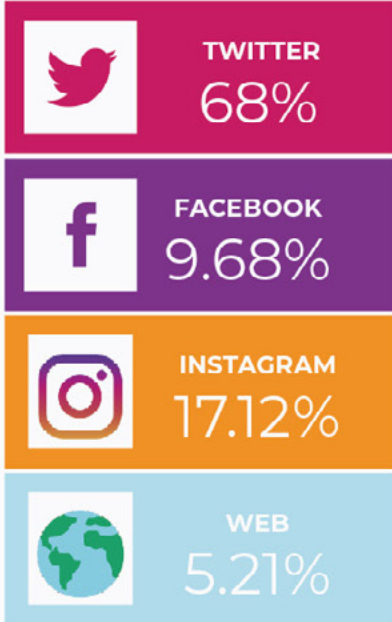
Iván Duque



Gustavo Petro

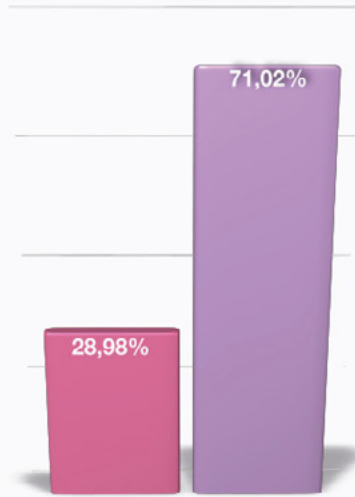
 **IVÁN DUQUE**

MENCIONES



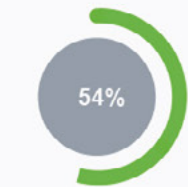
PORCENTAJE DE CUENTAS TROLLS Y CUENTAS ORGÁNICAS

■ Cuentas Trolls
■ Cuentas Orgánicas

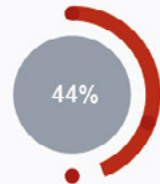


Incidencia inorgánica o cuentas falsas es de aproximadamente 28,98% asociado a Iván Duque.

ACEPTACIÓN EN REDES



54 % del contenidos es POSITIVO a Iván Duque



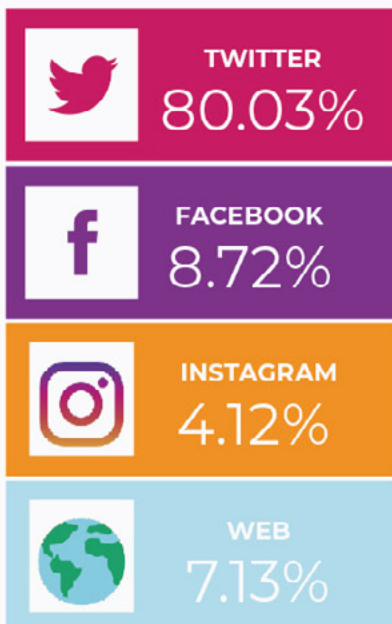
44 % del contenidos es NEGATIVO a Iván Duque



2 % del contenidos es NEUTRAL a Iván Duque

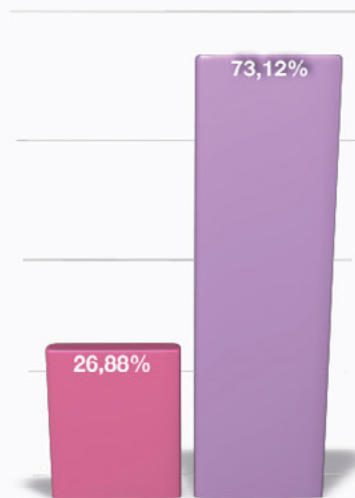
 **GUSTAVO PETRO**

MENCIONES



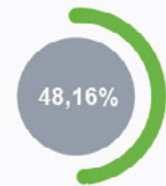
PORCENTAJE DE CUENTAS TROLLS Y CUENTAS ORGÁNICAS

■ Cuentas Trolls
■ Cuentas Orgánicas

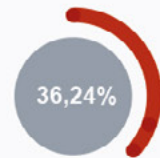


Incidencia inorgánica o cuentas falsas es de aproximadamente 26,88% asociado a Gustavo Petro.

ACEPTACIÓN EN REDES



48,16 % del contenidos es POSITIVO a Gustavo Petro

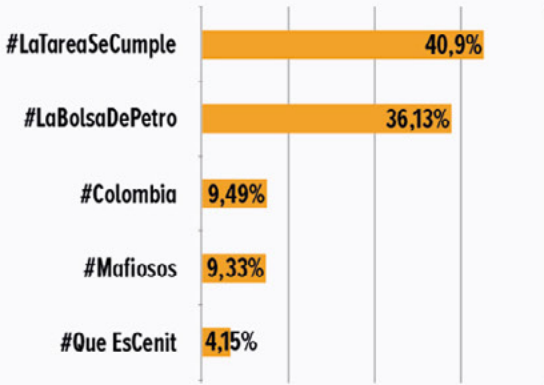


36,24 % del contenidos es NEGATIVO a Gustavo Petro

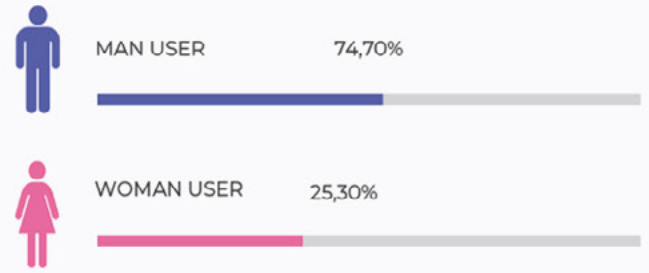


15,60 % del contenidos es NEUTRAL a Gustavo Petro

HASHTAGS MÁS UTILIZADOS



GÉNERO



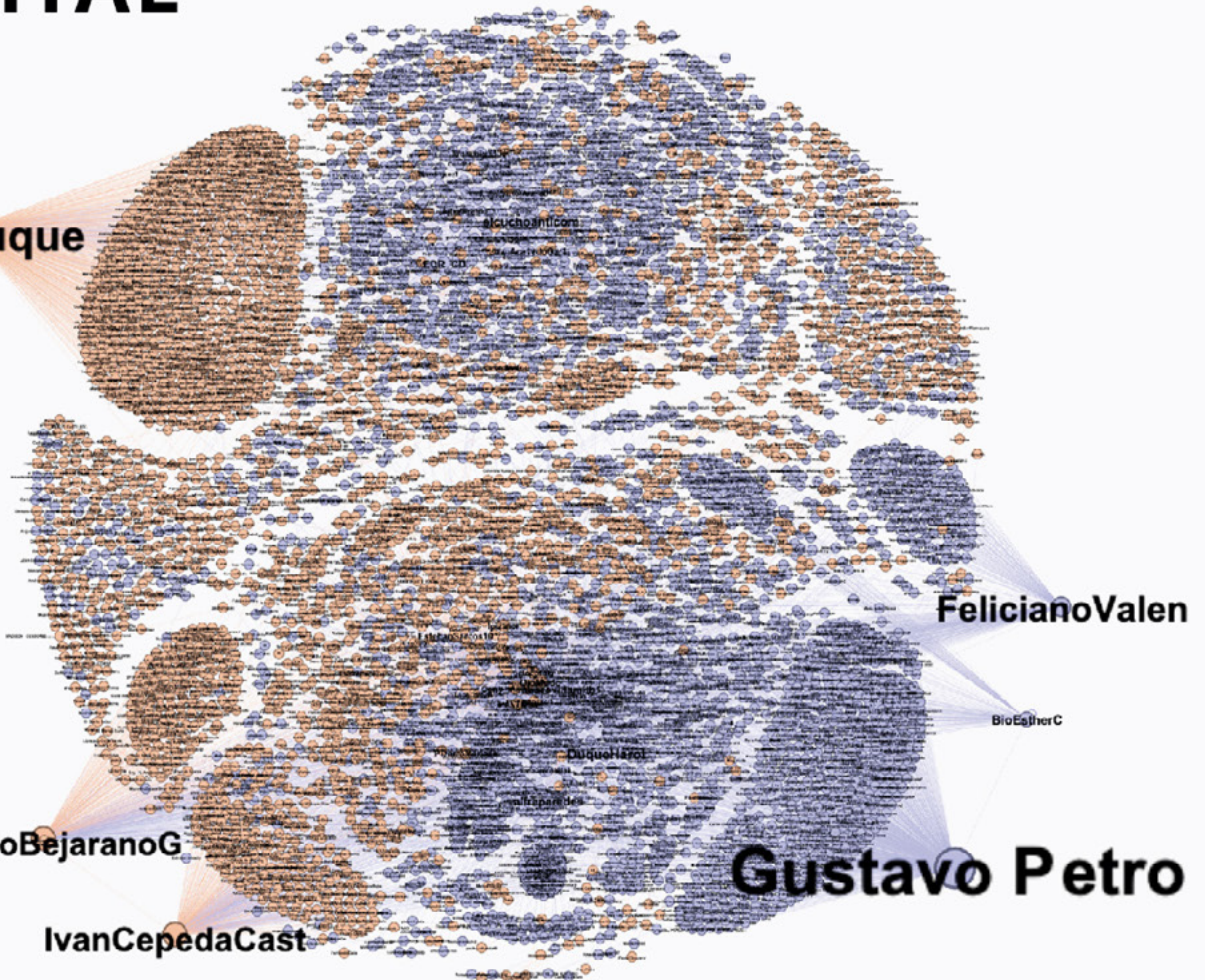
Se identifica un mayor porcentaje de hombres que hablan de **Gustavo Petro** en redes sociales.

PALABRAS MÁS UTILIZADAS



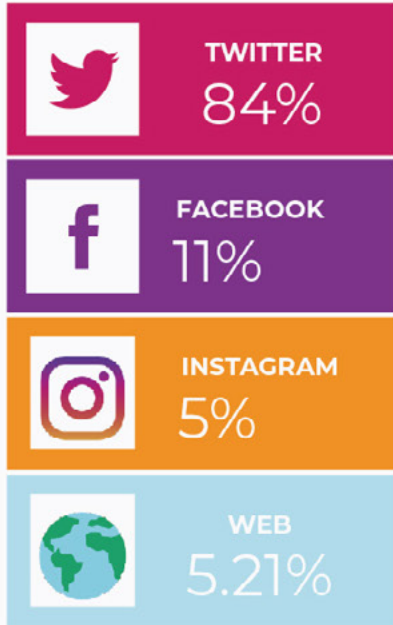
HUELLA DIGITAL

Iván Duque



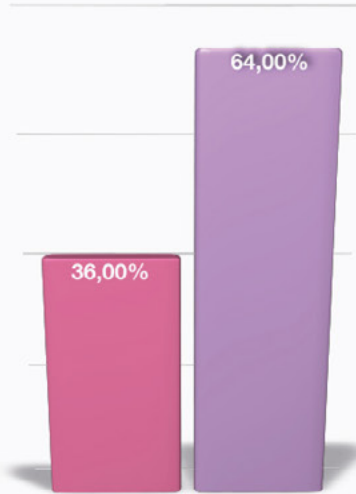
LÓPEZ OBRADOR

MENCIONES



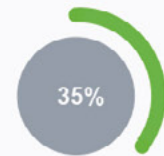
PORCENTAJE DE CUENTAS TROLLS Y CUENTAS ORGÁNICAS

■ Cuentas Trolls
■ Cuentas Orgánicas



Incidencia inorgánica o cuentas falsas es de aproximadamente 36% asociado a López Obrador.

ACEPTACIÓN EN REDES



35 % del contenidos es POSITIVO a Lopez Obrador



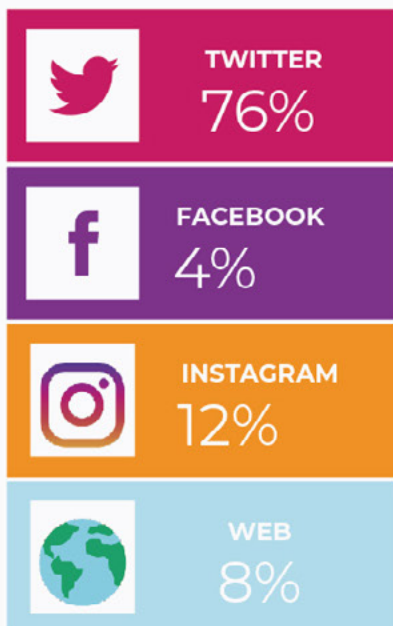
50,80 % del contenidos es NEGATIVO a Lopez Obrador



14,20 % del contenidos es NEUTRAL a Lopez Obrador

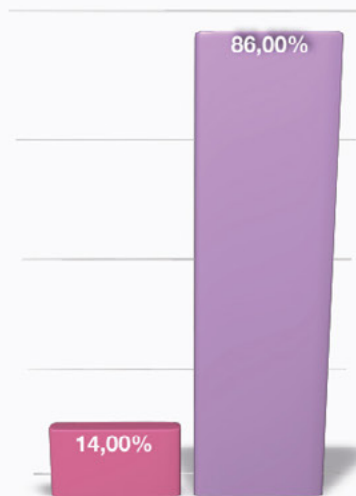
RICARDO ANAYA

MENCIONES



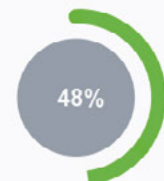
PORCENTAJE DE CUENTAS TROLLS Y CUENTAS ORGÁNICAS

■ Cuentas Trolls
■ Cuentas Orgánicas

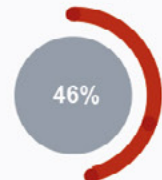


Incidencia inorgánica o cuentas falsas es de aproximadamente 14% asociado a Ricardo Anaya.

ACEPTACIÓN EN REDES



48 % del contenidos es POSITIVO a Ricardo Anaya

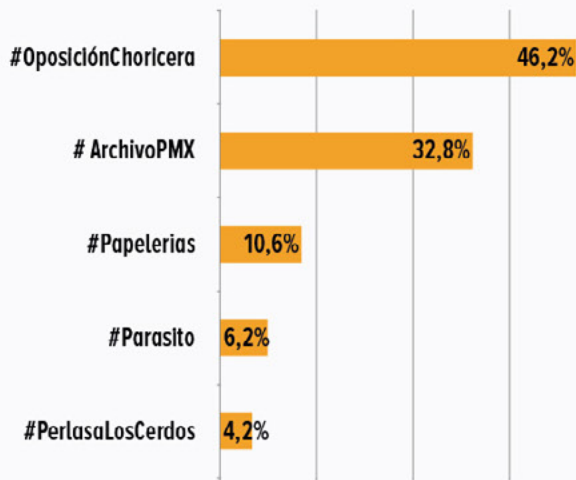


46 % del contenidos es NEGATIVO a Ricardo Anaya

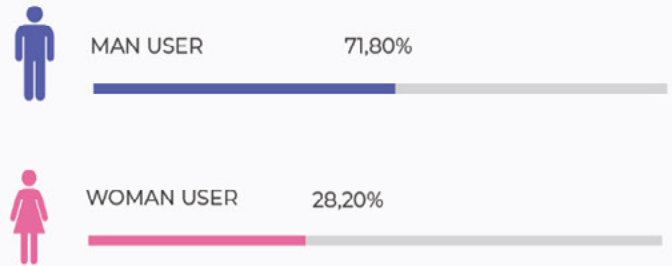


6 % del contenidos es NEUTRAL a Ricardo Anaya

HASHTAGS MÁS UTILIZADOS



GÉNERO



Se identifica un mayor porcentaje de hombres que hablan de **Lopez Obrador**

PALABRAS MÁS UTILIZADAS



HUELLA DIGITAL

López Obrador

PaolaEspinosaOf

FelipeCalderon

ferbelaunzaran

JLozanoA

OSWALDORIOSM

arnemx

Ricardo Anaya

NachoRgz



ANALÍTICA Y HUELLA EN MÉXICO: ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR Y RICARDO ANAYA

Para López Obrador y Anaya, Twitter es la principal red social. En Facebook, con baja penetración López Obrador alcanza el 11 % vs 4 % de Anaya, quien tiene mayor presencia en Instagram (12 % vs 5 %), conectando con la población joven, mayoritaria en esta red.

Cuentas: las cuentas orgánicas de López Obrador alcanzan el 64 % respecto al 86 % de Anaya. López Obrador tiene asociado una incidencia inorgánica de 36 % de cuentas falsas. Anaya tiene el 14 %.

Aceptación: Anaya tiene mayor aceptación que López Obrador en redes (48 % vs. 35 %), su rechazo llega al 51 %. No obstante, Anaya polariza: su rechazo es del 46 %.

En Twitter: las principales publicaciones de López Obrador tiene un nivel medio-alto de audiencia, Anaya no tiene actividad en esta red desde junio.

Etiquetas: AMLO es el único que logra poner sus iniciales como una marca identificativa no lograda por ninguno de los otros actores analizados. Anaya, no tiene repercusión y no logra generar etiquetas que generen amplificación.

Género: son en su mayoría hombres los que siguen a los dos actores (mayor al 70 %).

Huella: a diferencia de Colombia que existe un contrapeso entre los dos actores; en México, la huella de AMLO no tiene contrapeso, y cubre todo el espectro, incluso su capacidad de amplificar.



Andrés Manuel López Obrador



Ricardo Anaya



La analítica de RRSS y la huella digital son parte de un conjunto de herramientas digitales que permiten generar una diferencia estratégica


REFLEXIONES FINALES:

- En Colombia, hay mayor polarización entre los dos actores analizados, lo que denota el contrapeso político de su actividad en RRSS. En México, después de las elecciones, AMLO copa el escenario político digital de las RRSS comparado con Anaya que tiene baja presencia.

- Duque (Colombia) y Anaya (México), han sumado a Instagram como estrategia digital para amplificar su actividad en redes y conquistar audiencias de seguidores jóvenes que son sus principales usuarios.

- El desgaste en la aceptación de AMLO en RRSS es mayor a la de Duque en Colombia.

- Ninguno de los actores analizados en Colombia y México cuentan con estrategias definidas de etiquetas.

- La analítica de RRSS y la huella digital son parte de un conjunto de herramientas digitales que permiten generar una diferencia en las estrategias de comunicación política y ganar elecciones. 



Entrevista

Charla en profundidad con los protagonistas de la actualidad



ENTREVISTA

Interview to Peter Levine

@peterlevine

"I wouldn't be surprised if Kamala Harris was the next Democratic nominee for 2020"



JOSÉ LUIS
IZAGUIRRE

@jl_izaguirre92

Peter Levine is one of the founders and main promoters of a new academic discipline called 'civic studies'. Its objective is to analyze and promote that citizens deliberate in a shared manner and that they organize themselves for the achievement of specific ends that improve their specific social environment.

Peter Levine is the Associate Dean of Academic Affairs and Lincoln Filene Professor of Citizenship & Public Affairs in Tufts University's Jonathan Tisch College of Civic Life. He has served on the boards or steering committees of AmericaSpeaks, Street Law Inc., the Newspaper Association of America Foundation, the Campaign for the Civic Mission of Schools, Discovering Justice, the Kettering Foundation, the American Bar Association Committee's for Public Education, the Paul J. Aicher Foundation, and the Deliberative Democracy Consortium. He is author to many books and articles about sociology, politics and civic life.

You're one of the main advocates for civic studies. Could you explain what civic studies means and how it affects societies and democracies?

We're trying to develop a whole new academic discipline, so one could study civic studies as a degree like Political Science or Sociology. At the moment, only the Tufts University's Jonathan Tisch College of Civic Life, where I teach, offers the possibility to do so. However, it is spreading and we have good friends in Spain like Universidad Camilo José Cela and in Mexico that are interested in this discipline.

Civic studies is more about learning what people can do and should do to

change the world in groups. In Political Science, we learn about how the institutions work and in civic studies we learn about how citizens should organize themselves. The actual things we read might have been written by sociologists or political scientists, but it has a different flavor as it is a new discipline.

Why the need of developing this science? Would you say there is a civic life crisis in the US at the moment?

That is precisely part of the reason for it, a decline in civic life in the US. However, the situation is a bit more complicated because on the other hand there are in certain ways where it has gone better. For example, civic life is nowadays more inclusive ▶



▼
than what it was in the past, less racially segregated. Nonetheless, we do have a problem with civic life at the moment.

This is also a global discipline, so as you look around the world you see civic needs, civic deficits.

“ Civic studies is about learning what people can do and should do to change the world in groups

In Spain, for example, we've recently had movements that originated from the civic life and that have won elections. However, we have also seen that after a few years of being in government, their internal structure imitates the traditional political parties' structure. So, is it possible to be involved in civic movements that seek for a change without being part of the traditional power system?

That is exactly the kind of question we study in civic studies. I'm not an expert on Spain, but I slightly followed the 'Indignados' movement and how Podemos was created, also Ciudadanos, which claims citizenship. They haven't remained as the big movement they were, especially in the case of Podemos, which came directly from civic movements. They are now more similar to conventional parties, so that's a problem. There is a German sociologist from a hundred years ago, Robert Michels, that invented the phrase 'the iron ►





law of oligarchy', which means that any democratic institution turns into an oligarchy because a small number of people always take it over.

I don't believe it's an iron law, I think we could solve that problem, but figuring out how to solve it is part of civic studies. To me, 'los Indignados' looks like a great civic flourishing and Podemos looks like a conventional political party, so how do you avoid that from happening?

It's not the first time this happens, because if you think about the dissidents to the Soviet Union or the communism, they created a whole civic world and then they became political parties in countries like the Czech Republic or Poland, so this happens over and over in human history.



To me, 'los Indignados' looks like a great civic flourishing and Podemos looks like a conventional political party

One of the movements that have fought over the years and that are being more visible now is the feminist movement. We have seen it in the US with the #MeToo movement or in Spain with the demonstrations every 8th March for the past couple of years. How would you relate this specific movement to the democratic quality of a country?



Democracies need strong and healthy social movements, so it's good that Spain has a strong women's movement because it's part of being a democracy is to have social movements, but I also think that feminist theory gives us a lot of resources for thinking about civic life and specifically new ideas about what civic life should be.

Going back to the comparison between the US and Spain, one of the issues we've seen in Spain flourish recently is the difference between the big cities and the rural areas, which is related to income, demography, education, etc. and the US has also the same problem. How can governments

change this situation and can the university and the academics do something about it?

LWe certainly have huge disparities in wealth and poverty and we have the situation where big cities are doing better than the more rural areas. However, unlike Spain's, the US population is growing. So, there are similarities and differences in both countries in this sense.

I'm not sure if I have a good solution, but I guess I would ask: 'who is going to university?' and 'are all parts of the country represented in those qualified students?'. This would answer if the universities are dominated by urban youth, because



universities have the right to admit students, so the decision-making in that matter is important. Universities are usually gatekeepers to the middle class and if people from the small towns aren't going to university, that would be a problem that universities could try to solve.



Feminist theory gives us a lot of resources for thinking about civic life and specifically new ideas about what civic life should be

What do you think is the perception of the younger generations towards politics? What is the current sociological and electoral trend?

It has changed in the US, because the last few years have seen a tremendous growth in youth involvement. Actually, Donald Trump helps because young people really hate him and that's very motivating. He has very limited support among young people and they are very angry. Another thing that is happening in the US is that the most prominent left since the 1960s is rising. In the congressional election last year more young people than ever voted and it will probably also be a record for the presidential election in 2020. Some of these young people will come out because of they dislike Trump but some will come out because they are quite far left so they will have to decide how to navigate in the political system there. ▶



▼
Would you say that the US society has changed during the Trump presidency?

It has definitely changed. For a lot of people is a very hard time. About 40% of the population actually like him, so they think the US is somehow getting better. The other 60% don't like him, and for a lot of them it's a fairly amazing set of developments that make us question our fundamental beliefs. A lot of us are struggling to understand the situation as we thought he had no chance of winning. One of the groups that were not too surprised are black Americans, because they thought white people are racist all along, so when a racist President gets elected, it does not surprise them. For a lot of black Americans, the day after the election was exactly like the day before. But for many white Americans that were more progressive, it was a shock.

“ The last few years have seen a tremendous growth in youth involvement.

It is quite a paradox, because on the one hand Trump got elected and on the other hand we see this new generation of public representatives from the Democratic Party like Alexandria Ocasio-Cortez that are changing the traditional way of doing politics, so do you think these are isolated cases or that they are a symbol of something that is changing?

I think it's something that is changing. All countries are very complicated, so you can have two different things going on in the same country. In Spain, you have Vox and Podemos. But the most interesting thing is that our basic political line up is shifting. We had 30 years of small government Libertarian politics that was represented by the right American politicians and the more sociodemocratic left, but the right now is becoming nationalist. Donald Trump represents a very nationalist pro-government movement, so this changes the political system. The left is now being challenged by more radical ideas, so I think the situation is very fluid and it is hard to predict what will happen.

“ The right now is becoming nationalist

Let's not forget that the US is also currently in the middle of the primary election for the Democratic nominee for the 2020 presidential election. What is your opinion on the candidates and do you have any predictions on who will become the nominee?

Whoever wins will have a decent chance against Trump but we won't know who wins until the election. I think it will be fairly close so it won't be easily won. This is partly because the economy is very strong at the moment. If the economy should go down in the next year, then probably Donald Trump won't win, so one important thing is to see how the economy goes in the next months.

In terms of the candidates, one thing to note is that this is the best debate we've had in years because we have genuine ideological differences among the serious candidates, so it is not just who is better qualified for the job, but about those differences. Bernie Sanders and Elizabeth Warren represent two different lefts, so it is an interesting debate between them.



And they also represent a very different position from Joe Biden. We really haven't had that before. This election will be very educational for the American people because this debate will be very interesting. I do not know who will win, but I if I would have to mention someone that could be interesting for the Spanish people, it would be Kamala Harris, only because you may have not been reading about her so much but she is well positioned; she is a fairly new face, she is a person of color, she is a woman and she is quite moderate. I think that combination is a strong place to be so I would not be surprised to see her rising. And I wouldn't be surprised if she won. ✎



Tendencias

Artículos sobre la actualidad política y su comunicación





TENDENCIAS

Desprivatizar los partidos, mejorar la democracia



MARIO RÍOS
@MarioRios1989
Analista político

Una de las características del periodo político posterior a la Gran Recesión ha sido el descredito que han padecido y padecen las instituciones de intermediación política y el propio sistema democrático¹. El resultado de ello ha sido una fuerte crisis de representatividad. En el marco de esta crisis, una de las instituciones que más afectadas se han visto son los partidos políticos. La incapacidad por dar salida a las demandas sociales y de gestionar los estragos del shock económico erosionó su grado de apoyo. Pero no solo eso. La corrupción o el electoralismo que la sociedad percibe en su actuación también ha afectado a su legitimidad. Desde el estallido de la crisis, el CIS muestra como la clase política, entre la que se incluyen los partidos políticos, es percibida como uno de los principales problemas. Y no debemos olvidar que el 15-M y su lema "No nos representan" ponía en entredicho la legitimidad de estos actores.

Las causas de este fenómeno son múltiples y complejas. Sin embargo, quisiera destacar una por encima del resto:

la *cartelización*² que han sufrido los partidos políticos en los últimos años. Los partidos políticos se han transformado en maquinarias electorales centradas en ganar las elecciones para hacerse con las mayores cuotas de poder y financiación posible. Esto los aleja cada vez más de los ciudadanos a los que deben representar, los hacen poco permeables a las demandas sociales y su función de vínculo entre la sociedad civil y las instituciones políticas se desvanece ante la lógica de acumulación de poder que conforma su principal objetivo como organización. Los partidos se escinden de la sociedad y se profesionalizan centrándose en sobrevivir electoralmente. Además, en un momento de hipermediatización política como el que vivimos, los partidos políticos cada vez apuestan más por figuras personalistas que interpelen directamente a los votantes sin necesidad de ninguna voluntad mediadora entre estos y las instituciones y sin contrapesos internos que eviten las consecuencias negativas de la tendencia a los hiperliderazgos políticos³ que estamos viviendo.

Los partidos han pasado a ser representantes de intereses y demandas sectoriales y agentes de politización a organizaciones profesionales con liderazgos fuertes cuya única misión es ganar elecciones para gestionar el poder político existente. Es esta evolución histórica y la desconexión social que comporta lo que los convierte en unas organizaciones que necesitan de una reforma en su funcionamiento ya que, como pilares básicos del sistema político, su salud afecta a la calidad democrática. Sin embargo, esto no es sencillo. Como bien recogen en su obra *Desprivatizar los partidos políticos*, Joan Navarro y José Antonio Gómez Yáñez afirman que el carácter público-privado de los partidos políticos y su función de nexo entre sociedad y Estado los convierte en agentes difíciles de reformar ya que cualquier modificación ►

¹ Fernández-Albertos, J. (2018). *Antisistema. Desigualdad económica y precariado político*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

² Katz, R.S.; Mair, P. (1995). *Changing models of party organization and party democracy. The emergence of cartel party*, Party Politics, vol. 1.1., págs. 5-28

³ Gutiérrez-Rubi, A.; Morillas, P. (2019). *Hiperliderazgos*. CIDOB Report 04. Barcelona.



de su estatus jurídico depende de ellos. No obstante, de entre las reformas que proponen los dos autores quiero destacar aquellas que tienen como objetivo reconectar los partidos políticos a la sociedad, es decir, mejorar la crisis de representatividad y de deslegitimación que estos padecen. Dos grandes reformas van en esta dirección: la consistente en una mayor democratización del funcionamiento interno de los partidos dándole más peso a los afiliados y simpatizantes y las que apuestan por hacerlos más responsables ante la ciudadanía. Cuestiones como la elección de cargos o la configuración de las listas debería abrirse directamente a la sociedad y los programas electorales deberían transformarse en contratos entre los electores y los representantes políticos.

El objetivo de estas reformas no es otro que evitar un mayor deterioro democrático y frenar las tendencias antiparticipativas⁴ que observamos en nuestro entorno. Los partidos políticos deben ser responsables ante la ciudadanía y deben reconectar con ella para realmente hacer de correa de transmisión entre los anhelos, demandas y necesidades sociales y su materialización en políticas públicas. En definitiva, los partidos políticos deben democratizarse para garantizar una mayor democratización de nuestro sistema político. Es una obligación de la sociedad civil presionar en este sentido. ■

⁴ Gómez Yáñez, J.A.; Navarro, J. (2019). *Desprivatizar los partidos*. Barcelona: Gedisa.





Italia: Gobernar con crisis permanente



ALDO DE SANTIS

@aldodesantis

Director del Centro Iberoamericano de comunicación, política y gobierno Cicomp

Sesenta y siete (67) gobiernos ha tenido Italia desde la segunda Guerra Mundial, 67 gobiernos en 74 años, toda una muestra de la volatilidad institucional que siempre ha existido en la "Repubblica". Para muchos es innegable que los italianos son verdaderos maestros en muchísimas cosas: gastronomía, arquitectura, moda, pintura, ópera, vinos y mucho más, pero algo de lo que podemos estar todos seguros es que son los mejores para gobernar en crisis, o por lo menos, para generar las crisis y dificultar la gobernabilidad.

Actualmente Italia vive su más reciente crisis con la renuncia del actual Primer Ministro, Giuseppe Conte, como respuesta a una moción de censura presentada por una de las dos personas que lo colocó en el cargo, el dirigente político más famoso de Italia y actual vicepresidente, Matteo Salvini. No es la primera vez que Italia vive una crisis de gobierno, ni será la última, pero es la primera que involucra a los nuevos partidos, los llamados aliados para el "*Governo del cambiamento*".

Después de la derrota a finales de 2016 del líder del Partido Democrático, Matteo Renzi, al promover un referéndum para lograr reformar la constitución y fallar, Italia vivió prácticamente poco más de un año sin un gobierno estable, por lo que el Presidente de la República, Sergio Matta-

rella, convocó elecciones para marzo de 2018. El escenario presentaba a los partidos tradicionales golpeados, por lo que los movimientos populistas afloraron ante las crecientes necesidades ciudadanas, y terminaron materializándose con unos resultados divididos en dos partidos ganadores, pero en extremos opuestos: el Movimiento 5 Estrellas (M5S) de izquierda y la Liga Norte, hoy llamada La Liga, de derecha. El principio físico de "los polos opuestos se atraen" fue trasladado a la política, y un partido claramente de izquierda se unió a un partido claramente de derecha para hacer lo que ellos llamaron "un gobierno del cambio". Buscaban romper con las estructuras tradicionales del poder y llevar a Italia a una nueva era, pero el resultado se parece a los otros gobiernos, es decir, una nueva crisis.

Luego de consensuar a un primer ministro independiente, el jurista y profesor universitario Giuseppe Conte, además de acordar dos vicepresidencias, una para el líder del M5S, Luigi di Maio, y otra para el líder de La Liga, Matteo Salvini, lograron pactar medidas en el plano económico, laboral, de organización política y en especial en materia migratoria, pero todo se vino abajo luego de catorce meses. El mismo Matteo Salvini, quien además de vicepresidente es ministro del Interior, dinamitó su propio gobierno al solicitar una moción de censura en contra del primer ministro, y al mismo tiempo ofreciéndose como candidato en unas eventuales elecciones, pide al pueblo italiano "plenos poderes para hacer las cosas realmente bien". Esta maniobra la hizo en un momento donde las encuestas lo sitúan con un 38 % de aprobación, números que confirman los resultados obtenidos en las recientes elecciones europeas, donde el partido de Salvini dobla en votos a su aliado político, el M5S, que en menos de un año ha perdido la mitad de su base electoral y ahora pasa a ser el tercer partido en Italia, con apenas un 17 %, pues incluso el tradicional Partido



▼ Democrático (PD) se coló a la segunda posición, con un 22,7 %. Esta tormenta perfecta ocurre justamente cuando Italia debe presentar sus presupuestos ante la Unión Europea, además de nombrar un nuevo comisario europeo, sin duda toda una motivación adicional.

Ante todo esto hay una realidad innegable, y es que Matteo Salvini es por mucho, el dueño del relato en Italia: desde su discurso encendido pronacionalista de enfrentamiento a la Unión Europea y una política antimigratoria que se traduce en hechos, como fue el cierre de los puertos de Italia y el famoso caso de la pugna con otros ministros por la embarcación Open Arms, pasando por llevar a toda actividad política un rosario en su mano y besarlo antes de comenzar, hasta fotos desde la playa tomando mojitos o con un “trabajo de verano” como DJ en un club, lo cierto es que la agenda está marcada por sus acciones, y la realidad es que todos los otros actores juntos no llegan a tener ni la mitad del impacto que actualmente puede generar el líder de la extrema derecha italiana, pero a pesar de todo esto, las cosas no siempre salen según lo esperado.

El país transalpino ha vivido muchos años en un cuasi permanente “juego de poder”, y pareciera que en la contemporaneidad aún no se presenta la excepción, pues es probable que La Liga, al hacer una lectura de las actuales encuestas, y a la luz de los recientes resultados europeos, confía en esa “foto” y da por seguro que en unos eventuales comicios saldrían muy bien parados, e incluso, acompañada de una alianza con sus socios ideológicos naturales, el partido Forza Italia de



Matteo Salvini

Silvio Berlusconi y el partido Hermanos de Italia de Giorgia Meloni. Así esperaba Salvini obtener la llave para liderar un gobierno de derecha, y especialmente la libertad que quería para su agenda antimigratoria y de enfrentamiento a la Unión Europea, pero ese momento no llegó, al menos aún no. La jugada le ha salido mal al líder de La Liga, sus estrategias confiaron ciegamente en el odio entre partidos y en el ego de los dirigentes, pero en una maniobra absolutamente inesperada para propios y extra-

ños, aquellos que fueron acérrimos enemigos, el Partido Democrático (PD) y el M5S han decidido unir fuerzas para evitar una convocatoria a nuevas elecciones, proponiendo al mismo primer ministro que acaba de dimitir, Giuseppe Conte, como responsable de convocar un nuevo tren ministerial que lleve los destinos del país por el resto de la legislatura, y como bonificación adicional, evitar que se aconvierta en realidad esa temida imagen de un gobierno de Salvini y sus socios, al menos, hasta la próxima crisis. ✎



La televisión del PLD japonés



XAVIER PEYTIBI

@xpeytibi
Consultor de
comunicación política
en Ideograma.
Codirector de
Beers & Politics

El pasado mes de julio, preparando el capítulo de un libro sobre la importancia de Instagram en campaña electoral, [Nadia Rodríguez](#) y yo analizamos los picos mediáticos durante un mes de los cinco candidatos favoritos a las primarias demócratas estadounidenses. Lo que observamos fue evidente: a más presencia en medios, más búsquedas en Google (y por tanto, interés). Y todo eso redundaba -al instante- en mayores seguidores y *engagement* en sus redes sociales. Primero medios y búsquedas, después redes. Ese era claramente el orden y se cumplía casi siempre. En solo una ocasión fue al revés: de un contenido en Instagram, Beto O'Rourke logró salir en medios. Es decir, es posible la desintermediación -y debe ser un objetivo - pero es complicado, y pocas campañas lo logran.

¿Significa que las redes no son importantes? Al contrario. Es la visibilidad en medios lo que suele llevar a las redes, pero no solo, y es la buena comunicación y presencia en redes lo que lleva a más público o mantiene al que llega, y genera buenas percepciones y visibilidad, y puede movilizar a activistas. Si, por el contrario, el uso de la red no es bueno, o es solo de difusión política, es mucho menos probable que los indecisos vean ningún contenido -ya que no serán compartidos-

y mucho menos que le causen ninguna percepción que merezca ser recordada, lo que es una total pérdida de oportunidad.

Pero el objetivo comunicativo de la actual espectacularización de la política es que, a través de los propios contenidos de los políticos -la mayoría de ellos innovadores y alejados de la política tradicional- se logre obtener visibilidad, sin necesidad de pasar por la prensa, o bien que sea a través de estos contenidos propios que la prensa se haga eco. Y que esos contenidos emocionen y sean recordados.

Y se pueden crear contenidos propios, como hace constantemente Ocasio-Cortez, por ejemplo, pero creo que la gran novedad está en la programación de contenidos: verdaderos programas de televisión vistos a través de la red (especialmente Facebook o Youtube) en directo, pero que pueden ser vistos posteriormente.

Esta espectacularización de la política tuvo el primer uso amplio con los *Facebook Live* de Donald Trump de 2016, creando auténticos programas televisivos con sus mítines, pero también con otros presentadores, que entrevistaban a fans, a expertos... generando contenidos y espectáculo, a todas horas, para sus seguidores en Facebook, quienes lo compartían en sus círculos privados.



Fuente: [Cuenta de Facebook de Donald Trump](#)

Pero el uso más reciente lo he encontrado en Japón, que tuvo elecciones el 21 de julio, y donde el partido liberal demócrata japonés dio más visibilidad a una iniciativa para tener siempre contenidos y visibilidad *online*, y que ya hacía un par de años que utilizaba, estilo *youtubers*.

29.000, 45.000, y hasta 102.000 visualizaciones tienen los vídeos que sube a Youtube el partido cada semana.

Pero no se trata de spots electorales, sino de programas propios de entrevistas, con muchísimo humor e invitados especiales, que hablan -también- de temas políticos y de actualidad. Estos programas, denominados [CafeSta](#), de unos 30 minutos, también consiguen muchísimos comentarios y comparticiones, y obviamente, salta a la prensa, en un gran ejercicio de desintermediación.



Fuente: [Canal de Youtube del PLD](#)

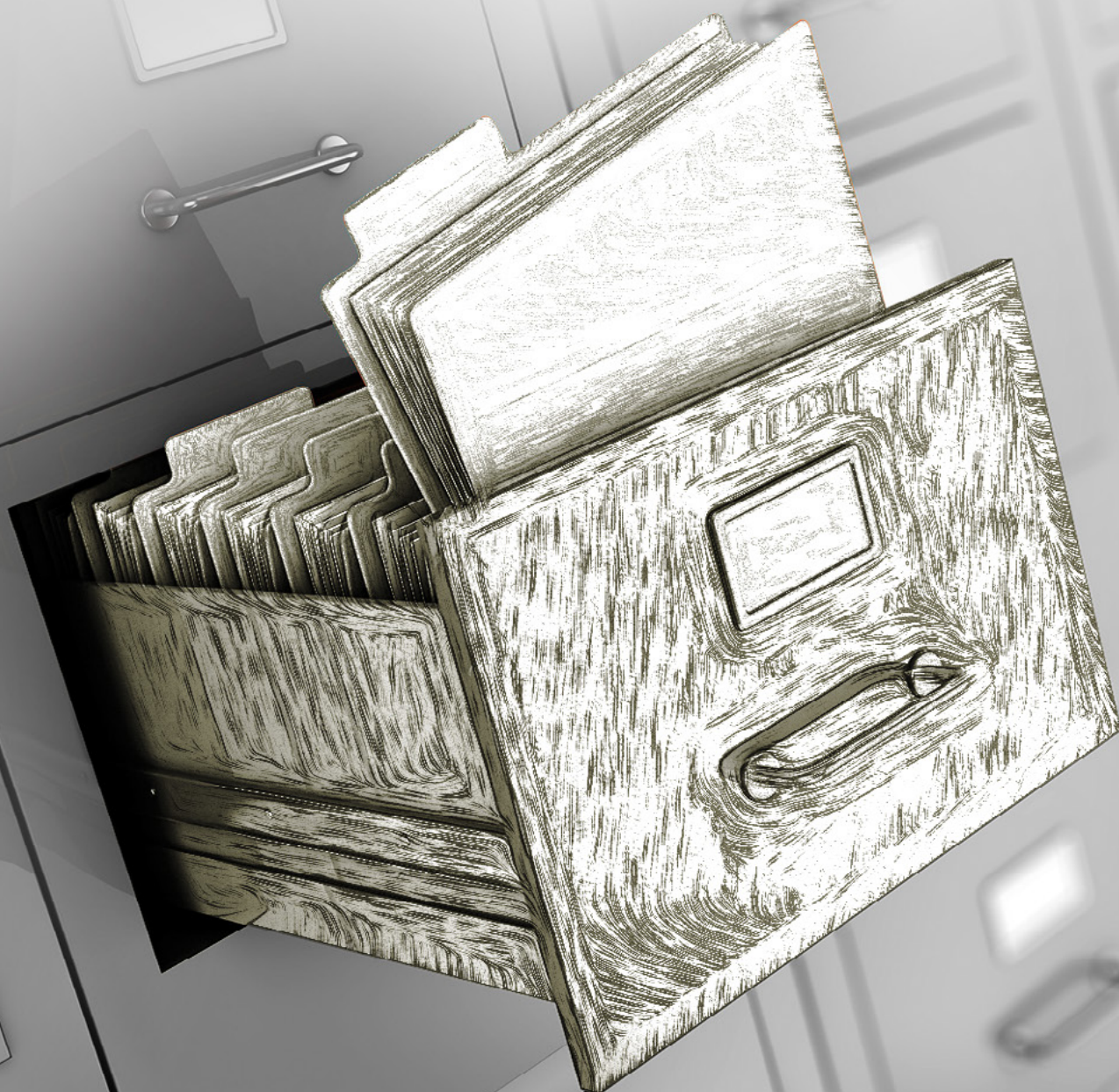
Se trata de innovar, pensar en el público, entretener, lograr difusión e interés, fidelidad... El único secreto es imaginar que tienes tu propia televisión. Desde el PLD de Shinzo Abe -y que venció de nuevo en estas elecciones- lo han entendido bien.

Antoni Gutiérrez-Rubí siempre dice, al hablar de contenidos *online*, que "cuando están mirando tu contenido, no miran el de tu adversario". Algo como lo que decía Johan Cruyff: si nosotros tenemos la pelota, el contrario no la tiene. 🐼



El cajón del consultor

El lugar de los amantes de
la comunicación política





✕ Errores de comunicación política

Por el chat muere el pez

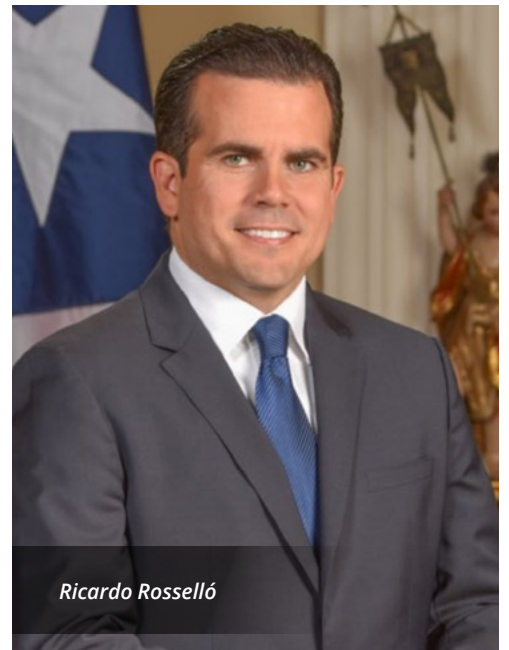

PABLO
MARTÍN DÍEZ

Todos cometemos equivocaciones cuando usamos aplicaciones móviles de mensajería como WhatsApp. Escribimos por error a otra persona, creamos un grupo para dar una sorpresa a un amigo y terminamos estropeándolo todo por enviar mensajes en otro grupo donde sí está el protagonista de la sorpresa o, simplemente, redactamos cosas que no debemos y alguien malintencionado acaba realizando una captura de pantalla para luego compartir nuestro desliz con otras personas. ¿Quién no ha sentido el escalofriante vértigo cuando un segundo después nos damos cuenta del fallo cometido?

La inmediatez del móvil provoca que todos caigamos en este tipo de fallos; sin embargo, cuando eres un gobernador, un error así puede suponer el final de tu mandato.

Ricardo Rosselló, gobernador de Puerto Rico, en un grupo de Telegram compartido con sus asesores más cercanos (quizá no tan confiables como se esperaba...), realizó comentarios homófobos y machistas sobre políticos y periodistas críticos con su gobierno, así como contra conocidos artistas como Ricky Martin.

El Centro de Periodismo Investigativo (CPI) reveló 800 páginas de conversaciones que, además de los comentarios citados, revelaba una trama de adjudicación de contratos de manera ilegal.



Ricardo Rosselló

Tras la publicación del chat, arrancó una fuerte presión social con manifestaciones diarias y disturbios, a la que se sumaron críticas realizadas por colectivos LGTB, por artistas y por la oposición. Finalmente, la presión ejercida desde tantos sectores ha derivado en la dimisión del gobernador de Puerto Rico.

Verba volant, scripta manent. En la antigua Roma ya tenían claro que las palabras volaban, pero que lo escrito permanecía; hoy los chats, no solo quedan, sino que además pueden volar a una velocidad inédita... ¿Quién puede asegurarnos que nuestras conversaciones en las aplicaciones móviles no llegan a ojos ajenos o que incluso terminen publicadas en algún medio? ✕



Calendario Electoral SEPTIEMBRE - OCTUBRE



PAOLA CANNATA
@PaolaCannata



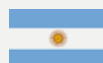
CANADÁ
Elecciones
parlamentarias
21 OCTUBRE



HAITÍ
Elecciones
legislativas
27 OCTUBRE



BOLIVIA
Elecciones
generales
20 OCTUBRE



ARGENTINA
Elecciones presidenciales
y legislativas
27 OCTUBRE



SUIZA
Elecciones
parlamentarias
20 OCTUBRE



PORTUGAL
Elecciones
parlamentarias
6 OCTUBRE



TÚNEZ
Elecciones
presidenciales
15 SEPTIEMBRE



URUGUAY
Elecciones presidenciales
y legislativas
27 OCTUBRE



MARK
THOMPSON

SIN PALABRAS

¿QUÉ HA
PASADO CON
EL LENGUAJE
DE LA
POLÍTICA?



Autor: Mark Thompson
Editorial: Debate
Páginas: 464
Año: 2019



Reseña Destacada

Sin palabras ¿Qué ha pasado con el lenguaje de la política?



EDUARDO
CASTILLO

@NassinCastillo

Hay un miedo constante, un pesimismo sobre el discurso político y las condiciones en las que se produce o no el debate público. La tinta en lo físico y los píxeles en lo digital encuentran por igual artículos de opinión en los que se relata una adolescencia mental de la clase política nacional. No solo en España, sino en gran parte de nuestras democracias, la mitificación del pasado, sus líderes y discursos está arrastrándonos a creer automáticamente que el lenguaje político ha degenerado. Esto es particularmente importante, ya que condiciona la forma en la que nos relacionamos con la política, la clase gobernante, y finalmente las instituciones del Estado.

Mark Thompson intenta dilucidar esto. ¿Es cierto que el lenguaje se ha empobrecido? Tampoco sería extraño, ya se ha investigado lo suficiente como para persistir en la sofisticación de las palabras. Los ciudadanos de hoy no son aquellos que se reunían en el ágora tras pasar horas dedicados a la lectura, escritura y debate. Primero, porque los tiempos de la esclavitud se terminaron, y esa era la única forma de dedicar el día a tareas “del espíritu y la política”; segundo, porque la gente tiene distintos intereses, y por primera vez en la historia de la humanidad tenemos la capacidad de cumplirlos.

Un libro como este es de lo más ambicioso que se puede hallar en las estanterías. El objetivo es describir el estado de calamidad en el que nos encontramos. Hablar del lenguaje político actual conlleva la normalización de palabras clave como fragmentación, radicalización, o la recientemente popularizada “posverdad”. En sí, el debate político de hoy es percibido como la sombra de lo que era. Ya no quedan grandes oradores, suele ser uno de los lamentos. Pero, Thompson apunta una realidad que puede parecer perogrullada, el lenguaje importa.

Las palabras tienen su rol, a veces olvidado entre tanta inmediatez. Defensor del estudio de la Retórica, Thompson se plantea regresarla a la cúspide de las investigaciones. Para ello, no basta la popularización del término, sino el esfuerzo exhaustivo, facilitado por las nuevas herramientas digitales que todo lo registran. Nada escapa a la nube, todo aspecto público puede ser guardado para siempre y esto permite que, inmediatamente a la producción del hecho ya está siendo presenciado (y registrado).

Pero, como se ha repetido hasta la saciedad, esta ventaja es también un peligro. La falsa acusación, la toma incorrecta, o el corte de audio en el momento equivocado pueden echar por tierra la imagen y carrera política de cualquiera. Pero esto va más allá de la aceptación de información falsa, incluso la crítica y desmantelamiento de falsos mitos requiere aportar conocimiento a la falsedad. Parece inevitable concluir que la mentira se alimenta mucho más fácilmente en el mundo digital. Incluso, criticarla, es alimentarla. Thompson cita un caso norteamericano relacionado con la reforma sanitaria llevada a cabo por Barack Obama, el caso de los “Comités de la muerte”, que alcanzaron un 86 % de reconocimiento en pocos días (y un casi 50 % de personas que creían que era real o podía serlo). Incluso la lucha contra la idea terminó por hacerla ▶



universal. ¿El resultado? La persistente idea de que la reforma original de Obama promovía sesiones quinquenales obligatorias en los adultos mayores para aprender a “terminar con sus vidas”, motivó al equipo promotor de la reforma a retirarla del proyecto, aun cuando la propuesta real hablaba de que estas sesiones serían totalmente opcionales.

Algo similar ocurrió con la elección de Donald Trump. El entonces candidato demostró una capacidad sobrehumana de colocarse en el centro de la agenda y sus detractores entraron al juego enfocándose en criticarle. De esta manera, las primarias fueron siempre un juego de todos contra Trump, pero lo curioso es que desde las primarias del Partido Demócrata no faltaron los comentarios (y, por qué no decirlo, los menosprecios). Al final, todos hablaban de Trump y él logró imponerse no solo en exposición mediática gratuita, sino en temas de la agenda.

Hoy día hablamos de forma más simple. La riqueza verbal parece ir en declive y, además, creamos plataformas que, específicamente, lo demandan. El ejemplo perfecto es Twitter, pero ya lo veíamos en la TV. Las personas nos quedamos preferiblemente con informaciones cortas, impactantes. Esto hace que privilegiemos los titulares. No es extraño ver a personas para las que leer la prensa es un agradable paseo de encabezados. Ahí radica la fatalidad del debate público. Está condenado a pelearse con la naturaleza humana o a dejarse arrastrar por ella.

La cuerda del interés humano se puede tensar, pero muchas veces el hacerlo nos

vemos obligados a ceder a lo básico del comportamiento de las personas. Si a esto agregamos el enorme nivel de desconfianza al que hacíamos referencia al principio del texto, entendemos que las condiciones están dadas para las soluciones radicales o la interpretación radical de todo lo que tenga que ver con política. Tan temprano como en el primer capítulo de su obra, Thompson alude a estudios de opinión en los que se aprecia un declive importante de las personas en sus instituciones gubernamentales.

Esa situación genera la aparición del líder radical que se mueve en la intransigencia cada vez mayor de política y ciudadanía como pez en el agua. Thompson hace un diagnóstico que parece reiterativo, pero no le resta certeza. El problema que identifica es que esta Política de radicalismos pueden lucir muy interesante, pero conduce al bloqueo institucional, retroalimentando el problema original y tensando la capacidad de las instituciones para absorber estos “momentos populistas”.

Siempre aparecen los culpables, entre acusaciones que sobrevuelan trincheras políticas. Pero rara vez aparece el llamado responsable a identificar soluciones en la arena política. Quizá tenga que ver con lo rentable que resulta para algunas organizaciones políticas, e incluso para muchos medios de comunicación y, por qué no, muchos ciudadanos, la pervivencia de la situación de crisis y sordera política. Mark Thompson consigue repasar las principales explicaciones y brindar su aporte a la comprensión de la fractura, pero también a hilvanar alternativas para su reconstrucción. ■



La transformación de la mente moderna

Autores: Jonathan Haidt y Greg Lukianoff
Editorial: Deusto
Nº de páginas: 430

Jonathan Haidt volvió a la carga con este libro escrito junto a Lukianoff, en el que se interrogan sobre la formación que se está prestando en los sistemas educativos a las nuevas generaciones. Los supuestos de universalidad y tolerancia, propios de las universidades, están siendo desplazados por manifestaciones de intolerancia y boicot en el campus. Especialmente en Estados Unidos, donde la educación superior suele ubicarse en el top mundial, los jóvenes son protagonistas de agresiones. Cualquier opinión disidente parece ser silenciada. Todo ello, según los autores, a raíz de la educación recibida que enfatiza en tres ideas indiscutibles: 1) que las dificultades te debilitan; 2) que los sentimientos merecen confianza ciega y preponderante; y 3) que vivimos una lucha entre personas buenas y malas. Deusto nos brinda este provocador libro que tiene todos los elementos para suscitar el debate, aspecto propio de toda democracia. Elemento, por cierto, que los autores echan de menos en las nuevas generaciones de universitarios. ❏



The secret art of lobbying

Autor: Darcy Nicolle
Editorial: Biteback Publishing
Nº de páginas: 304

No hay asunto más oscuro en las democracias que el lobby. Mitificado y vilipendiado, se convierte a la vez en aspiración vocacional de algunos, y en la razón de la protesta de otros. Por eso, Darcy Nicolle se ha encargado de desarrollar un libro con el que se arrojen algunas luces sobre el funcionamiento del "lobbismo". Si bien se centra en el mundo anglo, no es menos cierto que gran parte del cabildeo tiene como referencia al mundo anglosajón. Es allí donde obtuvo su nombre internacional, y donde cobró importancia mundial. Ahora bien, Nicolle pretende con este libro explicar cómo puede abordarse el fenómeno, pero también cómo incorporarse de forma exitosa al mismo.

Estamos ante un texto con pretensiones de manual de cabildeo. No es un asunto menor, especialmente porque gran parte de lo que acontece, no se encuentra normado por leyes, sino que opera en las sombras, o marcos grises, que huyen de los reguladores. ❏



La república de la reputación

Autor: Pau Solanilla
Editorial: Punto de Vista Editores
Nº de páginas: 202

El mundo digital parece ofrecer oportunidades infinitas en cuanto a la libertad de expresión. Sin embargo, en los noticiarios se perciben intentos, en ocasiones muy exitosos, de controlar los nuevos y cada vez más frecuentes espacios de internet por parte de autoridades gubernamentales. Lo que parecía el nuevo reino de la libertad, se convierte en un campo de batalla en el que empresas y gobiernos luchan por proteger y abusar de los derechos y libertades de cada persona. Asimismo, la configuración de algoritmos nos ha conducido a la construcción de bolsas ideológicas caracterizadas por la miopía y la falta de diálogo. De esta manera, la política se ha radicalizado, dando paso a mayores niveles de enfrentamiento y decisiones irreconciliables entre los actores. Pero La República de la Reputación se centra en ese apartado que caracteriza el mundo digital que se ha construido en internet, un nuevo país en el que la reputación es esencial y siempre pende de un hilo. ❏



Lapidarium

A la demoscopia (ya) no le salen las cuentas



VICENTE RODRIGO

@_VRodrigo



JUAN LUIS FERNÁNDEZ

@juanlu_FL

La mediatización de la política, que confiere a las contiendas electorales una dinámica de carrera de caballos en la que cada vez hay más jugadores e incertidumbre sobre el resultado, ha acentuado el interés público hacia las encuestas. Con ello, la constante presión de los actores políticos por estar en primera línea, por optimizar las expectativas de su electorado en busca de los datos que permitan ajustar estrategia y acciones.

Los efectos de las encuestas sobre el comportamiento electoral no son, para nada, un nuevo objeto de estudio. Pero en un momento en que las lealtades partidistas son muy volátiles, su publicación en plena campaña hace que el impacto sobre la opinión pública trascienda los efectos *wandagon* y *underdog*. El primero describe una tendencia de voto hacia el “caballo ganador”: cuantas más personas asuman un comportamiento o una creencia, mayores probabilidades habrá de que otras personas se añadan a esta “moda”. Por el contrario, el efecto *underdog* tomaría el sentido contrario: la intención de voto se modificaría al sentir una parte de la población simpatía por las causas que parecen perdidas, pero que despiertan ilusión, impulsando las “victorias sorpresa”.

Ya sea para vislumbrar victorias esperadas o imprevistas, o simplemente para apuntar tendencias, la demoscopia siempre ha sido un instrumento útil para la explica-

ción del voto desde una perspectiva científica. No obstante, la no-detección de movimientos latentes, a menudo outsiders nacionalistas, hicieron que la victoria del sí al *brexit*, la victoria de Trump o el ascenso de partidos populistas de derecha en muchos países de Europa no fueran del todo apercibidos. No en vano, la *American Association for Public Opinion Research* llegó a crear un comité para estudiar lo ocurrido en las elecciones americanas.

La demoscopia ofrece una foto fija de una realidad cambiante en un intervalo determinado de tiempo, y de una opinión pública sensible a cada acontecimiento que, a menudo, no es difícil de recoger en el trabajo de campo de las encuestas y los sondeos. Fruto de ello, en los últimos años ha emergido un debate en torno a la “crisis de la demoscopia” que provoca que, a ojos de la ciudadanía y de determinados actores, los estudios de opinión públicos o privados, estén sufriendo cuestionamientos externos y pérdida de credibilidad.

Pero no todo tiene que ver con la dificultad metodológica de reflejar el estado de la opinión en tiempo real sin mermar la necesaria validez científica.

Conscientes del poder de manejar las expectativas, sondeos publicados por muchos medios y firmas alimentan la *infoxicación*, haciendo que éstos tengan una lectura sesgada, ya sea en la interpretación de los resultados o en la propia formulación de las preguntas.





▼ Este fenómeno está relacionado con la tenencia a reducir los intermediarios en la política, sin generar el debate necesario en torno a las ideas sino poniendo el foco en la legitimidad de profecías autocumplidas; por ejemplo: la mayoría de los ciudadanos son partidarios de la independencia de una región, o de una determinada coalición de Gobierno, o el respaldo de cierta militancia a un líder político.

Por otra parte, surge un interés creciente de los medios por ofrecer el *last minute* de dicha carrera de caballos, en tiempo real. Esto ha provocado que a la demoscopia le haya salido un competidor a quien tener en cuenta: las casas de apuestas. Se trata de un fenómeno incipiente en Europa, pero que ya parece plenamente instalado en Estados Unidos, tal y como hemos visto recientemente en las primarias del Partido Demócrata. Tras el segundo debate entre candidatos, la mayoría de analistas apuntaron a que la hasta ahora desconocida Kamala Harris había arrollado a Joe Biden, que aún era el gran favorito en la contienda. No obstante, dichos analistas se habían apoyado en la brusca inversión de tendencias en el mercado de apuestas en las horas posteriores al enfrentamiento ante las cámaras. Ahí Harris ya sacaba diez puntos de ventaja al exvicepresidente.

Es cierto que la comparativa no es acertada y probablemente tampoco deseable. Las apuestas son fruto de un afán de lucro, priman el riesgo, la volatilidad y, tienden a sobredimensionar el efecto *underdog*. Pero hay que reconocer que en muchas ocasiones son las primeras en detectar cambios de tendencia y en recoger con mayor agilidad el pulso de la calle, con la potencial capacidad de

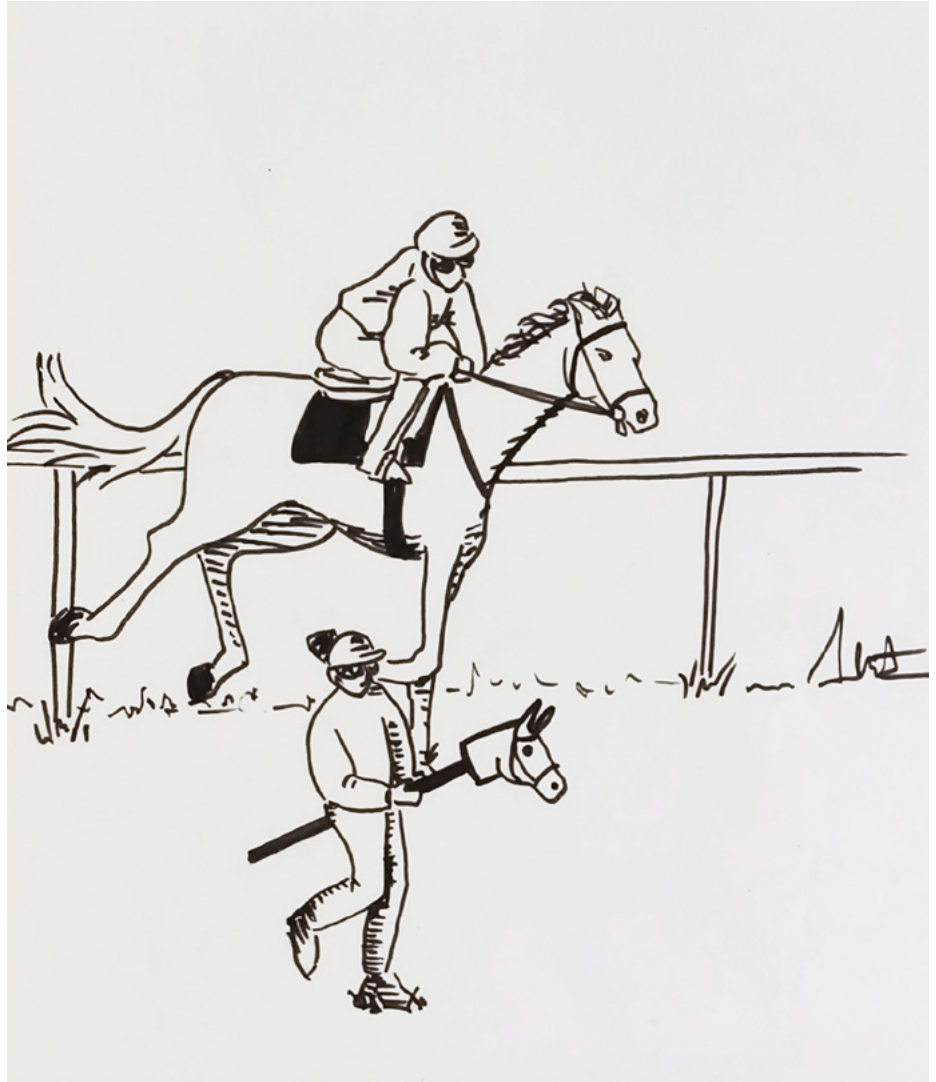


Ilustración: Alberta@alberto_pv

incidencia que ello tiene sobre la demoscopia más rigurosa.

Los riesgos que las casas de apuestas entrañan en cuanto a la falta de rigor o metodología hace que no podamos considerarlas un elemento más de predicción electoral, pero sí a empezar a contar con ellas como actores que hablan de tendencias más de “quién va a ganar”, de promedios y no solo de una foto fija. Está claro, no obstante, que queda camino por recorrer, especialmente en lo que respecta a las lecturas me-

nos politizadas de los datos, a una mayor descripción, aunque sea en detrimento del titular fácil.

Por otra parte, también sería pertinente un debate sobre la necesidad de introducir nuevas variables en los objetos de estudio, sobre todo de cara a evitar una posible mercantilización del sector que tienda a espectacularizar los medios usando la técnica de las casas de apuestas en detrimento del rigor y la metodología. Sin duda, el debate está servido. ✂



Social media

La comunicación política en
el entorno *online*



SOCIAL MEDIA
COMPOL



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986



Emmanuel Macron ✓
@EmmanuelMacron

President Trump and I agree that Iran should never have nuclear weapons. Nothing is certain, but the conditions are such that a meeting between President [@HassanRouhani](#) and President [@realDonaldTrump](#) could take place – and so that an agreement could be reached. [#G7Biarritz](#)



Cuenta de Twitter recomendada

[@EleccionesArgen](#)

Este mes de septiembre recomendamos la cuenta de Twitter de [Elecciones Argentinas](#). Se trata de un portal informativo que tiene como objetivo contribuir al conocimiento y análisis de las elecciones en la República Argentina, así como al fortalecimiento y profundización del debate público sobre el régimen electoral argentino y su influencia en el sistema político. Sin duda, una cuenta a seguir para estar informado de las próximas elecciones presidenciales del 27 de octubre. ✎



El Tuit del mes

A finales del mes de agosto se llevó a cabo en la ciudad francesa de Biarritz la última cumbre del G7. En la misma salió reforzado el liderazgo del presidente francés Emmanuel Macron, que consiguió que Donald Trump no boicoteara dicho encuentro e impulsó una reunión entre el mandatario estadounidense y su homólogo iraní. ✎



El Álbum de Instagram



El protagonista del perfil de Instagram de este mes de septiembre es el candidato a presidente de la Nación Argentina por el Frente de Todos para las elecciones presidenciales de este año. El líder peronista ha publicado más 300 fotografías y tiene más de 411.000 seguidores. 📷



alferdezok  [Seguir](#)  

313 publicaciones 411k seguidores 474 seguidos

Alberto Fernández
Abogado.
Profesor de Derecho Penal (UBA)
Hincha de Argentinos Juniors.
alferdez.com.ar/sumate



Donald J. Trump ✓
@realDonaldTrump



Denmark is a very special country with incredible people, but based on Prime Minister Mette Frederiksen's comments, that she would have no interest in discussing the purchase of Greenland, I will be postponing our meeting scheduled in two weeks for another time....

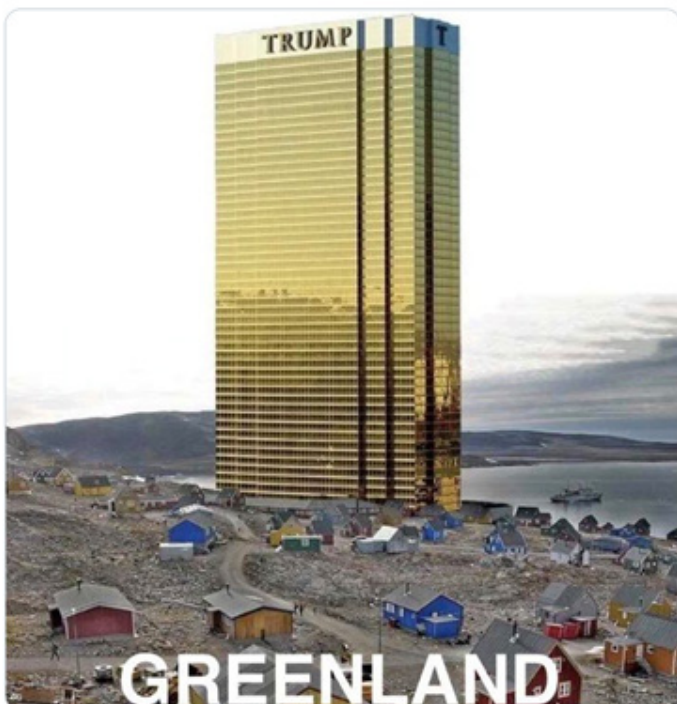


Donald J. Trump ✓
@realDonaldTrump



I promise not to do this to Greenland!

[Traducir Tweet](#)



El Meme

Donald Trump vuelve a ser protagonista del meme del mes, pero en esta ocasión ha sido el propio líder norteamericano el que ha publicado en su cuenta de Twitter un meme ante la polémica surgida de la negativa de la Primera Ministra de Dinamarca a vender a los EE. UU. Groenlandia. [x](#)



Fecha de actualización: 26/08/2019



El Ranking

Los mandatarios del G7 más seguidos en twitter

Partido	Enlace	Nº seguidores
Donald J. Trump (EEUU)	https://twitter.com/realDonaldTrump	63,8M
Justin Trudeau (Canada)	https://twitter.com/JustinTrudeau	4,6M
Emmanuel Macron (Francia)	https://twitter.com/EmmanuelMacron	4,1M
Shinzō Abe (Japón)	https://twitter.com/abeshinzo	1,5M
Boris Johnson (Reino Unido)	https://twitter.com/borisjohnson	989K
Giuseppe Conte (Italia)	https://twitter.com/GiuseppeConteIT	270K



Compoltube



ómo se elige a los candidatos presidenciales en Estados Unidos? ¿Qué son los Superdelegados? ¿Qué es

un Caucus? El video recomendado de este mes en #ComPolTUBE nos explica de la mano de Will Fox, autor del canal Political Junkie News y de Visualpolitik todos los detalles de las primarias norteamericanas.



La foto

Nueva York



ALEJANDRA
ARTERO

@alejandrartero8

El mes de agosto ha sido el periodo de descanso para *La Revista de ACOP*, pero no ha sido así para los políticos y la actualidad. Estas son algunas de las fotografías que resumen los principales titulares internacionales durante nuestro parón:

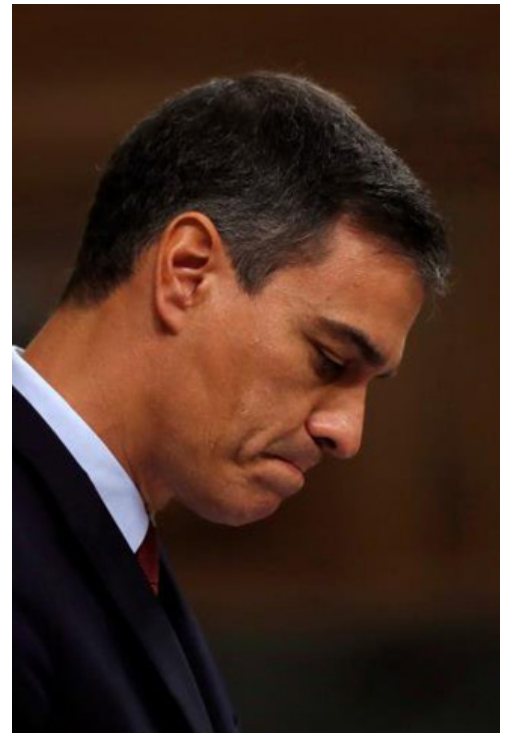
ESPAÑA

Pedro Sánchez aún es presidente del Gobierno de España en funciones. Siguiendo los plazos que marca la Constitución, en julio se celebró el debate de investidura en el que los partidos debían votar para investir al candidato electo. Sánchez no consiguió ni la mayoría absoluta que era necesaria en la primera votación, ni la simple que exigía la segunda.

Las negociaciones con sus socios naturales, Unidas Podemos, se extendieron durante varios días antes del debate pero fracasaron en aterrizar un acuerdo que le hubiera bastado al ejecutivo en funciones para completar su investidura. Desde el partido de Pablo Iglesias, criticaron que "es imposible negociar en 48 horas lo que no se ha hablado en 80 días".

Dentro de los detalles de la negociación que se conocen, el PSOE ofreció un gobierno de coalición a la formación morada, que incluía una vicepresidencia con su número dos, Irene Montero, pero estos exigieron, además, las carteras de Sanidad, Trabajo y Ciencia, lo que hizo que los de Sánchez dieran por rotas las negociaciones y la investidura fracasase.

Pedro Sánchez tendrá otra oportunidad en septiembre cuando, según marca la legalidad, los grupos deberían haber llegado a un acuerdo y se procederá a la tercera votación.



Fuente: [Twitter](#)

Para entonces, el PSOE podría haber alcanzado una alianza con Podemos que, desde luego, parece lejana, aunque no imposible como la abstención que los socialistas le piden al Partido Popular y a Ciudadanos.

De no darse ninguno de estos escenarios, el Rey Felipe VI, Jefe del Estado Español, disolverá ambas cámaras y los españoles estarían llamados a las urnas para otras elecciones generales el próximo día 10 de noviembre.



Fuente: [Twitter](#)

REINO UNIDO

El *brexít* ya va por su tercer primer ministro en tres años, desde que fuese votado en referéndum en 2016. El pasado 23 de julio, el último día de Theresa May en el cargo, Boris Johnson fue elegido por los militantes como nuevo líder tory, derrotando a Jeremy Hunt, Ministro de Asuntos Exteriores.

En su primer discurso al llegar al cargo, Johnson anunció sus tres objetivos principales; unir al partido, implementar el *brexít* y derrotar a Jeremy Corbyn, su principal adversario y líder del partido laborista.

Con la victoria de uno de los principales impulsores del “*We voted leave*”, muchos miembros del ejecutivo de May han abandonado su cargo en vistas a una

previsión agría sobre el impacto de la salida para todos los británicos.

El nuevo inquilino del 10 de *Downing Street* ha asegurado que el Reino Unido abandonará la Unión Europea el día 31 de octubre y ya se reúne con los principales líderes europeos para tratar de conseguir que dicha salida sea mediada.

En un momento, el *backstop*, la cláusula de salvaguarda que mantendría a Irlanda del Norte dentro de la Unión pero evitaría la frontera con el Reino Unido, parecía una buena opción de Boris Johnson para acercarse a dicho acuerdo. Pero la orden de la Reina Isabel II de disolver el Parlamento después de la petición del primer ministro, hace suponer que el “*brexít duro*” está cerca.



Fuente: [Twitter](#)

ESTADOS UNIDOS

Dayton (Ohio) y El Paso (Texas) han sido los últimos focos sobre los que se ha reactivado el eterno debate sobre la libertad de armas en Estados Unidos. Entre ambas localidades, las armas de fuego acabaron con la vida de 31 personas en menos de catorce horas el pasado mes de julio.

Sin embargo, los testigos de ambas matanzas, y con ellos gran parte del país, acusan a Donald Trump de “avivar las llamas del supremacismo blanco” en Estados Unidos, según dijo Joe Biden, favorito a convertirse en el candidato demócrata en las próximas elecciones.

El Presidente, que ajustó su agenda para visitar ambos enclaves en un mismo día, fue recibido con pancartas que reflejaban algunas de sus frases más críticas con las minorías durante su presidencia. Trump aseguró en dichas visitas que “el odio no tiene sitio en Estados Unidos”, pero que “la inmigración es una cosa terrible” para el país.

Durante la jornada, y aun dirigiéndose a dos comunidades afectadas por el crimen de odio, se negó a referirse a la comunidad hispana, aunque sí encontró tiempo para arremeter contra la “izquierda radical” en Twitter.



Fuente: [Twitter](#)

CHINA

Hong Kong se ha convertido en el peor traspíe de Xi Jinping desde que accediese a la Jefatura de Estado de la República Popular China en 2012. La ciudad, una de las dos regiones administrativas especiales del país, vive marcada desde hace unos meses por las protestas, el descontento y la hostilidad policial.

El peor momento de esta crisis se vivió en el mes de julio en el aeropuerto de Hong Kong, uno de los más transitados del mundo, que se vio obligado a bloquear la salida y llegada de todos los vuelos previstos durante horas por la

fuerte presencia de miles de manifestantes que rogaban a los turistas a través de sus pancartas en distintos idiomas que “salvaran a Hong Kong de la tiranía y la brutalidad policial”.

Las protestas centrales de los manifestantes es una Ley de Extradición, ya suspendida, que permitía a China acceder a los fugitivos que se refugien en Hong Kong y el tratamiento de “revuelta” que se ha dado por parte del Gobierno a algunas protestas y que podría suponer hasta diez años de cárcel para los manifestantes.



Fuente: [Twitter](#)

▼ ITALIA

El barco español Open Arms ha estado cerca de suponer el adiós de Giuseppe Conte como primer ministro italiano y ha desatado la crisis en su gobierno.

La embarcación, que lleva el nombre de la ONG a la que pertenece, recogió a principios de agosto a más de un centenar de migrantes que tenían como destino tocar tierra europea. En su travesía, la organización rechazó desembarcar en Malta y siguió hasta aproximarse a 800 metros de la costa de la isla Lampedusa, Italia.

Una vez allí, su solicitud de desembarco fue rechazada por Matteo Salvini, ministro del Interior italiano, que a su negativa añadió que los italianos son “buenos cristianos, pero no tontos” y sugirió que el Open Arms buscara asilo en otros puertos próximos.

España ofreció Algeciras, Mallorca y Menorca, pero la ONG declinó las ofertas de Sánchez, alegando que la travesía era demasiado larga y la situación era ya de crisis humanitaria.

A medida que pasaban los días y la tensión crecía en el Open Arms, lo hacía también en el gobierno italiano que, finalmente, decretó el desembarco inmediato en Lampedusa y la incautación del barco.

La noticia llegó poco después de que el navío militar español Aúdaz iniciara la travesía al rescate del Open Arms y de que Conte anunciara su marcha del gobierno arremetiendo contra Matteo Salvini, al que tachó de “irresponsable”.

Finalmente, el asunto del Open Arms ha desenlazado en un nuevo gobierno de coalición liderado por Conte que, esta vez, no tendrá como aliado a la Liga ultraderechista de Mateo Salvini. ✘



Una caña con...

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





UNA CAÑA CON...

Una caña con... Óscar Santamaría y Paloma Piqueiras



BEERS & POLITICS

@beerspolitic

Àlex Comes

Xavier Peytibi

Óscar Santamaría:

¿A qué te dedicas?

A ayudar a instituciones públicas, organizaciones privadas, gobiernos y líderes políticos, empresariales y sociales a comunicarse mejor con sus públicos. Defino estrategias y, a veces, también coordino su implementación.

También hago mucha formación de portavoces (*media training*) y talleres sobre cómo hablar en público en sesiones de oratoria y retórica.

¿Cómo te formaste?

Soy licenciado en Periodismo, con estudios en Derecho y Máster en Comunicación Institucional por el Instituto de Investigación Ortega y Gasset. Durante trece años fui periodista, los seis últimos como corresponsal en Nueva York para medios españoles y latinoamericanos.

¿Cómo llegaste a ser consultor?

Desde siempre me había interesado, además de la comunicación, la política. Y fue en Nueva York donde pude vivir ambas pasiones muy de cerca. A ello ayudó tener oficina en la sede de la ONU y cubrir las dos campañas electorales estadounidenses, la de 2004 y 2008.

También mis múltiples viajes por América Latina me sirvieron para tener un conocimiento más específico sobre la región, donde posteriormente, y casi desde el ini-

cio como consultor, he trabajado en varias campañas electorales y he coordinado distintos proyectos.

Es decir, que mi formación en comunicación, mi interés por la política y mi conocimiento y viajes por Estados Unidos y América Latina fueron clave para llegar a ser consultor.



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

Ser creativo, tener altas dosis de audacia, creer en lo que se hace. Y estar dispuesto a dedicarle mucho tiempo.

En el aspecto académico, estar formado en alguna de estas disciplinas: ciencia política, sociología, comunicación, pero también relaciones internacionales o derecho. Se aprecia también tener conocimiento en el funcionamiento de la administración pública.

El inglés es imprescindible, pues la academia y la profesión lideran los avances desde el otro lado del Atlántico.

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

Estar actualizado, tener ganas de aprender y estar dispuesto a echarle horas.

¿Un libro?

El poder político en escena, de Luis Arroyo. También *Pensar Rápido, pensar despacio*, de Daniel Kahneman.





Si quieres tomarte "la última", puedes hacerlo aquí

Beers & POLITICS



¿Una película o serie?

Los Idus de Marzo.

¿Un bar?

Cualquiera con buena música.

¿Un hobby?

El deporte, la fotografía y pasar tiempo con Marta y la pequeña Julieta.

¿Una cerveza?

¡Vino!

¿Un lugar para perderse y hacer turismo político?

Para perderse Nueva York, y para turismo político Washington D. C.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

¡Muchos! Por ejemplo, el auge (o caída) del Imperio Romano.

¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Martin Luther King.

¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

ACOP.

¿Que es ACOP para ti?

ACOP es un refrescante espacio compartido de encuentro, debate y conocimiento.

¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Últimamente, cada vez más comunicación de crisis. Pero en general, todo tiene que ver con la reputación entendida de manera integral.

¿Cómo pueden contactarte?

En el teléfono 655107969. O en el email o.santamaria@asesoresdecocomunicacionpublica.com

Paloma Piqueiras:

¿A qué te dedicas?

Soy personal de investigación y docente en la Universidad Complutense de Madrid.

¿Cómo te formaste?

Estudié Periodismo en la Complutense y llevé formándome en la misma universidad prácticamente desde entonces. Al acabar la carrera cursé el Máster de Comunicación de las Organizaciones y después me doctoré en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

Tras la carrera trabajé como redactora y locutora en informativos radiofónicos, con el máster me introduje en el mundo de la empresa, específicamente en el departamento de comunicación de *Siemens Healthineers* y, en esta última etapa, después de la tesis, combiné la docencia y la investigación.

¿Cómo llegaste a tu actual puesto de trabajo?

Mientras realizaba la tesis me presenté a unas becas predoctorales de la Universidad Complutense y el Banco Santander en un proceso competitivo y de libre concurrencia. Cuando me concedieron una de las 70 becas ofertadas me incorporé al Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información. Este hecho fue imprescindible para iniciarme en la carrera académica, pero durante el camino también ha sido fundamental la confianza y apoyo de María José Canel.





¿En qué tema estás trabajando ahora?

Relaciono el compromiso ciudadano con la Administración Pública y la riqueza de las naciones. A través de distintas técnicas estadísticas estudio si el PIB per cápita es mayor en aquellos países en los que sus ciudadanos tienen mejores relaciones con el sector público. De momento, todos los estudios indican que es así: en el nivel de riqueza también influye el nivel de *engagement*.

¿Donde podemos leer tus publicaciones?

Principalmente en Researchgate.

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

Conocer bien el negocio, generar confianza y ser capaz de adaptarse a cualquier cambio o imprevisto.

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

Que se forme al máximo y que esté muy informado de lo que pasa a su alrededor. Siempre es bueno leer más, escuchar más e intentar saber más. Pero, sobre todo, le recomendaría que estuviera atento a su entorno profesional y que aprendiese de todas las personas del sector a las que tenga acceso. Rodearse de buenos profesionales no tiene precio.

¿Un libro?

Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza (Daron Acemoglu y James A. Robinson).

Una buena mezcla de economía, sociología y política que da explicación a por qué unas naciones son más ricas que otras.

¿Una película o serie?

Difícil decidirse. Mejor digo una de cada. Película: *El desafío: Frost contra Nixon*.

Serie: *El ala oeste de la Casa Blanca*.

¿Un bar?

Ana La Santa (Plaza Santa Ana, Madrid). Hacen unos cócteles estupendos.

¿Un hobby?

La natación y la música (aunque mi violín lleva tiempo sin salir de su funda).

¿Una cerveza?

Una "made in" Asturias, Caleyá.

¿Un lugar para perderse y hacer turismo político?

Atenas.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

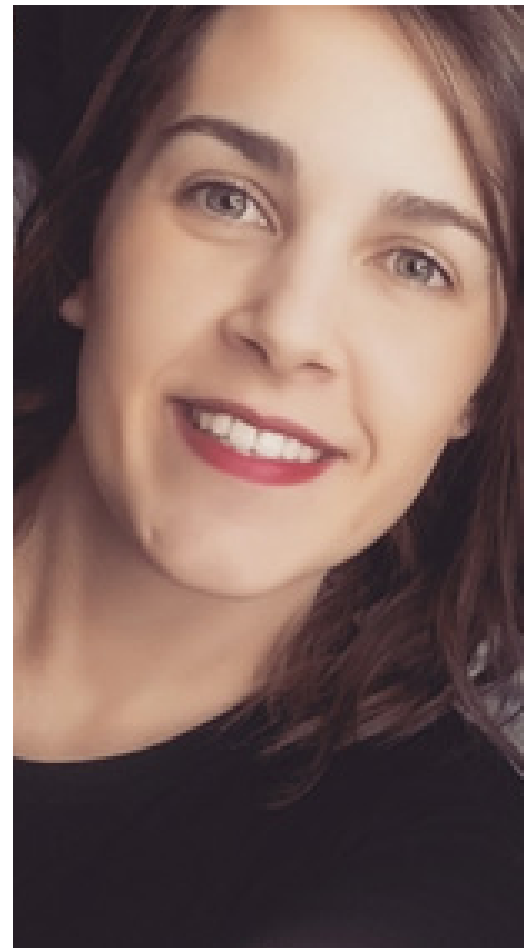
El ascenso político de Julio César.

¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Nelson Mandela.

¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

ACOP. Soy miembro de su Comité Académico.



¿Qué es ACOP para ti?

Un espacio único para debatir sobre comunicación política y para enfrentarse, de la mano de grandes profesionales, los retos que van surgiendo en esta disciplina.

¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Gestión de bienes intangibles (especialmente en la Administración Pública) y su impacto en la economía.

¿Cómo pueden contactarte?

A través de LinkedIn ([Paloma Piqueiras Conlledo](#)) o por correo electrónico: ppiqueiras@ucm.es ✉



Noticias ACOP

La actualidad de
nuestra asociación





NOTICIAS ACOP

La delegación de ACOP Andalucía se renueva



Tras dos mandatos consecutivos en los que el socio Juan Carlos Calderón puso en marcha la delegación de ACOP Andalucía, la dirección se renueva. Calderón cede el testigo a Guadalupe Talavera, consultora de Dialoga Consultores, politóloga, licenciada en derecho y socia de ACOP.

El consejo directivo quiere agradecer públicamente a Juan Carlos Calderón su trabajo durante todos estos años en los que ha demostrado una gran disposición y cariño a la familia de la Comunicación Política en Andalucía. Calderón ha sido una referencia en la forma de gestionar la operativa de las delegaciones territoriales, organizando eventos y promoviendo acuerdos de colaboración con universidades y entidades educativas. Del mismo modo, el Consejo le desea a Guadalupe Talavera todos los éxitos en esta nueva etapa en la que afronta el reto de la consolidación de la delegación y el mantenimiento de la actividad en la región.

Recuerda que si quieres formar parte de esta delegación o tienes cualquier cuestión que comentarnos puedes dirigirte a acopandalucia@compolitica.com ✉



Descuento para socios de ACOP en los cursos de la UNIR



El 28 de octubre de 2019 dará comienzo la 3ª edición del Programa Avanzado de Campañas Electorales de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), en el que colabora la Asociación de Comunicación Política (ACOP).

Por este motivo, y como en anteriores convocatorias, hasta el 22 de octubre los socios de ACOP dispondrán de un 15 % extra acumulable al descuento en vigor en la web en el momento de la compra. Se trata de un Programa Avanzado enfocado a futuros asesores y estrategias políticos, con una duración de trece semanas y de modalidad 100 % *online*.

Puedes consultar todos los [descuentos disponibles para los socios de ACOP en este enlace](#).



Descuento para socios en el Congreso “La Comunicación hoy” organizado por Atrevia

II CONGRESO IBEROAMERICANO
LA COMUNICACIÓN HOY
BARCELONA - 26 - SEPTIEMBRE - 2019

PONENTES INSCRÍBETE PROGRAMA

Aprovecha el descuento de verano del 25%

ATREVIA PORQUE HOY LA COMUNICACIÓN TIENE NUEVOS DESAFÍOS
AGENCIA CONSULTORA TECNOLÓGICA

REPUTACIÓN | CULTURA Y TRANSFORMACIÓN | LIDERAZGO |
DIVERSIDAD Y TALENTO | SOCIAL LISTENING | MARCAS CON
PROPÓSITO | NUEVOS DRIVERS DE INFLUENCIA | SOSTENIBILIDAD
| LEGITIMIDAD SOCIAL |

Barcelona será la ciudad que acogerá la segunda edición del Congreso Iberoamericano “La Comunicación hoy”, organizado por Atrevia. Una cita ineludible que tendrá lugar el 26 de septiembre de 9.30 horas a 18.00 horas y a la que los socios de ACOP podrán acudir con un código exclusivo de descuento del 35 % gracias al código **ATRACOP19**.

El II Congreso “La Comunicación hoy” será un espacio en el que a través de un panel de ponentes expertos, mesas redondas y casos de éxito se ahondará en temas esenciales como reputación, cultura, comunicación, liderazgo, marcas con propósito, legitimidad social, diversidad o talento e influencia. El Congreso va dirigido a CEOs, Directores/Responsables de Recursos Humanos, Comunicación, Marketing y Relaciones Institucionales, entre otros. Tienes más información sobre ponentes y programa en [este enlace](#).



Tabla valoración

Índice de popularidad de los
protagonistas políticos

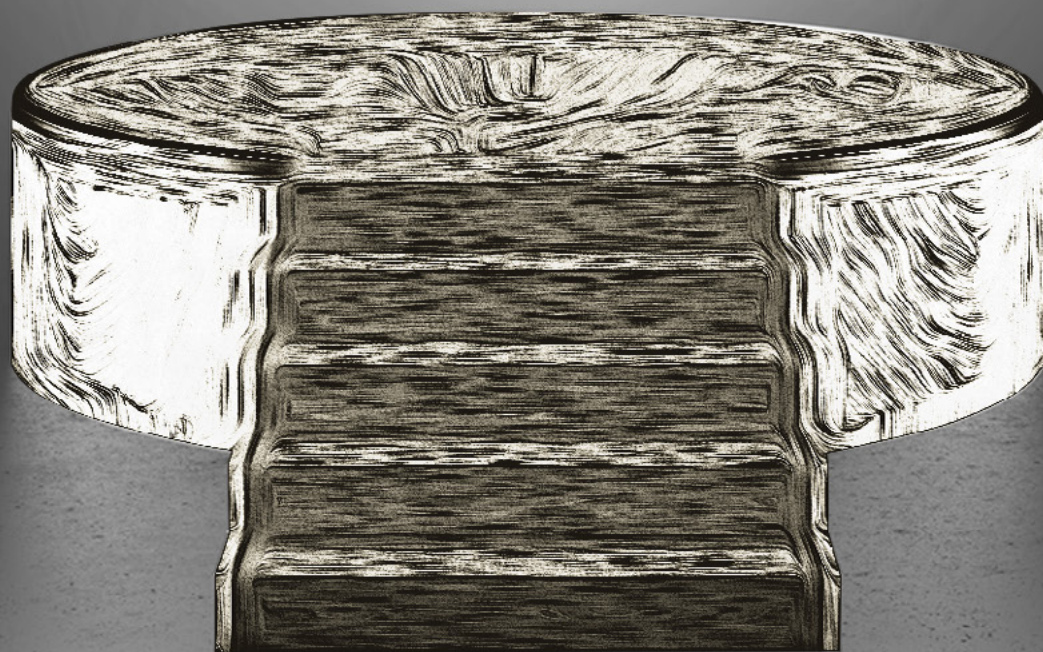


Tabla de valoración

Septiembre 2019

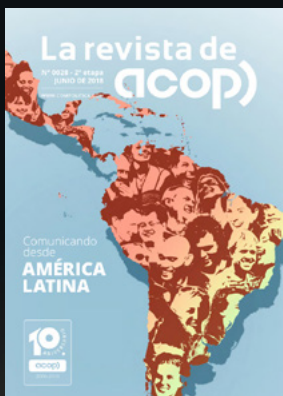
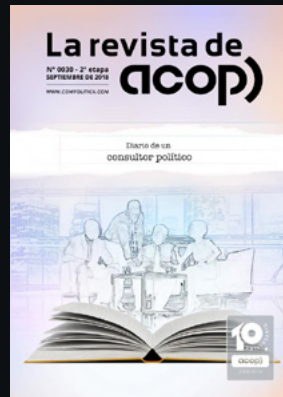
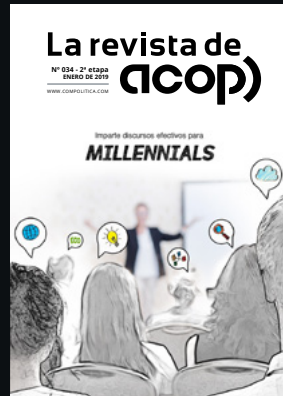
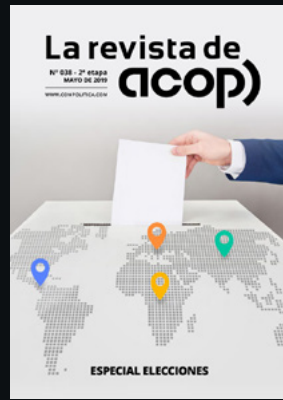
MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
 Putin - Rusia	67 %	Levada	Agosto 2019	▼ -6
 López Obrador - México	62 %	Consulta Mitofsky	Agosto 2019	
 Vizcarra - Perú	57 %	Ipsos	Agosto 2019	▲ +12
 Costa - Portugal	55 %	Eurosondagem	Junio 2019	▲ +3
 Merkel - Alemania	54 %	Infratest Dimap	Julio 2019	
 Medina - R. Dominicana	53 %	Gallup	Abril 2019	
 Sánchez - España	50 %	Metroscopia	Julio 2019	▲ +4
 Morrison - Australia	48 %	Essecial Report	Agosto 2019	
 Conte - Italia	48 %	Istituto IXE	Septiembre 2019	▲ +1
 Morales - Bolivia	46 %	Ipsos	Abril 2019	
 Trump - EE. UU.	41 %	Gallup	Agosto 2019	
 Jhonson - Reino Unido	41 %	Opinium	Agosto 2019	
 Varadkar - Irlanda	36 %	Irish Times	Mayo 2019	
 Macri - Argentina	34 %	Gustavo Córdoba y asociados	Agosto 2019	
 Macron - Francia	34 %	Ifop-Fiducial	Agosto 2019	▲ +2
 Trudeau - Canadá	33 %	Campaign Research	Agosto 2019	▲ +1
 Carrie Lam - Hong Kong	33 %	Universidad de Hong Kong	Junio 2019	
 Bolsonaro - Brasil	29 %	Datafolha	Agosto 2019	▼ -4
 Duque - Colombia	29 %	Gallup	Agosto 2019	
 Tabaré Vázquez - Uruguay	28 %	Opcion	Junio 2019	
 Piñera - Chile	27 %	CERC-MORI	Mayo 2019	
 Moreno - Ecuador	24 %	Cedatos	Julio 2019	▼ -2

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

Nota:

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

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



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



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



/user/compolitica

La revista de
acop)