

La revista de COP)

Nº 047 - 2ª etapa
MARZO DE 2020

WWW.COMPOLITICA.COM

La "trampa 22" de la comunicación y el
liderazgo político para las mujeres

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)

Pablo Martín Díez

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

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

Verónica Crespo, [@vcrespo03](https://twitter.com/vcrespo03)

Marina Isún, [@marinaisun](https://twitter.com/marinaisun)

REVISIÓN Y CORRECCIÓN

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

DISEÑO

Estudio VicenteRojo, www.vicenterojo.net

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

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

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

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

Stanley Greenberg, doctor en Harvard.

Marta Lagos, directora fundadora de la Corporación Latinobarómetro.

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

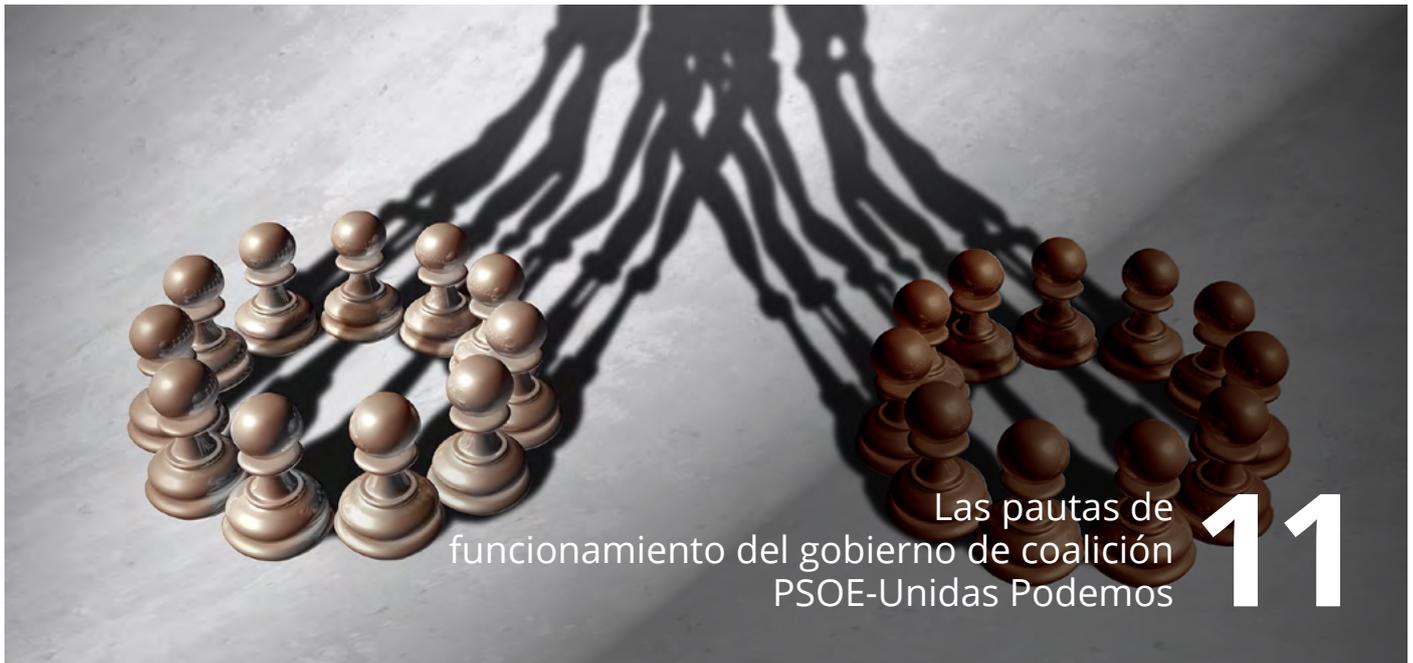
Holli A. Semetko, directora de la Oficina de Asuntos Exteriores y del Instituto Calus M. Halle for Global Learning, Universidad de Emory.

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

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

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

La revista de ACOP, Segunda Etapa
ISSN 2445-3951



Las pautas de funcionamiento del gobierno de coalición PSOE-Unidas Podemos

11



Entrevista a Jordi Rodríguez Virgili

17



El protocolo del adiós

23

04 **A FONDO**
La "trampa 22" de la comunicación y el liderazgo político para las mujeres
Virginia García Beaudoux

23 **TENDENCIAS**
El protocolo del adiós
Diana Rubio

30 **EL CAJÓN DEL CONSULTOR**
Calendario Electoral
Verónica Crespo

43 **SOCIAL MEDIA COMPOL**
El Blog
Marina Isún

12 **A FONDO**
Las pautas de funcionamiento del gobierno de coalición PSOE-Unidas Podemos
Joan Ridao

24 **TENDENCIAS**
ComPol en femenino
Gabriela Ortega

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

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

16 **ENTREVISTA A**
Jordi Rodríguez Virgili
Alejandra Artero

26 **TENDENCIAS**
La caída de los dioses
Tamara Gorines

36 **EL CAJÓN DEL CONSULTOR**
Lapidarium
Alberta Pérez

46 **UNA CAÑA CON...**
Pedro Marfil e Irene Asiaín
Beers & Politics

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

38 **SOCIAL MEDIA COMPOL**
Daniel García

50 **NOTICIAS ACOP**

55 **TABLA DE VALORACIÓN**
Marzo 2020
Redacción



A fondo

Artículos de investigación en
comunicación política





A FONDO

La “trampa 22” de la comunicación y el liderazgo político para las mujeres



**VIRGINIA GARCÍA
BEAUDOUX**

@virgbeaudoux
Especialista en
comunicación política
con perspectiva de
género
@communicationxxi

El concepto “trampa 22” fue acuñado por el escritor Joseph Heller en la novela bélica homónima, *Catch 22*. Alude a una situación paradójica de la cual una persona no puede escapar porque las condiciones o términos encierran una contradicción o mutua dependencia que no se puede resolver: a los jóvenes con frecuencia no los contratan por su falta de experiencia, y no tienen experiencia porque no los contratan. En la comunicación del liderazgo de las mujeres que se dedican a la política, existe una poderosa trampa 22 en la que se les induce a caer cuando las tareas de asesoramiento y consultoría se realizan sin perspectiva de género.

No cabe duda: el liderazgo es masculino. Así lo establece uno de los estereotipos más extendidos y dominantes en nuestra cultura, que es también uno de los más injustos e imprecisos. Eso significa que no da lo mismo ser hombre o ser mujer en la política. A primera vista, se tiende a pensar que es un problema de América Latina; pero lo cierto es que en Estados Unidos y en numerosos países de Europa nunca conocimos una mujer jefa de Estado o de gobierno. Francia jamás tuvo una presidenta y solo una primera ministra; y en España hasta el momento ninguno de los grandes partidos acudió a las urnas siquiera una vez

presentando una candidata. Existe un sesgo inconsciente de género que nos hace pensar que el liderazgo es masculino y que los hombres son líderes innatos. Cuando una mujer lidera, en cambio, debe dar pruebas reiteradas de estar en capacidad de hacerlo, porque desafía ese estereotipo tan arraigado que indica que el liderazgo tiene género y es masculino. Hemos establecido una identidad entre el liderazgo y las características que cultural y arbitrariamente determinamos que definen a “lo masculino” –por ejemplo, ejecutividad, asertividad, ambición, racionalidad, capacidad de dirigir, fortaleza-; y no así con lo que socialmente hemos estipulado que son los rasgos “propios de lo femenino”. Ese sesgo inconsciente, que incorporamos todas las personas en los procesos de socialización desde la infancia, resulta en prejuicios respecto de las habilidades para liderar que presumimos que tienen varones y mujeres, ubicando a las mujeres en situación de desventaja en las preferencias de la ciudadanía y de los votantes a la hora de elegir a quienes consideran seres idóneos para gobernar, legislar, y solucionar los problemas públicos y políticos. Es un estereotipo tan sólido, que hasta se ve reflejado cotidianamente en la comunicación a la que nos exponemos a diario: de 127 personajes con cargos políticos que vemos actualmente en series de televisión, solo doce son mujeres.

“ No da lo mismo ser hombre o ser mujer en la política

Lamentablemente, cuando se brinda asesoramiento en actividades de consultoría a candidatas y mujeres políticas, en reiteradas ocasiones no se tiene en cuenta ese factor crucial. Al igual que a los candidatos y políticos hombres, se les recomienda que enfatizen en su comunicación, en sus redes sociales y en sus apariciones públicas sus habilidades blandas de liderazgo, es decir, habilidades tales como la empatía, la escucha activa, la cooperación y la inteligencia interpersonal. En el caso de ellos, esa recomendación suele funcionar bien porque, erróneamente, se descuenta que los hombres líderes traen consigo ▶



por *default* y por naturaleza habilidades duras de liderazgo, tales como la ejecutividad, la capacidad de dirección, administración y planificación estratégica. Por lo tanto, cuando políticos y candidatos comunican públicamente destrezas y habilidades blandas, eso les *suma* valor, los hace verse como mejores y más completos líderes. Cuando ellos comunican estar en posesión de habilidades blandas de liderazgo, el sesgo inconsciente nos lleva a inferir automáticamente que además de las duras tienen las blandas.

“ Erróneamente se descuenta que los hombres líderes traen consigo por *default* y por naturaleza habilidades duras de liderazgo

En el caso de las mujeres, sucede todo lo contrario. No solo no se da por sentado que tienen habilidades duras para liderar, sino que cuando comunican habilidades blandas de liderazgo, la asunción automática e inconsciente de la ciudadanía es que lo hacen porque carecen de las otras, de las habilidades duras, y las blandas son lo único que pueden mostrar. Se asume que, por el mero hecho de ser mujeres, ya vienen “genéticamente” equipadas con habilidades blandas, pero en ningún caso se descuenta que poseen las duras, que son además las más valoradas. Para quienes, como en mi caso, reciban un correo una vez al mes en el que les ofrecen cursos y entrenamientos diversos para potenciar sus habilidades blandas de liderazgo, afirmando que ellas son la clave que garantizará el éxito a líderes y lideresas del siglo XXI, permítanme referirlos a los resultados de un estudio publicado en *Frontiers in Psychology* en octubre de 2018, realizado por los





▼ investigadores Vial y Napier de la Universidad de Yale y la Universidad de Nueva York respectivamente, que evidencia que no asignamos el mismo valor a las habilidades duras y blandas. A la hora de evaluar atributos de liderazgo, las personas continuamos asociando el liderazgo y valorando más a las y los líderes que exhiben características como habilidad de análisis, de planificación, dirección estratégica, ejecutividad, competitividad, agencia y asertividad. En otras palabras, las viejas y bien conocidas habilidades duras de toda la vida. Las habilidades blandas se valoran muy positivamente también, pero únicamente en tanto y en cuanto vengan a complementar a las duras, a las que se considera primordiales y definitorias del liderazgo.

“ Las habilidades blandas se valoran muy positivamente también, pero únicamente en tanto y en cuanto vengan a complementar a las duras

¿CUÁL ES "LA TRAMPA 22" PARA LAS MUJERES DEDICADAS A LA POLÍTICA?

Si enfatizan en su comunicación las habilidades de liderazgo político blandas, que de antemano son las consideradas propias de su género, se asume que lo hacen porque carecen de las destrezas duras del liderazgo. Pero aquellas



que en su comunicación contradicen la prescripción de género y exhiben comportamientos catalogados como “masculinos” a la hora de liderar, por ejemplo, comunicando ambición, orientación al poder, una tendencia a dirigir y ponerse al mando o a asumir riesgos, suelen ser percibidas negativamente y etiquetadas como mandonas, mujeres desagradables, mujeres atípicas y “raras” en las que no se puede confiar. El desafío para evitar

que las mujeres caigan en la trampa 22 es la doble tarea de comunicar que cuentan con habilidades duras y blandas, brindarles un asesoramiento técnico que les permita comunicar de manera efectiva que están en posesión de ambos tipos de atributos de liderazgo: los duros y los blandos.

Otro error frecuente, pariente cercano del que acabamos de catalogar, que se suele cometer en el ▶



▼
asesoramiento con mujeres políticas y candidatas, es aconsejarles que en su comunicación enfatizen aspectos de sus vidas personales y cotidianas, que se muestren en actividades con sus familias, con el objetivo de generar cercanía emocional con la ciudadanía o el electorado. Esa indicación, que en numerosas ocasiones resulta efectiva para los hombres de la política, es un suelo peligrosamente resbaladizo para las mujeres. Una vez más, a causa de nuestros sesgos perceptuales inconscientes, cuando vemos, leemos o escuchamos a un hombre político, asumimos automáticamente que la política es “su” dominio, “su” reino, y que el espacio público es suyo desde siempre y les es tan natural como el agua al pez. Por esa razón, cuando comparten imágenes de sus vidas privadas, que los retratan como padres amorosos que se ocupan sus hijos, como compañeros considerados involucrados en las tareas de cuidado y del hogar, o en su día de compras en el supermercado, eso les suma, porque les aporta una cuota de cercanía humana.

“ Si continuamos al ritmo actual cerrar la brecha otros 95 años

Les tengo una noticia: cuando vemos a una mujer política, el primer estereotipo que se activa y nos viene a la mente es el que reafirma que el espacio natural de las mujeres es el mundo de lo doméstico, de lo privado, e inconscientemente surgen preguntas y cuestionamientos tales como “¿será capaz de compatibilizar la cantidad de horas del día y de la noche

que la política implica pasar fuera de la casa, con el cuidado de su familia y de sus hijos?”. Las mujeres, ya son familiares, cercanas y cotidianas, por lo que no necesitamos reforzar esa imagen en su comunicación. Todo lo contrario: nuestro desafío desde el asesoramiento técnico y la consultoría política profesional es ayudarlas a posicionarse y a visibilizarse en el espacio público y político, comunicar para desafiar y cambiar el imaginario social dominante.

“ Los medios de comunicación dan un tratamiento diferente a las mujeres que a los hombres de la política

Recordemos, además, que los medios de comunicación dan un tratamiento diferente a las mujeres que a los hombres de la política: el trato que ellas reciben suele ser más familiar e irreverente, se realizan más comentarios acerca de sus vidas privadas y estado sentimental, se cuestiona con más frecuencia si están preparadas para el cargo que ocupan o pretenden, el tuteo en las entrevistas es más frecuente, en muchos casos las mencionan por sus nombres despojadas de sus apellidos, reciben más preguntas acerca de cómo se las ingenian para compatibilizar la carga doméstica con la del trabajo público, la vestimenta y apariencia de ellas recibe mucha más atención en los medios que la de ellos, y la edad de las mujeres políticas es un tema más frecuente de interés para los medios que la de sus colegas varones.

Mis observaciones acerca de la “trampa 22” provienen de lecciones aprendidas en el territorio de la consultoría, acompañando codo a codo a mujeres políticas y candidatas electorales. Lecciones aprendidas después de haberme equivocado en diversas oportunidades por no haber tenido en cuenta la necesidad de incorporar la perspectiva de género en el diseño de sus estrategias de comunicación. Lecciones aprendidas después de haber cometido errores al asesorarlas por no anticipar que ellas, por el hecho de ser mujeres, recibirían un tratamiento diferente de la ciudadanía y de los medios. Lecciones aprendidas por ensayo y error después de haber tenido la oportunidad en los últimos años de asesorar y conocer a más de 3.500 mujeres de la política en países tan diversos como México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Paraguay, Chile, Argentina y Uruguay. Sin importar si son candidatas o políticas en funciones; si ocupan cargos ejecutivos o legislativos, si son de partidos políticos mayoritarios o minoritarios, gobierno u oposición, representantes nacionales o de gobiernos locales, pertenecientes a mayorías o minorías étnicas, jóvenes o mayores; he podido constatar a través del día a día de sus experiencias que a su paso encuentran trampas y desafíos que se repiten una y otra vez, sin importar la latitud geográfica. Estereotipos, obstáculos, y trampas que la política las obliga a sortear a sola razón de su género, y que constituyen poderosas barreras para sus posibilidades de acceso y permanencia en cargos políticos. ▶



Las cuestiones a las que me refiero tienen consecuencias reales que perjudican a las mujeres en los escenarios políticos. A pesar de los avances, únicamente 19 de 193 países tienen una jefa de Estado o de gobierno, y apenas nueve tienen al menos 50 % de mujeres ministras en sus gabinetes. Según el reciente reporte 2020 del *World Economic Forum*, que mide las brechas de género en salud, educación, trabajo y política, aún resta mucho por hacer para lograr la paridad. Aunque la brecha en el ámbito de la política ha mejorado, el informe llama la atención sobre el hecho de que la política continúa siendo el área en la que, a pesar de los avances, se ha realizado el menor progreso hasta la fecha. En la actualidad, las mujeres ocupan solo 25,2 % de las bancas en las cámaras bajas de los parlamentos del mundo, y 21,2 % de las carteras ministeriales. Si continuamos al ritmo actual cerrar la brecha requerirá otros 95 años, es decir, la vida de una persona longeva. Requerirá que mi sobrina Lola, de catorce años, goce de buena salud otros 81 años más para que en su vejez tardía pueda ser testigo de que la política, que ya hoy mueve sus opiniones y curiosidad, la incluye en igualdad de condiciones y oportunidades. Me pregunto y les pregunto: ¿es justa esa situación?, ¿es esta una conversación para estar manteniendo en la tercera década del siglo XXI? Lamentablemente lo es, aunque no debería serlo. Está en nuestras manos, en nuestras acciones y decisiones diarias, reducir esos 95 años hasta cerrar la brecha que nos permita lograr un mundo paritario. ✎







A FONDO

Las pautas de funcionamiento del gobierno de coalición PSOE-Unidas Podemos

En particular su estrategia de comunicación política



JOAN RIDAO

@JoanRidao

Profesor Titular de Derecho Constitucional

LOS GOBIERNOS DE COALICIÓN EN ESPAÑA Y EL ESTUDIO DEL FENÓMENO COALICIONAL

Todos los partidos políticos aspiran a gobernar en solitario. Pero lo cierto es que, en democracia, en todo el mundo, los gobiernos de coalición son mucho más probables como demuestran los datos científicos. En España, con la llamativa excepción hasta ahora de los gobiernos estatales, los gobiernos de coalición han sido una realidad incontestable desde la restauración democrática, tanto en la arena autonómica como local.

Uno de los objetivos centrales de los estudios de este fenómeno en los diferentes niveles político-territoriales es el análisis de las estrategias desarrolladas por los partidos políticos durante los procesos de negociación. Pero, junto al reparto del poder político, como ha puesto

de relieve recientemente el profesor Jordi Matas, también se examina el balance de su ejecutoria durante la legislatura, su grado de longevidad, y sobre todo las herramientas previstas para garantizar la supervivencia político-parlamentaria del gobierno, señaladamente los protocolos o acuerdos de funcionamiento del gobierno plural, incluida su estrategia comunicativa.

OBSERVATORIO DE LOS GOBIERNOS DECOALICIÓN EN ESPAÑA (OGC) - CCAA (1980-2017)

235 GOBIERNOS	Actualmente	Histórico
GOBIERNOS UNIPARTIDISTAS MAYORITARIOS	3 (18,7 %)	85 (36,2 %)
GOBIERNOS UNIPARTIDISTAS MINORITARIOS	9 (56,2 %)	53 (22,5 %)
GOBIERNOS DE COALICIÓN MAYORITARIOS	2 (12,5 %)	55 (23,4 %)
GOBIERNOS DE COALICIÓN MINORITARIOS	4 (25,0 %)	39 (16,6 %)
GOBIERNOS DE COALICIÓN SOBREDIMENSIONADOS	0 (0 %)	3 (1,3 %)

Fuente: Observatorio de los Gobiernos de Coalición en España. Universitat de Barcelona

Uno de los objetivos centrales de los estudios de este fenómeno en los diferentes niveles político-territoriales es el análisis de las estrategias desarrolladas por los partidos políticos durante los procesos de negociación. Pero, junto al reparto del poder político, como ha puesto de relieve recientemente el



PSOE



profesor Jordi Matas¹, también se examina el balance de su ejecutoria durante la legislatura, su grado de longevidad, y sobre todo las herramientas previstas para garantizar la supervivencia político-parlamentaria del gobierno, señaladamente los protocolos o acuerdos de funcionamiento del gobierno plural, incluida su estrategia comunicativa.



Transitando así desde un ignoto “gobierno de cooperación” [...] hacia un gobierno de coalición explícito, el primero desde el franquismo

EL PACTO PSOE-UNIDAS PODEMOS

Inmediatamente después de conocerse los resultados de las pasadas elecciones generales, el candidato del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) a la presidencia del Gobierno, Pedro Sánchez, se apresuró a anunciar la intención de formar un gobierno de coalición con Unidas Podemos (UP). Así, después del renovado desafío a las urnas —un tanto temerario, vistos los resultados—, el líder socialista aparcó sus recelos hacia la formación morada e incluso sus insólitas reservas hacia la lógica de funcionamiento del pluralismo político en los sistemas parlamentarios, optando por una senda muy europea, esto es, la de experimentar un gobierno de coalición, transitando así desde un ignoto “gobierno de cooperación”, fundado en el mero reparto de cargos a cambio de apoyo parlamentario, hacia un gobierno de coalición explícito, el primero desde el franquismo. ▶

¹ En una trilogía de apuntes sobre la coalición PSOE-UP (vid. <https://www.larepublica.cat/opinio/el-govern-de-coalicio-psoe-podemos-i-la-distribucio-de-carteres/>)



Aunque todavía es prematuro para extraer conclusiones definitivas, podemos avanzar que el acuerdo coalicional objeto de nuestro análisis, a grandes rasgos, ha seguido el canon o las pautas que la doctrina y la mejor praxis recomiendan para consolidar un buen pacto de gobierno compartido. Con todo, habrá que estar atentos al desarrollo del mismo, lo que, sin duda, contribuirá a modelar no solo la percepción de la acción de gobierno, sino también el rol mismo del resto de partidos políticos, de la actividad de las Cortes y, sobre todo, de la propia cultura política española.



No obstante, salta a la vista que ese reparto ha comportado una artificiosa inflación del número de carteras

LA DISTRIBUCIÓN INTERNA DEL PODER POLÍTICO

Claro está que no todo han sido aciertos en el acuerdo. Uno de los elementos más deficientes ha sido la distribución del poder (*office seeking*), sobre todo de las vicepresidencias y ministerios. En el plano cuantitativo podría decirse que la asignación de esas relevantes parcelas ha seguido la llamada “Ley de Gamson”, es decir, se ha tomado como referencia el porcentaje de escaños de cada formación coaligada. Como el PSOE aporta el 77 % de los escaños —con 120 diputados— y UP el 23 % restante —con 35 diputados—, ésta ha sido, con la máxima fidelidad posible, la cuota utilizada en la distribución de

las vicepresidencias (75 % para el PSOE —tres— y el 25 % para Podemos —una—), y de los ministerios (78 % para el PSOE —catorce— y el 22 % para UP —cuatro—). Y, si contabilizamos las vicepresidencias como ministerios, la cuota se ajusta perfectamente: 77 % para el PSOE —17— y el 23 % para Podemos —cinco—. No obstante, salta a la vista que ese reparto ha comportado una artificiosa inflación del número de carteras, consecuencia del natural y pernicioso afán de los partidos coaligados de controlar los ámbitos más relevantes del poder con personas de su confianza, al margen de criterios de racionalidad administrativa.

Desde el punto de vista cualitativo, la asignación de vicepresidencias y ministerios reproduce los clichés de aquellas tempranas coaliciones basadas en el recelo interpartidario: hay un control por parte del partido alfa (el PSOE, que además es el más ducho en la tarea gubernamental) de aquellas vicepresidencias y ministerios más destacados (Economía, Hacienda, Asuntos Exteriores, Defensa o Interior); mientras que UP ostenta ministerios de perfil modesto (con la excepción, quizás, del de Trabajo), e incluso subordinados a los dirigidos por los socialistas (v.gr. la dirección general de Consumo elevada a rango ministerial, en manos del líder de IU, Alberto Garzón). Esto último demuestra que la valoración del peso específico de las carteras no puede hacerse atendiendo exclusivamente a criterios objetivos como el impacto social de las políticas impulsadas por cada área gubernamental sino también en función de otros factores subjetivos como los liderazgos, la ideología o el contexto político.

Finalmente, hay otro aspecto de la distribución del poder todavía por concretar, y que es mucho menos goloso excepto para ávidos y diarios lectores del BOE: los altos cargos y los cargos de confianza política en forma de personal eventual, pero también de altos funcionarios “asimilados” en la práctica a altos cargos. Por lo pronto, de los datos de que disponemos ya se pueden extraer tres conclusiones: la primera, que el criterio de distribución del *sottogoverno* será básicamente vertical (nunca transversal), es decir, que las personas que ocuparán estos cargos serán de la confianza del partido que dirige el ministerio. En segundo término, que todo apunta que va a incrementarse el número de cargos de confianza de forma exponencial —e innecesaria—. Finalmente, que, en el diseño de la estructura de altos cargos —puesto que el del personal eventual es más lento—, UP sale mal parada, pues el 85 % de las secretarías de estado estarán controladas por el PSOE y solo el 15 % por los *podeimitas*.

LAS PAUTAS DE FUNCIONAMIENTO INTERNO DE LA COALICIÓN

Ya se ha dicho que la estabilidad de todo gobierno de coalición no solo depende de un buen análisis de los elementos que condicionan el escenario negociador, ni de velar por la consecución de los objetivos programáticos de cada uno de los socios o del reparto proporcional de responsabilidades, sino también de que se establezcan unas adecuadas pautas de funcionamiento interno. Es esencial, pues, la disciplina entre todos los actores implicados. Es vital que la estrategia no sea la improvisación, aunque luego el día a día vaya ▶



▼
ajustando tácticamente las cosas. Es preciso, igualmente, conciliar el pluralismo (los partidos naturalmente volverán a competir en el futuro) con la homogeneidad del mensaje, evitando la polifonía y las discrepancias feroces en público.

Es por esto por lo que los socios del autodenominado Gobierno Progresista han redactado un acuerdo, ni que sea sucinto, llamado "Protocolo de funcionamiento, coordinación, desarrollo y seguimiento del acuerdo del Gobierno progresista de coalición PSOE y Unidas Podemos". Las cinco páginas de este documento contienen una veintena de puntos, que los partidos se comprometen a respetar, agrupados en varios apartados: unos principios básicos de funcionamiento de la coalición, la creación de una comisión de seguimiento del acuerdo y otra de seguimiento parlamentario, una estrategia de comunicación conjunta, y un procedimiento para la resolución de discrepancias. Se trata, sin duda, de un acuerdo inspirado muy de cerca por los protocolos formalizados en su día por el gobierno tripartito catalán PSC-ERC i ICV (2003-2010).

En el apartado sobre los principios básicos de funcionamiento solo se hace una sumaria y genérica referencia a la lealtad, la cooperación, la corresponsabilidad y la estabilidad, así como al deber de acatar la Constitución y mantener la discreción sobre los acuerdos tomados. Nada se dice sobre los mecanismos de impulso (o planes institucionalizados) de la acción de gobierno. Por el contrario, la responsabilidad colegiada de los partidos hubiera exigido que todos ellos conocieran el iter decisonal (desde el origen hasta su aplicación), al menos de las políticas

más importantes a impulsar. Y si se trata de políticas que pueden generar conflicto, no solo prever mecanismos de información mutua sino también de coparticipación en la planificación y en la ejecución.

“ Es preciso conciliar el pluralismo con la homogeneidad del mensaje, evitando la polifonía y las discrepancias feroces en público

En este contexto la creación de un órgano de seguimiento de la coalición es decisiva. Debe tener, como reza el documento, el fin de "coordinar los socios y revisar el funcionamiento de la coalición y el cumplimiento de los objetivos propuestos". Pues, en efecto, los gobiernos de coalición necesitan un escrutinio permanente de su funcionamiento para corregir disfunciones, gestionar los conflictos internos y preservar el consenso y la cohesión a ultranza. Esta comisión de seguimiento, de naturaleza política, debe ser paritaria entre los partidos coaligados, supradepartamental, reducida, ejecutiva, ágil, permanente y pública. También es deseable disponer de un órgano de coordinación interdepartamental más técnico y de carácter horizontal, con funciones básicamente procedimentales, concebido para potenciar el pluralismo, la transparencia, el control y la armonía interna, aunque en este caso no se ha previsto.

También es básica, como prevé con detalle el documento, la coordinación

entre el gobierno y los grupos parlamentarios de los partidos coaligados. Sin duda, en los sistemas parlamentarios es muy importante encontrar un equilibrio entre la autonomía de funcionamiento de los grupos parlamentarios de los partidos de gobierno y una acción mancomunada de los mismos, con objeto de apuntalar la acción del Ejecutivo. Hay que regular la acción institucional de los grupos parlamentarios en las actividades legislativa y de control e impulso al Gobierno, así como planificar la unidad de acción para contrarrestar las iniciativas parlamentarias de la oposición.

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Pedro Sánchez ha demostrado tener siete vidas en política. Pero esta gran capacidad de supervivencia, se ha basado, además de en una indudable audacia, en una notable capacidad de adaptar su discurso en función de la coyuntura, a tal punto, que ha suscitado las suspicacias de su propio partido y de parte del electorado. El tacticismo de Sánchez (que en su última etapa ha exhibido más política que imagen, por cierto) se ve compensado por la coherencia de planteamientos (y la carga ideológica de los mismos) de su socio Pablo Iglesias, buen orador, aunque excesivamente vehemente y expuesto a los medios. El principal desafío de ambos es de estilo, pero sobre todo colmar las altas expectativas generadas. La debilidad parlamentaria no les va a permitir tener una agenda muy prolija y deberá alcanzar permanentemente acuerdos con los apoyos de la investidura, empezando por los próximos presupuestos.



El relato de todo gobierno se crea comunicando bien ante la opinión pública y en contacto con los creadores de opinión. Pues bien, todos los estudios revelan que la comunicación política de los gobiernos de coalición acostumbra a ser más robusta y mejor trabada que en los gobiernos monocolor, porque es fruto precisamente del consenso interpartidista. También acostumbra a evitar la extrema polarización y la crispación porque centra el mensaje. El *storytelling* de un Gobierno corresponde a sus propios actores, que, a partir de los programas electorales, a veces bastante heterogéneos, el Gobierno elabora su propio Plan de Gobierno y determina la temporalidad de las políticas.

“ Los gobiernos de coalición necesitan un escrutinio permanente de su funcionamiento para corregir disfunciones, gestionar los conflictos internos y preservar el consenso y la cohesión a ultranza

Los mejores modelos son los que protocolizan previamente el funcionamiento del aparato comunicativo interno y el rol de los partidos y los grupos parlamentarios. Claro está que no todas las coaliciones son iguales: no es igual un gobierno de coalición preelectoral que otro forjado tras las elecciones. Las



coaliciones desequilibradas —la del PSOE-UP lo es— también presentan sus singularidades: por ejemplo, en los gobiernos de *Convergència i Unió* (CiU) no se cuestionaba la hegemonía de CDC en el aparato comunicativo y *Unió Democràtica de Catalunya* (UDC) aireaba sus discrepancias externamente. Algo similar ocurrió en las relaciones Partido Nacionalista Vasco (PNV)-Partido Socialista de Euskadi (PSE). A su vez, el tripartito catalán adoleció comunicativamente de las pugnas entre los dos primeros y consiguientemente de la dualización de estructuras y la desconfianza entre departamentos. La rotatoriedad del portavoz dotaba al Gobierno de una imagen plural, pero distorsionaba el mensaje con un exceso de polifonía.

Los partidos deben mantener necesariamente una esfera de protagonismo. E incluso pueden discrepar de forma acordada con el Ejecutivo. No obstante, su principal papel es el de altavoz de las políticas del Ejecutivo: a través de la labor divulgativa de sus distintas estructuras se forja la opinión sobre la política desarrollada por el Gobierno. En ese sentido, uno de

los máximos aciertos del acuerdo coalicional ha sido la previsión de una estrategia de comunicación coordinada y compartida. No obstante, el protocolo deja esta cuestión en manos de la comisión de seguimiento y de la Secretaría de Estado de Comunicación, en lugar de un órgano o gabinete de comunicación que, si bien podría depender de la presidencia del gobierno, debería estar formado necesariamente por personas vinculadas a los dos partidos de la coalición.

En otras palabras, la preparación de la comunicación oficial del gobierno y la armonización de la comunicación de los diversos ministerios no se puede librar a un solo partido en un gobierno de coalición, porque deben respetarse y satisfacerse las diversas sensibilidades ideológicas en juego. Se trata, sin duda, de una comunicación más difícil: equivocarse puede dañar la percepción social de la coherencia gubernamental y afectar negativamente las relaciones entre los partidos de gobierno. Y acertar, como se ha dicho en otro momento, contribuye a fortalecer la cohesión y la estabilidad del gobierno. 



Entrevista

Charla en profundidad con los protagonistas de la actualidad



ENTREVISTA

Entrevista a Jordi Rodríguez Virgili

@jrvirgili

En el entorno de cambio actual, la formación es más importante que nunca



ALEJANDRA ARTERO

@alejandrartero8

Jordi Rodríguez Virgili es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra, donde desempeña su labor docente desde 1996, impartiendo materias como “Comunicación Política”, “Sistemas Políticos Contemporáneos” o “Análisis de Contextos Políticos” tanto en programas de grado como de posgrado. Es, además, Vicedecano de la Facultad de Comunicación desde el 2014.

Fue director y subdirector del Máster en Comunicación Política y Corporativa (UNVAV), *Visiting International Scholar en The Graduate School of Political Management* de la George Washington University y colabora en la docencia con diversas Universidades en Latinoamérica. Entre el 2012 y el 2014 dirigió *El Molinillo*, la anterior etapa de esta publicación y, actualmente, forma parte del Comité de Investigación de ACOP.

Su amplia producción científica está principalmente enfocada al estudio del impacto de los medios de comunicación así como la aplicación del *framing* en la Comunicación Política. En 2016, fue galardonado con el Napolitan Victory Award al Mérito en la Enseñanza en Comunicación Política.

Como académico, ¿cómo ha evolucionado la comunicación política en los últimos años? ¿Cuáles diría que son los principales avances? ¿Ha habido retrocesos?

La comunicación política se ha profesionalizado en los últimos años con todo lo que ello conlleva de especialización, reconocimiento, formación, publicaciones, investigación o creación de asociaciones profesionales como ACOP.

Su evolución viene marcada en gran medida por la disrupción tecnológica que permite avanzar en campañas de precisión, donde la microsegmentación permite personalizar la comunicación. La tecnología, con el *big data*, facilita el análisis del entorno, la escucha activa, el monitoreo de los efectos, etc. En definitiva, herramientas que pueden ayudar

a una mejor comunicación política. Pero también, el uso de esa misma tecnología tiene efectos perniciosos como la fragmentación del espacio público, la infoxicación, la polarización y también amplifica el alcance de la desinformación, de la manipulación y de la propaganda negra. Los retos que tenemos los profesionales de la comunicación política, tanto desde la práctica como desde su análisis académico, son apasionantes.



La comunicación política se ha convertido en un tema que no solo importa e interesa a los expertos sino también al resto de los ciudadanos ▶



▼
¿Se puede considerar a las noticias falsas, las granjas de trolls en redes sociales, la desconfianza en las instituciones retrocesos causados por la comunicación política?

Esto último se trata de una cuestión muy interesante que suelo plantear a mis alumnos. Quizá, más que en términos de causalidad, podemos verlo desde la perspectiva de la responsabilidad: ¿hasta qué punto somos responsables los profesionales de la comunicación política de la creciente desafección política? Creo que la desafección no es un problema solo, ni principalmente, de comunicación; pero sí que tenemos una gran parte de la responsabilidad. El excesivo cortoplacismo, el tactismo, la campaña permanente que convierte la política en un juego de suma cero o la falta de respeto al adversario que se muestra en los ataques de brocha gorda perjudican la percepción que los ciudadanos tienen de la política. Por no hablar de las mentiras, las campañas de desinformación o la manipulación que propiamente no son comunicación.

Además de para ganar elecciones y mantenerse en el poder, la comunicación política debe servir sobre todo para entendernos unos a otros, gestionar la diversidad y la heterogeneidad, aportar valor público o comprendernos mejor para lograr la consecución del bien común.

Los principales responsables de la actual situación de desafección son los propios políticos, pero también los consultores, los periodistas e incluso los ciudadanos tenemos nuestra parte de responsabilidad. ▶



Foto: Manuel Castells



Tenemos que seguir investigando y reflexionando sobre esto porque afecta a la calidad de nuestras democracias.



El excesivo cortoplacismo, el tactismo, la campaña permanente que convierte la política en un juego de suma cero o la falta de respeto al adversario que se muestra en los ataques de brocha gorda, perjudican la percepción que los ciudadanos tienen de la política

Dicen que el desarrollo tecnológico de los próximos veinte años será mayor que el de los últimos dos mil, ¿cómo afectará a nuestra disciplina?

Uffff, no me he traído la bola de cristal. No, en serio, intentar adivinar los efectos en la comunicación política de una tecnología que aún no somos capaces de imaginar me parece demasiado aventurado. Supongo que ese desarrollo tecnológico estará relacionado con la Inteligencia Artificial, Internet de las cosas, etc. En todo caso, la tecnología no es ni buena ni mala, aunque



tampoco es neutra; necesita un marco de aplicación para hacer un juicio sobre ella y, con todo, su uso nos cambia y nos modifica. Parece claro que el cambio va a acompañarnos de una manera habitual en nuestro trabajo, por eso será más relevante que nunca discernir lo permanente de lo cambiante; lo esencial de lo coyuntural.

Entre sus investigaciones, hay muchas que tratan la exposición de los políticos en los medios. Somos testigos de una cobertura mediática de la política durante, prácticamente, las 24 horas del día ¿Qué supone esto a la hora de trazar la planificación de la comunicación de una campaña?

En efecto, el ciclo de noticias ha cambiado y ahora ya no lo marcan los diarios, los informativos de mediodía y la noche, ni siquiera los boletines horarios de la radio. El ciclo de información política es constante, por el ritmo de publicación inmediato que permite internet que ha obligado a los medios tradicionales a adaptarse. Esto tiene profundas consecuencias en la planificación de cualquier campaña política. No solo por la necesidad de alimentar una maquinaria mediática que necesita nuevas informaciones de forma casi continua, ¡qué lejos queda ese "The line of the day" de Ronald Reagan!, sino sobre todo porque nos instala en una especie de presente perpetuo. Esta exacerbación del presente, del aquí y ahora, se ▶



▼ manifestaría en una valoración exclusiva de lo inmediato y del corto plazo. Perdemos el sentido de la historia pero también la capacidad de prospectiva, de proyectarnos en el futuro. Y esto dificulta estrategias de largo plazo, la construcción de proyectos sólidos, coherentes y consistentes.

“ El *timing* en comunicación política siempre ha sido clave, pero creo que cada vez es más determinante medir bien los tiempos y a la vez mucho más difícil

En esta misma línea, ¿un gobierno puede estar sobreexpuesto a los medios de comunicación?

Más que un Gobierno diría que un líder o político concreto puede caer en una sobreexposición mediática y terminar quemado. Solemos decir que “los focos queman”. Por eso hay que dosificar la presencia mediática del líder del Gobierno. En este sentido, en la comunicación gubernamental es conveniente dar juego en esa presencia mediática a los distintos ministros y evitar así esa sobreexposición cuyos efectos negativos son fundamentalmente personales. Sin embargo, por lo que comentaba en la anterior pregunta, ese equilibrio entre la sobreexposición o la desaparición es cada vez más complicado. El *timing* en comunicación política siempre ha sido clave, pero creo que cada vez es más determinante medir

bien los tiempos y a la vez mucho más difícil.

“ El cambio va a acompañarnos de una manera habitual en nuestro trabajo, por eso será más relevante que nunca discernir lo permanente de lo cambiante; lo esencial de lo coyuntural

Observamos que hay gobiernos que pretenden captar la atención del público adaptando su mensaje a nuevos medios como las redes sociales, pero ¿se trata de una herramienta efectiva mantener la atención de los grandes medios “tradicionales” mientras se ocupa de la gestión o hablamos de una herramienta para cerrar la brecha de distancia en la comunicación de los ciudadanos y la instituciones?

La tecnología ha transformado el modo en que los ciudadanos consumimos la información política. Estamos, en palabras del profesor Andrew Chadwick, en un sistema híbrido de medios. Es decir, se constata una convergencia entre medios tradicionales y medios sociales online que afecta al desarrollo de la política. Nuevos y viejos medios se entremezclan y coevolucionan, configurando un complejo sistema basado en la adaptación, interdependencia y difusión de poder. Así, lo que emerge, como

defiende Chadwick, es una hibridación entre las lógicas más antiguas de transmisión y recepción, y las nuevas lógicas de circulación, recirculación, y negociación. Por eso, lo que me planteas no es incompatible, las redes sociales se utilizan para llegar directamente a los seguidores, saltándose el filtro de los medios y segmentando los mensajes, y a la vez se pretende que esos contenidos sean difundidos y citados por los medios tradicionales.

“ Un líder o político concreto puede caer en una sobreexposición mediática y terminar quemado

En 2016, fue galardonado con el Napolitan Victory Award al Mérito en la Enseñanza en Comunicación Política, ¿qué significó este premio para usted?

Esa distinción supuso un honor y un estímulo para seguir buscando la excelencia en la labor académica, tanto en la vertiente investigadora como en la docente. Del mismo modo, fue una oportunidad para agradecer a mis maestros, a los colegas con los que tengo la fortuna de trabajar y a mis alumnos y alumni todo lo que he recibido de ellos.

Ha sido director y subdirector del Máster en Comunicación Política y Corporativa (UNAV) y tiene más de dos décadas de experiencia formando a alumnos en comunicación política, ¿es cierto que ahora hay más jóvenes que contemplan la consultoría, la ▶



▼ asesoría de imagen o la Comunicación Política como salida profesional?

Sí, sin duda, ese mayor interés va paralelo a la profesionalización y especialización que comentábamos al principio. Además, cada vez son más conscientes de que la comunicación política no se restringe solo a las campañas electorales; también está, por ejemplo, la comunicación de instituciones públicas, la asesoría parlamentaria o los Asuntos Públicos, en los que cada vez tenemos más antiguos alumnos trabajando.

“ La comunicación política es muy vocacional, te debe apasionar este mundo



Foto: Manuel Castells

¿Qué conocimientos y habilidades debe aprender un consultor político al terminar un posgrado?

Más que conocimientos concretos, creo que lo importante es que salgan de los posgrados, al menos del nuestro, con visión estratégica, criterio ético, espíritu crítico pero constructivo, capacidad de trabajo, especialmente de trabajo en equipo, inquietud, ilusión e iniciativa, así como capacidad para desenvolverse en un entorno cada vez más globalizado.

¿Qué consejo les daría a quienes quieren ingresar como profesionales en la Comunicación Política?

Me resulta muy difícil dar un solo consejo. La comunicación política

es muy vocacional, te debe apasionar este mundo. Les aconsejaría una buena y sólida formación y que nunca dejen de aprender, de leer, de preguntarse los porqués. Inquietud intelectual, humildad y mantener la capacidad de asombro. Que recuerden que la comunicación, también la política, debe buscar el entendimiento, la comprensión y búsqueda conjunta de la verdad. Por último, proactividad, paciencia y perseverancia.

¿Un libro reciente que nos recomiende para los “frikis” de la #ComPol?

Uno no, dos, ambos de colegas de ACOP. *Las campañas conectadas. Comunicación política en campaña electoral* de Xavier Peytibi y *La Comunicación de la Administración*

Pública. Para gobernar con la sociedad de María José Canel.

Y, por último, a modo informal, como exdirector de *La Revista de ACOP*, ¿algún comentario a la publicación?

Solo puedo felicitar al actual equipo directivo por su enorme y acertada labor. *La Revista de ACOP* es la referencia del sector, como acreditan sus numerosos reconocimientos. La revista combina muy bien amabilidad con rigor y profundidad, por eso es recomendable a públicos amplios. La comunicación política se ha convertido en un tema que no solo importa e interesa a los expertos sino también al resto de los ciudadanos. Por tanto, enhorabuena por el trabajo y ánimo para seguir en esta línea. ✎



Tendencias

Artículos sobre la actualidad política y su comunicación





TENDENCIAS

El protocolo del adiós

La salida de Reino Unido de la Unión Europea ya es un hecho



DIANA RUBIO
@driecel
Consultora en
protocolo y eventos.
Directora de IMEP

Dentro de este contexto, tienen un lugar protagonista de manera indirecta el ceremonial y el protocolo, herramientas estratégicas desconocidas para muchos, pero necesarias para dar solemnidad y potenciar la comunicación no verbal de instituciones públicas y privadas. Sin embargo, son los símbolos y concretamente las banderas, en quienes han recaído la histórica labor de escenificar el mensaje de la salida de Inglaterra de la Unión Europea.

Estos emblemas estatales, se encuentran exhibidos a modo representativo de las naciones que conforman la Unión Europea, en sus diferentes sedes, colocadas en orden según el alfabeto de cada nación, el cual se inicia por el país que preside en ese semestre la Comisión, colaborando en la tarea de dar formalidad a los espacios y hacer reconocibles hacia la ciudadanía, quienes conforman esta organización.

La retirada de banderas de Reino Unido en la Unión Europea y viceversa, han dado lugar a multitud de especulaciones acerca del apoyo o no de esta causa y de diversas fórmulas que como se puede comprobar a continuación, comunican mensajes muy diferentes.

La Unión Europea ha optado por obviar cualquier protocolo preestablecido a la hora de tratar las banderas de sus estados miembros, sin cuerpo militar presente ni himnos que valgan, utilizando en su lugar a dos funcionarios de la organización para retirar la bandera inglesa de la fila en la que están representados todos los países miembros. En el exterior de las sedes, han arriado las banderas del país de la misma manera, sin pompas ni boatos posibles, lo que puede derivar en una muestra de aflicción, de que no es momento de celebraciones, sino de analizar la situación y poner un punto y aparte.

En el caso de Reino Unido por el contrario, optaron por una gran fiesta donde a través de un videomapping, una cuenta atrás que nos recordaba a la de nochevieja daba lugar a la aparición estelar de la bandera de la Union Jack entre vítores y celebraciones por todo el país.

Pero el más significativo y fiel a lo establecido en normativas y tradiciones protocolarias ha sido el acto llevado a cabo en Gibraltar, dominando la solemnidad propia de respeto a la banderas, a las que se les rinde honores a la hora de arriarlas o izarlas. En este territorio, arriaron la bandera de la Unión Europea mientras sonaba el himno de la UE para posteriormente izar la bandera de la Commonwealth, con los acordes de fondo del himno inglés, "Good save the Queen" en el que la corrección ha sido un valor en alza.

Como curiosidad, cabe recordar que el himno de la Unión Europea es el denominado "Himno de la alegría", una peculiaridad digna de tener en cuenta en un momento donde resalta todo lo contrario.

Por tanto y como se puede observar, las opiniones acerca del *brexit* son dispares y dan lugar a muchas reflexiones, siendo estos actos protocolarios en mayor o menor medida llevados a cabo en este proceso de ruptura un claro ejemplo de la situación actual que este procedimiento ha comenzado una nueva etapa llena de preguntas, incertidumbres y emotividad. ✎



ComPol en femenino



GABRIELA ORTEGA

@gabrielaortegaj
Coordinadora CIGMAP
Profesora UCJC

Considerando a las cinco asociaciones de comunicación política a nivel internacional con más socios, hemos querido destacar la presencia femenina en su cargo más alto, la presidencia de cada una de ellas.

- Asociación de Comunicación Política (ACOP)
- Asociación Latinoamericana de Comunicación Política (ALACOP)
- International Association of Political Consultants (IAPC)
- American Association of Political Consultants (AAPC)
- European Association of Political Consultants (EAPC)

Cabe señalar que IAPC es la asociación más antigua referente a la consultoría política creada en 1968 y ha tenido dos docenas de presidentes, pero solamente una mujer ha ocupado ese cargo. Nancy Tood ejerció como presidenta de la asociación entre 2016 y 2018 convirtiendo a IAPC en la última asociación en elegir a una mujer en este cargo ya que ha tenido que pasar casi un decalustro para que Tood rompa con la “tradición” de 22 hombres como presidentes (4 % mujeres y 96 % hombres); hecho que demuestra la masculinización también en el sector de la consultoría política.

Un año después de la fundación de IAPC y como una nueva edición especializada en ComPol de Estados Unidos, nace AAPC en 1969, la asociación norteamericana para reunir a los consultores demócratas y republicanos con el objetivo de profesionalizar la consultoría política. Phyllis Brotman, Donna Lucas (2000-2002) y Nancy Todd (2002-2004) son las únicas tres mujeres que han ocupado la Presidencia de las 21 personas que han

pasado por el cargo (19 % de mujeres y 81 % de hombres). Además, también fueron pioneras en alcanzar este cargo en cualquier asociación de comunicación política alrededor del mundo, así Brotman fue la primera en ocupar la dirección de una asociación de comunicación política a finales del siglo XX, mientras Lucas y Todd inauguraron el siglo XXI con sus presidencias en la IAPC.

Continuando cronológicamente con la fundación de asociaciones de comunicación política encontramos a la EAPC y ALACOP que comparten año de fundación en 1996. Dos nuevas ediciones de la IAPC con el objetivo de dar cobertura a las campañas y la comunicación pública en Europa y Latinoamérica, respectivamente. La EAPC ha tenido una docena de presidentes, pero solamente una mujer ha ocupado ese cargo, Gerlinde ManzChrist, de Liechtenstein y lo hizo entre 2010 y 2012. Ella ha hecho historia (no tan positiva) ya que es la única mujer en los más de veinte años de EAPC que ha presidido la institución. En el caso de ALACOP, Gil Castillo (2014-2016) y la actual presidenta, Marilú Brajer (2018-2020), son las dos mujeres que han sido elegidas como presidentas de la asociación. Castillo marcó un precedente para su país ya que fue la primera vez que Brasil ocupó la dirección en una asociación de comunicación política de habla hispana.

Aunque siendo la más joven, ACOP es un referente en igualdad en el sector del asociacionismo en comunicación política con el 50 % de mujeres ocupando su Presidencia. María José Canel fue fundadora y la primera presidenta de la organización en 2008, Karen Sanders continuó en 2012 y la actual presidenta, Verónica Fumanal (2019-2022) son los tres nombres que han marcado la historia en ▶



	IAPC	AAPC	EAPC	ALACOP	ACOP
Ámbito de actuación	Internacional	Estados Unidos	Europa	Latinoamérica	Iberoamérica
Fecha de fundación	1968	1969	1996	1996	2008
Porcentaje de mujeres y hombres en la Presidencia	 4 % 96 %	 19 % 81 %	 8 % 92 %	 17 % 83 %	 50 % 50 %
Primera mujer en la Presidencia	Nancy Tood (2015)	Phyllis Brotman	Gerlinde Manz-Christ (2010-2012)	Gil Castillo (2014-2016)	María José Canel (2008-2010)
País de origen de la presidenta					



María José Canel



Karen Sanders



Verónica Fumanal

▽ femenino de la asociación y que la comparten con otros tres presidentes. Así, ACOP se convierte en la asociación con más porcentaje de mujeres en la Presidencia y que

ha conseguido esta insignia siendo la agrupación a nivel internacional más joven con solo doce años, desde su fundación. ✂



La caída de los dioses



TAMARA GORINES
@TamaraGDP
Psicóloga
Consultora Política

Hasta hace escasos días, Eslovaquia venía siendo una excepción dentro del Bloque de Visegrado por la mayoría socialdemócrata de su parlamento, en este pequeño país de Centroeuropa.

Se llegó a acariciar la idea de que la conquista del populismo, triunfador en otros países de Europa Oriental, podía debilitarse con personalidades como la de Zuzana Čaputová, con una dimensión de la política más próxima a democracias occidentales.

Zuzana Čaputová, llegaba al círculo de la política como una *rara avis* por un discurso repleto de matices y con un manejo extraordinario de la oratoria, consiguiendo romper el *statu quo* y alejarse así del arquetipo populista.

Pero quién es Zuzana Čaputová. Es abogada de formación, novel en política pero dotada de otras capacidades como un apasionado activismo hacia el medioambiente, que en 2016 le otorgó el premio Goldman por su campaña contra un vertedero ilegal de residuos tóxicos en Pezinok, su lugar de residencia.

Me parece interesante hacer un alto aquí y recordar, que los ideales que impulsaron la **Revolución de Terciopelo** en 1989, que pusieron fin al comunismo de la entonces Checoslovaquia, auparon a esa sociedad en busca de la democracia, encontrando sin embargo a una nueva bestia, de múltiples caras, con la que luchar:

la corrupción en la esfera política; la falta de transparencia, y una escasa decencia política. Zuzana Čaputová tenía entonces 16 años, aunque supuso un momento de inflexión en su desarrollo personal.

Al grito de “luchemos entre el diablo”, que nada tiene ver con el título del ensayo de parecido nombre del magnífico Stefan Zweig, Čaputová construiría con gran sensibilidad política el escenario ideológico con el que arrancarían su campaña en las elecciones presidenciales del pasado mes de marzo del 2019. **Eslovaquia Progresista**, el partido de Čaputová, de corte social-liberal, surge en 2017 con una clara preocupación por el medioambiente, muy dirigido al fortalecimiento del Estado de Derecho y sin esconder su orientación europea.

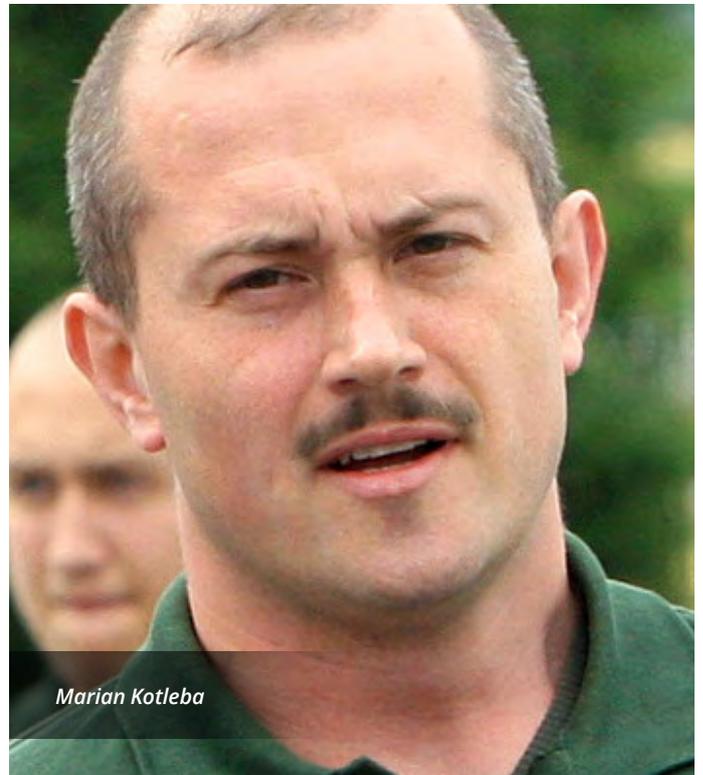
Con las elecciones presidenciales del 2019, Zuzana Čaputová se convertía en la primera mujer en ganar la Jefatura de Estado de Eslovaquia. Conquista el cargo con dos tercios de los votos (58,40 %) en una segunda vuelta y con un nivel de participación muy bajo (40,71 %), inferior al de la primera vuelta, frente al candidato respaldado por el partido gubernamental socialdemócrata Dirección-Socialdemocracia (Smer), Maros Sefcovic.

Las denuncias del periodista de investigación Ján Kuciak, sobre la connivencia del poder político con los intereses de la mafia, acabaron en su asesinato y el de su prometida, Martina Kusnirova, en 2018, impactando en la sociedad eslovaca y marcando un nuevo rumbo de inquietud social por la corruptela en las instituciones.

Un nuevo devenir político parecía dar comienzo tras la muerte del periodista, que desencadenó en la forzada dimisión del hasta entonces primer ministro Roberto Fico y en una posterior moción de censura al actual, Peter Pellegrini, en ▶



Zuzana Čaputová



Marian Kotleba

▼
septiembre del 2019, que supo aguantar aunque perdiendo la mayoría parlamentaria.

Las expectativas de un cambio social y político que desembocaron en la elección de Zuzana Čaputová en las presidenciales del 2019, se vieron cercenadas los meses previos a las elecciones, por el protagonismo creciente del ultraderechista Partido Popular Nuestra Eslovaquia (Kotlobovci-LSNS), liderado por Marian Kotleba, cuyo ascenso preocupaba para la cita electoral del pasado 29 de febrero.

Las elecciones legislativas del pasado sábado, con un nivel de participación que ha llegado al 65,83 %, aumentando respecto a los anteriores comicios del 2016 que fueron de un 59,8 %, han tenido un claro ganador en un parlamento muy

fragmentado: el partido OLaNO (Gente Corriente y Personalidades Independientes), de corte conservador y populista de centroderecha, dirigido por el empresario de medios de comunicación Igor Matovic, logra, con el 25,02 % de los sufragios, coger la delantera del hasta entonces partido de gobierno, SMER, que se queda con un 18,29 % de los votos (perdiendo algo más de 10 puntos con respecto a los anteriores comicios de hace cuatro años). Se pone así fin a la hegemonía socialdemócrata, fuertemente desacreditada por sus relaciones con la mafia y el asesinato del periodista Ján Kuciak. El voto de castigo y una campaña muy centrada en la lucha contra la corrupción, han sido el éxito del partido ganador.

En tercer lugar ha quedado el partido nacionalista y xenófobo "Somos

una familia", liderado por Boris Kollár, con un 8,24 % de los votos y muy cerca el partido neonazi Kotlobovci-LSNS de Marian Kotleba, que alcanza el 7,97 % del sufragio. La formación liberal Libertad y Solidaridad (SaS) de Richard Sulík se queda con el 6,21 % de los votos y el partido del expresidente Andrej Kiska (Por la gente) obtiene el 5,77 %.

La gran sorpresa ha sido el resultado de la nueva coalición centrista Eslovaquia Progresiva-Unidos, donde militó Zuzana Čaputová, que no logra superar la criba del 7 % que se exige para las alianzas, al conseguir sólo el 6,96 % de los votos.

Pasen y ven el juego de las negociaciones y alianzas. De momento, la caída de los dioses ya ha empezado. ✘



El cajón del consultor

El lugar de los amantes de
la comunicación política





Errores de comunicación política

Fotos contraproducentes



DAVID REDOLI
MORCHÓN

Las fotografías en política son una importante (y potente) herramienta de comunicación. Que una imagen vale más que mil palabras es bien sabido tanto por políticos como por asesores.

De ahí que la imagen que ilustra esta sección pueda considerarse como un error. Se trata de una foto realizada en la Casa Blanca que muestra al vicepresidente Mike Pence rezando con su equipo de gestión de crisis para la lucha contra la epidemia del covid-19.

El vicepresidente estadounidense fue nombrado en febrero por Donald Trump como responsable de la estrategia de control del brote en Estados Unidos.

¿Por qué es un error esa foto? Sencillamente porque una epidemia vírica se trata de un asunto médico o científico, no religioso.

Pence es conocido por chocar con la medicina y con la ciencia. En el pasado ha dicho cosas extravagantes, como, por ejemplo, que fumar no causa cáncer. Hace unos años Pence apuntó que dos de cada tres fumadores no mueren por una enfermedad relacionada con fumar y que nueve de cada diez fumadores

no contraían cáncer de pulmón. Adicionalmente, como senador, Pence votó en contra de una regulación a la industria del tabaco que agregaba nuevas etiquetas de advertencia a los productos y anuncios de tabaco.

Pero eso no es todo. Pence también ha subrayado públicamente que los preservativos no son eficaces para prevenir enfermedades de transmisión sexual o que los consejos de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades son inútiles. Todo ello sin aportar datos ni fuentes solventes que certifiquen tales afirmaciones.



El vicepresidente de Trump no es alguien que abrace la ciencia en materia de salud pública, eso está claro. Por este motivo, lo más sensato hubiera sido procurar dotarlo de lo que le falta para esta tarea: un perfil más profesional desde el punto de vista de su imagen en el ámbito de la salud. Es decir, debería aparecer rodeado de médicos o de técnicos expertos en salud pública, dado que él atesora poca credibilidad en materia sanitaria. De esa manera, podría parecer como un líder que gestiona al equipo responsable de luchar médica y científicamente contra la expansión del coronavirus (aunque sus conocimientos epidemiológicos sean nulos).

Pero no: ha preferido aparecer oficialmente rezando, encomendándose a divinidades para frenar el potencial brote de coronavirus en Estados Unidos. Dados los antecedentes de Pence, no parece lo más sensato (para inspirar confianza, profesionalidad y rigor científico en la mayoría de la población, creyente o no creyente) posar orando en el momento de dirigir el equipo gubernamental que debe enfrentar la alerta médica. Un disparate. ❌



Calendario Electoral MARZO - ABRIL



VERÓNICA
CRESPO

@vcrespo03

Tayikistán vivirá este año tres llamadas a las urnas. La primera fue el día 1 de marzo para renovar su Parlamento, le siguen las elecciones al Senado del 27 de marzo y para el 29 de noviembre están previstos los comicios presidenciales. Baja expectativa ante tan elevada actividad electoral en esta pequeña república de Asia central, que desde 1994 preside Emomali Rahmon. Una democracia con más sombras que luces.

Un mes complicado para Netanyahu, que se enfrentó a las terceras elecciones nacionales en menos de un año en **Israel** y el recuento confirma que se ha quedado a tres escaños de la mayoría, lo que permite al bloque rival promover una ley para evitar que un imputado pueda ser primer ministro. Quince días después de las elecciones, el actual presidente de Israel se sentará en el banquillo en un juicio por corrupción.

Marzo también tendrá elecciones municipales en **Francia**, que pondrán a prueba a un Macron debilitado. En la caribeña **Guyana** se medirá el apoyo de la opinión popular frente a la moción de confianza contra el presidente David Granger, que ha desencadenado estos comicios. Y en el archipiélago de **Vanuatu**, 18 circunscripciones elegirán a los 52 miembros del Parlamento, con el reto de incorporar a mujeres ya que actualmente es uno de los pocos países del mundo sin presencia femenina en la política nacional. 





FRANCIA
 - Elecciones
 municipales- 1º vuelta
 15 DE MARZO
 - Elecciones
 municipales- 2º vuelta
 22 DE MARZO



SERBIA
 Elecciones
 parlamentarias
 26 DE ABRIL



**MACEDONIA
 DEL NORTE**
 Elecciones
 parlamentarias
 12 DE ABRIL



**COREA DEL
 SUR**
 Elecciones
 legislativas
 15 DE ABRIL



IRAK
 Elecciones
 regionales
 20 DE ABRIL



TAYIKISTÁN
 - Elecciones
 parlamentarias
 1 DE MARZO
 - Elecciones al
 Senado
 27 DE MARZO
 - Elecciones
 presidenciales
 29 DE MARZO



VANUATU
 Elecciones
 parlamentarias
 19 DE MARZO



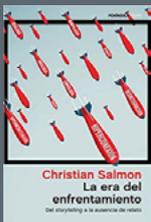
ISRAEL
 Elecciones
 presidenciales
 2 DE MARZO



Christian Salmon

La era del enfrentamiento

Del storytelling a la ausencia de relato



Autor: Christian Salmon
Editorial: Península
Páginas: 288





Reseña Destacada

La era del enfrentamiento



EDUARDO
CASTILLO

@NassinCastillo

Christian Salmon ha vuelto con su particular manera de contarnos el mundo de hoy. Tras haber convertido a su obra anterior *Storytelling* en un clásico, retoma la pluma para traernos una radiografía sobre los conflictivos tiempos que vivimos. En su portada nos adelanta la primera de todas las ideas fundamentales en su nuevo trabajo: que estamos dejando atrás aquel momento descrito por Salmon años antes, en el que la capacidad de contar historias se había convertido en una herramienta para la política. Con la salvedad, de acuerdo con él, en que esta maquinaria se hallaba al servicio de los grandes intereses económicos y no de la gente. Hoy, como más de un lector podrá intuir, estamos en un momento refractario al consenso. Se nos van los días y las elecciones en un ir y venir de descalificaciones y enfrentamientos. Como es lógico, este contexto destruye por completo cualquier posibilidad de negociación y nos conduce al terreno del enfrentamiento constante.

Si bien la política se caracteriza, a diferencia de la economía, por ser un juego de suma cero, no es extraño encontrar muchos momentos en los que partidos y liderazgos enfrentados hallaban tierra común. Hoy, todo se ve distinto. Mientras los matices ayudan a colorear el pasado político de muchos países, los colores primarios predominan en el escenario actual. Incluso, para millones de personas, es un éxito que su candidato o partido se halle en las antípodas del contrincante y que tenga una disposición beligerante con el contrario. Estamos ante el recru-

decimiento de aquella distinción clásica de amigo-enemigo hecha por Carl Schmitt hace casi un siglo. Salmon advierte esto, y nos intenta explicar qué es lo que ha pasado. No transcurrieron dos décadas desde que el *storytelling* parecía dominar la política a esta lucha de sordos que presenciamos hoy.

Pasamos de la persuasión al enfrentamiento. Todo ello, fruto de ese ruido mediático tan propio de nuestra hiperconectividad. Para Salmon, la palabra empeñada que caracterizó la política de masas y medios ha entrado en descrédito. Se ha impuesto un caos narrativo que todavía nadie puede entender del todo. Es precisamente ese caos lo que ha permitido el surgimiento de figuras que antaño habrían sido ridiculizadas por el ciudadano promedio. Hoy se requiere más que promesas, mucho más que historias, se necesita la apariencia de trasgresión, de enfrentamiento, de imposición. Hoy, en definitiva, se valora más el coraje y la fuerza. Lo anterior podría explicar ese fenómeno renovado que es el populismo. Pero, sin entrar demasiado en ese tema, diremos que si algo sirve al populismo, es la lógica del enfrentamiento en la que se mueve como pez en el agua. Dicho esto, no es objetivo de Salmon en su texto, plantear este debate ni tampoco colocar en su génesis al fenómeno populista. Lo que parece ocupar al autor es esa descripción de cómo hemos llegado al problema.

Se trata de una realidad que tiene profunda relación con la tecnología. Uno de los primeros compases del libro se marcan en el paralelismo de un relato fantástico del escritor albanés Ismael Kadaré, en el que un palacio albergaba los sueños de todo el reino. Allí, bajo la custodia de un eficiente cuidador, los sueños de todas las personas se resguardaban con celo hasta el día en que el cuidador conoció los sueños de destrucción del imperio y contra sus deseos obró por su cumplimiento. Para Salmon, ese relato ▶



es ejemplo perfecto de lo que acontece hoy con la información que generamos en el mundo digital. Quienes manejan esa información, poseen un nuevo tipo de poder que les permite influenciar a las personas, manipularlas, para obtener de ellas comportamientos promotores de sus fines. Somos presa de nuestra obsesión por estar conectados, por hallarnos inmersos en las últimas tendencias, por encontrar esas nuevas formas de relacionarnos, frente al vacío propio del mundo hiperacelerado.

Ese mundo se afianza en el cálculo, que domina todos los espacios de nuestra cotidianidad. La destrucción de las formas tradicionales de interacción, de relacionarnos con otros y con los problemas colectivos, es reemplazada por la certeza técnica. Salmon nos habla del Imperio, como concepto que enmarca y conduce todo lo que está sucediendo en el terreno digital. Nos remite a una autoridad sin rostro, que nos conoce más de lo que nosotros mismos podemos verbalizar inmediatamente.

Se trata de un Imperio que promete reemplazar la duda e incertidumbres propios de los impulsos humanos con la certeza de los datos. Pero esto significaría el fin de la política para entrar en el reino de una tecnocracia perfecta. Los datos son irrefutables, mucho más cuando son fruto de nuestra entrega de los mismos. El descubrimiento es derribado por la personalización apriorística de los con-

tenidos. Se nos sugiere lo que es lo mejor para nosotros, a veces haciéndonos creer que lo elegimos voluntariamente.

Ahí se halla la inquietud de fondo que impulsa a Salmon. Le preocupa la pérdida de autonomía y el control oculto de nuestra capacidad de decidir. Ya no se trata, para él, de que elijamos mal. Se trata de que perdamos la capacidad de elegir, por entregarla voluntariamente ante la promesa del beneficio y satisfacción constante. Desde arriba, o abajo, los verdaderos decisores son quienes velan por sus propios intereses y se prestan con facilidad a fines siniestros. Síntoma de ello, la inesperada elección de Trump apalancada, entre otras cosas, por el uso inteligente de los datos que millones de personas cedieron durante años a grandes empresas del sector.

Salmon observa que esto abre las puertas a un sinfín de sucesos similares en los que el conocimiento profundo que se genera de forma anónima y sistematizada sobre nosotros, permite construir modelos que predigan absolutamente nuestras acciones y decisiones. Ese panorama sombrío nutre la argumentación central del libro. Aún no sabemos si el futuro será tal como lo presenta el autor, pero lo que sí sabemos es que la descripción realizada en el libro es muy adecuada a los tiempos que vivimos. Estamos frente a una obra inquietante, pero muy esclarecedora que apunta a ideas acertadas sobre nuestro tiempo. 





Populismo punitivo

Autora: Guadalupe Sánchez Baena
Editorial: Deusto
Nº de páginas: 232

El uso y abuso del término, ha generado problemas a la hora de interpretar qué es realmente el populismo. Guadalupe Sánchez nos traslada a una interpretación de las nuevas formas que ha adaptado en un país como España. Sucede que, a pesar de encontrarse entre las mejores democracias para muchos analistas, sin estar exenta de problemas, el discurso populista ha calado de forma muy particular. Al tratarse de una herramienta discursiva, el populismo carece propiamente de una asociación ideológica indiscutible. Por ello, Sánchez Baena nos trae una nueva forma de expresión del fenómeno populista que privilegia al poder institucional del Estado frente a los movimientos. En ese proceso, los populistas españoles parecen iniciar un tránsito hacia una ideologización del Derecho Penal que depende de los tintes ideológicos de quien la encausa. Sin embargo, algo que les caracteriza es la pretensión de superponer, la voluntad popular a la legalidad, y por supuesto, representarla. ☒



Manual de marketing político

Autor: Julio César Herrero
Editorial: Almuzara
Nº de páginas: 288

La política es el terreno de la competición. Esta se puede dar de manera honesta o desleal, sin embargo, lo que nadie puede evitar hoy es la necesidad de actuar y planificar estratégicamente una campaña. El costo de ignorar esta máxima, es la derrota. Esto es fruto de un conjunto de necesidades más específicas, como diferenciarse, atrapar la atención, y básicamente organizar los esfuerzos para vencer. De acuerdo con lo señalado por Herrero, son cuatro elementos decisivos: análisis, planificación, orden y estrategia. Son precisamente estos cuatro aspectos, tan ausentes en muchas campañas electorales, los que permiten triunfar. Este manual es un trabajo también de reflexión que busca sacudir aquella idea del gurú del marketing. Hay mucho más en el éxito que la genialidad. Incluso, el destino natural de casi cualquier campaña es la derrota. Por eso, las que pueden salir de esa fatalidad son las que saben diferenciarse, así como aprovechar los recursos y el contexto. ☒



La dictadura de los datos

Autora: Brittany Kaiser
Editorial: HarperCollins
Nº de páginas: 384

Este libro surge de una vivencia de la autora. Para la mayoría de concedores Cambridge Analytica es la mayor violación de la privacidad de la historia. Kaiser lo vivió en primera persona. Siendo parte del equipo al que llegó con la idea de aprovechar la información de los dispositivos móviles y redes sociales para fines altruistas, pronto se halló presa de algo que rechazaba profundamente. No solo se utilizaba la *data* para fines que ella consideraba perversos, sino que ponían en riesgo los fundamentos mismos de la democracia. Con el nivel de información que hoy entregamos a las redes sociales, muchas veces sin saberlo, estamos entregando los trazos que permiten hacer uso de nuestros datos para que otros nos manipulen. Brittany Kaiser trata de desnudar la realidad del peligro que la tecnología y la falta de supervisión ciudadana sobre el sector reportan para nuestras sociedades democráticas. ☒



Lapidarium

Pasado, presente y futuro



ALBERTA PÉREZ
@Alberta_pv

El 2 de marzo Israel vuelve a las urnas por tercera vez desde abril del 2019. Hecho que expreso en futuro sabiendo que para ustedes, lectores, a estas alturas ya serán de sobra conocidos los resultados de esta votación. Que escribo sobre el futuro, pero ya es un hecho del pasado. Aún así, puede que la siguiente pregunta todavía siga vigente: ¿Cómo han llegado los israelíes a repetir el peregrinaje a las urnas tres veces en un año?

Tanto el actual ministro en funciones Benjamín Netanyahu, en el poder de forma ininterrumpida desde 2009 y líder del partido Likud; como Benny Gantz, líder de la alianza centrista Azul y Blanco, celebraron la victoria como suya con el empate del primer sondeo en abril del 2019. Una victoria que a día de hoy todavía no se ha consagrado. Los resultados de aquella ya anticipada votación, convocada tras una crisis gubernamental, reflejaron la discrepancia política que ha acarreado hasta día de hoy tres elecciones en menos de un año y los israelíes votarán de nuevo este 2 de marzo, en un intento por resolver un puzle que puede ser histórico para el país.

El final de 2018 fue turbulento para la Knesset (Parlamento). El por aquel entonces ministro de Defensa y líder del partido derechista laico "Israel Beitenu", Avigdor Lieberman, dimitía en noviembre de 2018 como protesta por la negativa a una ofensiva de Netanyahu, líder de la coalición gobernante por aquel entonces,

al lanzamiento de 460 proyectiles del grupo islamista Hamas en el sur del país, en busca de una tregua. El alto al fuego fue criticado por Lieberman como una "rendición ante el terror". En consecuencia, decidió dejar a la coalición sin los cinco escaños de su partido, con una muy ajustada mayoría de 61 diputados sobre 120. Ya se oían las elecciones anticipadas. Esto ocurría el 13 de diciembre de 2018, mes en el que la policía israelí recomendaba la acusación de Netanyahu en un tercer caso de corrupción a la Fiscalía General del Estado.

Con la entrada del nuevo año, el Parlamento se enfrentaba a otra piedra en el camino que finalmente le obligaría a disolver el Parlamento. La fecha límite establecida por el Tribunal Supremo para la aprobación de una reforma en la ley de reclutamiento al servicio militar obligatorio se acercaba, la aprobación de la reforma buscaba ofrecer un trato igualitario a todos los judíos, sin distinciones. El sector jaredí está exento desde la creación de Israel en 1949 (junto a los árabes israelíes, aunque por motivos distintos) del servicio militar obligatorio, un derecho que los partidos ultraortodoxos Shas y Judaísmo Unido ya habían avisado, no estaban dispuestos a mermar. Esta disputa llevó a la coalición liderada por Netanyahu a comunicar en el diario Haaretz: "Dada nuestra responsabilidad nacional y presupuestaria, los líderes de los partidos de la coalición han decidido, unánimemente, disolver la Knesset (Parlamento) y celebrar elecciones a principios de abril, transcurridos cuatro años de la legislatura". El Parlamento se quedaba sin oxígeno.

Pero los resultados de abril no ayudaron a cambiar la situación, con un empate técnico entre Gantz y Netanyahu. El exministro de Defensa Avigdor Lieberman, líder del partido Israel Beitenu (Israel Nuestro Hogar), jugó un papel importante en el bloqueo de la derecha, ▶



▼ negándose a volver con el Likud y los partidos religiosos, ya que consideraba que sus demandas en cuestiones de Religión y Estado no habían sido escuchadas. Además, exigía la inclusión de los judíos ultraortodoxos en el servicio militar. Así, el 30 de mayo la Knesset votó a favor de una disolución, que suponía una nueva jornada en las urnas que se estima generaría un gasto de 130 millones de euros directos al país y un aproximado de 550 millones derivados de la jornada festiva, que sería un nuevo día no laborable. Para Netanyahu, por otro lado, implicaba continuar como líder en funciones hasta nuevo aviso. Dejaba al partido Azul y Blanco sin opciones a encontrar el acuerdo, con las acusaciones de corrupción en su contra haciendo eco.

Cinco meses después, el 17 de septiembre de 2019, un 69,86 % de la población acudía a las urnas de nuevo. Una participación más alta de lo esperado, que esta vez dio la ventaja al partido Azul y Blanco, con un escaño más que el Likud. Sin embargo, los treinta y pocos escaños que contaba cada partido no lograron conseguir apoyos suficientes para formar Gobierno. En diciembre de 2019 Gantz y Netanyahu se echaban las culpas mutuamente por finalizar sin éxito el plazo para elegir un candidato a formar Gobierno y por ende, a una nueva convocatoria de elecciones el 2 de marzo, dos semanas antes de que comience el juicio por los tres delitos de corrupción contra el primer ministro en funciones, Benjamin Netanyahu que vio sus acusaciones formalizadas en enero de este año.

¿Qué le depara el 2020 a Israel? Díganmelo ustedes. 





Social media

La comunicación política en
el entorno *online*



SOCIAL MEDIA
COMPOL



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986

#EsDePolitólogos

EDP
.com



Cuenta de Twitter recomendada

[@esdepolitologos](#)

Este mes de marzo recomendamos la cuenta de Twitter de #EsDePolitólogos. Se trata de una plataforma de comunicación política digital que tiene como objetivo ser un espacio de debate e intercambio de saberes y experiencias entre estudiantes y profesionales de la disciplina en habla hispana.



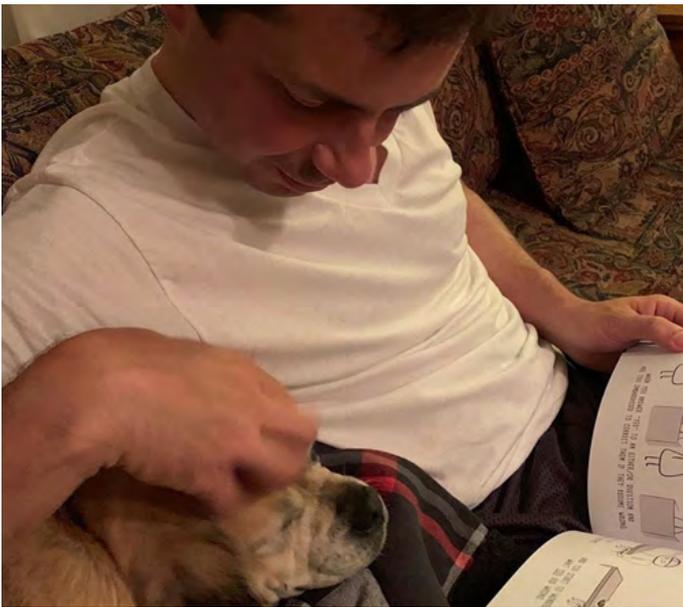
Boris Johnson ✓
@BorisJohnson

Tonight we have left the EU - an extraordinary turning point in the life of this country. Let us come together now to make the most of all the opportunities Brexit will bring - and let's unleash the potential of the whole UK.



El Tuit del mes

El tuit del mes tiene como protagonista a Boris Johnson, primer ministro del Reino Unido. Se trata del primer mensaje del mandatario conservador a sus compatriotas una vez se hizo efectiva la salida del Reino Unido de la Unión Europea el pasado 31 de enero.



El Álbum de Instagram



El protagonista del perfil de Instagram de este mes de marzo es el demócrata Pete Buttigieg, quien se retiró de la carrera por la candidatura presidencial de su partido el pasado 1 de marzo. Fue sorpresa tras su victoria en Iowa por delante de Bernie Sanders. Ha publicado cerca de 600 fotografías y tiene más de 1,1 millones de seguidores en esta red social.





El Meme



El viento le jugó una mala pasada a Donald Trump al bajarse de su helicóptero, la corriente de aire echó su cabello hacia atrás, revelando marcas de bronceado en su rostro. A pesar que el presidente afirmó que esas imágenes habían sido manipuladas las redes no tardaron en hacerse eco de dichas imágenes e inundarse de ingeniosos memes. 🐞



Compoltube



Este mes recomendamos un vídeo del canal de [Martens TV](#) que nos habla de una de las tendencias digitales en comunicación política de este año 2020: Política en tiempos de TIK TOK. Cada vez son más los partidos y representantes políticos que utilizan esta aplicación con la que llegar a un público más joven y conectado.

¡Dale al play! 🐞



VI ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

León, 15-16 mayo.

Infórmate en:

www.compolitica.com

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



CORTES DE
CASTILLA Y LEÓN



Junta de
Castilla y León



AYUNTAMIENTO DE LEÓN



El Blog Agenda Pública

WEB

<http://agendapublica.elpais.com/>

TWITTER

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



Agenda Pública es un blog impulsado por analistas e investigadores de ciencias sociales de distintas universidades o *think tanks* que abordan la actualidad des de profundos análisis político y económico.

Como ellos mismos definen, esta web nace para satisfacer una creciente demanda de información y análisis entorno la economía, la política u otros fenómenos sociales que dirigen la actualidad. En ella participan nombres relevantes de las ciencias políticas en España como Cristina Ares, Ignacio Molina, Juan Rodríguez Teruel, Argelia Queralt o Luis Bouza, entre otros, bajo la batuta de Marc López y la coordinación de Yanina Welp.

La web divide sus artículos en cinco grandes agendas: global, social, política, europea y constitucional, y guarda un encaje especial para la agenda económica. En este apartado se analiza con rigor los retos futuros, pero también el momento actual, tanto a nivel nacional como internacional de la economía. Los últimos *posts* analizan la respuesta del gobierno con las últimas medidas impulsadas an-

te los principales retos que tiene el país. También se aborda otros temas de actualidad como la transición ecológica o la gestión del Coronavirus.

Otros espacios interesantes de este blog, son los monográficos, como el de género y poder, o la recopilación de artículos en su *"Magazine"*. Pero sin duda, uno de los espacios más interesantes, para mí, es la parte del *"Debate"*. En este espacio se recoge la transcripción de diálogos, conferencias o debates donde participa normalmente más de un actor, que acostumbra a ser o un analista y especialista en el tema o un político, y un editor analista de Agenda Pública que modera y recoge las principales impresiones. En este espacio, se da un intercambio de ideas y perspectivas que permiten al lector conocer más a sus protagonistas y obtener una imagen más poliédrica del tema.

Este blog de análisis económico y jurídico político, ligado al periódico *El País*, y con la colaboración de la Fundación La Caixa, es sin duda uno de los espacios de referencia para acercarse de manera científica a la actualidad y ampliar conocimiento, convirtiéndose casi en una asignatura obligatoria en facultades.



La foto ¿A la tercera va la vencida?



ALEJANDRA
ARTERO

@alejandrartero8

El Partido Socialdemócrata de Rumania (PSD) no había perdido unas elecciones generales desde el año 2000. Pero en noviembre del 2019, y tras una moción de censura en contra del PSD, Ludovic Orban, al frente del Partido Nacional Liberal (PNL), asumió su cargo como primer ministro del país. Empezaba entonces un gobierno liberal en minoría que debía haber estado al frente de Rumania hasta el 10 de noviembre de este año, cuando se celebraría la primera vuelta de las elecciones para elegir nuevo primer ministro.

Sin embargo, y a diez meses de agotarse su legislatura, Orban ha sido objeto de otra moción de censura propuesta, esta vez, por el PSD en su papel de oposición. El Partido Socialdemócrata ha tenido que hacerse con apoyos de los grupos minoritarios del Parlamento, ya que para que la moción prosperase hacían falta 233 votos a favor. Finalmente, de los 329 diputados que componen la cámara, 261 respaldaron el texto poniendo fin al ejecutivo de Orban solo tres meses después de su comienzo y tumbando el segundo gobierno rumano en cuatro meses como resultado de una moción de censura.

El desencadenante de la tensión entre oposición socialdemócrata y gobierno liberal ha sido la propuesta de reforma de ley electoral que este último ha puesto sobre la mesa. El Partido Nacional Liberal pretendía establecer un sistema electoral municipal por el cual los alcaldes fueran elegidos a través de dos vueltas.

En Rumania, solo la carrera por el cargo de primer ministro se resuelve mediante este sistema doble.

De tener éxito en el Parlamento, esta reforma probablemente hubiera resultado en que el Partido Socialdemócrata perdiera parte del gran poder municipal que ostenta, alrededor de 1.700 alcaldes en el país. Si estos comicios locales se hubieran terminado decidiendo en dos vueltas, el centro derecha podría haberse unido en más de la mitad de los municipios en los que el PSD gana históricamente con mayoría simple, calculan los expertos. Además, la oposición tildó de "abuso a la democracia" la propuesta del PNL, que se entregó con un plazo muy ajustado con las elecciones municipales, previstas para el próximo mes de junio.

Este acontecimiento confirma la inestabilidad política que vive el país de Europa del Este. En octubre de 2019 la predecesora de Orban, Viorica Dancila (PSD), vio terminar su gobierno por los escándalos de corrupción que acechan al partido. Dancila era, además, la tercera líder del Partido Socialdemócrata desde el 2016.

A partir de ahora, empieza el plazo de 60 días para encontrar a un nuevo primer ministro. El presidente de Rumania, Klaus Iohannis, es el encargado de proponer candidatos al Parlamento y este, de votarlos. El propio jefe del Estado ha declarado que volverá a postular a Orban como candidato para que continúe con su proyecto de "agenda reformadora".

Por otro lado, el Partido Socialdemócrata tiene su propia opción: Remus Pricope, el Rector de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Administrativas y exministro de educación. A pesar de que esta formación cuenta con la mayoría en las dos cámaras, es difícil que se materialice su propuesta en este clima de inestabilidad.

Muchos confían en que la mejor opción para acabar con la inestabilidad que sufre Rumania es convocar unas nuevas elecciones generales. Pero, la única posibilidad de que los comicios (previstos para diciembre de 2020) se adelanten, es que el Parlamento no apruebe a dos candidatos propuestos por Iohannis. ❏



#LaRevistaDeACOP



Fuente: Bogdan Cristel para Agencia EFE

2020_03

¿A la tercera va la vencida?

N° 047



Una caña con...

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





UNA CAÑA CON...

Una caña con...

Pedro Marfil e Irene Asiaín:



BEERS & POLITICS

@beerspolitics

Àlex Comes
Xavier Peytibi

Pedro Marfil:

¿A qué te dedicas? ¿En qué tema estás trabajando ahora?

Soy profe en la Universidad Camilo José Cela, donde tengo unos compañeros y alumnos maravillosos de los que no dejo de aprender. El tema que me consume es mi tesis.

No hablemos de ello.

¿Cómo te formaste?

¡En muchos sitios! Periodismo en Málaga, Políticas en la UNED, másteres en la Pontificia de Salamanca y en la Camilo y doctorado en el CEU. Aprender en muchos sitios y de formas diferentes es muy enriquecedor.

¿Dónde podemos leer tus publicaciones?

Pues en Academia.edu, en Google Scholar, en Orcid... los clásicos.

¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que debe tener un/a buen/a académico/a?

Hay muchos tipos de académicos buenos. Yo creo que son claves el tiempo, la perseverancia, la disciplina y los buenos compañeros.

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

Que sea paciente, honesto y sincero. La vida es una carrera de fondo. Hay que

hacer muchas cosas muy diferentes para poder adaptarse con facilidad.

¿Un libro que te guste?

Tres. Novela: *Caminarás con el sol*, de Alfonso Mateo-Sagasta. Ensayo: *Incógnito*, de Eagleman. Histórico: *La Odisea*.

¿Una película o serie?

Munich. Creo que dice mucho de la condición humana. Últimamente me engancha Sorrentino.

¿Un bar?

Todos.



¿Un hobby?

Adoro las sobremesas con familia/amigos.

¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Venecia o Roma. Italia es una especie de Ítaca a la que siempre aspiro a regresar.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

La Transición. Sin duda. Creo que no somos conscientes de lo que supuso y de su dificultad. Nos tocó la lotería.



¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Creo que Churchill. Su mezcla entre disciplina, tesón y hedonismo.

¿Estás en alguna asociación política o de comunicación política?

Siempre ACOP.

¿Qué es ACOP para ti?

Familia, amigos, maestros, mentores, colegas... Para mi ACOP es mucho más que unas siglas.

¿Cómo pueden contactarte?

En el correo: jpmarfil@compolitica.com por Twitter y en los eventos de ACOP!

Irene Asiaín:

¿A qué te dedicas?

Soy periodista y actualmente estoy especializándome en periodismo de datos, investigación y visualización en el máster de Unidad Editorial y la URJC.

¿Cómo te formaste?

Estudí Periodismo en la UC3M y continué mi formación en la Escuela Diplomática, con el máster de RRII y Diplomacia, porque creí importante para mi profesión contar con, al menos, una base en temas de Derecho, Economía y Política. Además, tuve la oportunidad de pasar unos meses en Washington D. C. trabajando en la Misión de España ante la OEA y aprendí mucho de los diplomáticos con los que pude coincidir.



Si quieres tomarte "la última", puedes hacerlo [aquí](#)



▼ ¿Cómo llegaste a la consultoría?

He estado dos años trabajando en ACOP, y he podido conocer de cerca a consultores políticos con verdadero talento. Personalmente, como periodista, me ha parecido muy interesante la labor que realizan. La política, hoy en día, necesita a profesionales expertos que sean capaces de dar buenos consejos en momentos delicados e incluso de reconducir situaciones de crisis que puedan darse en el seno de los partidos.

¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que debe tener un buen consultor/a?

Diría que lo imprescindible es la motivación y la curiosidad por seguir aprendiendo. Siempre debe haber ganas por superarse a uno mismo y encontrar la manera de hacer una cosa, por pequeña que sea, de manera extraordinaria.

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

Toda persona que se embarca en un proyecto profesional debería tener, al menos, tres cualidades que son fundamentales: humildad, ganas de aprender y confianza en uno mismo. El resto, a mi modo de entender, te lo irá dando la experiencia.

¿Un libro?

Viajes con Heródoto, de Ryszard Kapuscinski.

¿Una película o serie?

Recomiendo la película de *Secretos de Estado*, de Gavin Hood y protagonizada por Keira Knightley.

¿Un bar?

Tipos infames. Es una librería de autores independientes y con una zona que es una mezcla de vinoteca y cafetería. Muy recomendable.

¿Un hobby?

Tengo varios, pero uno que disfruto especialmente es el teatro. Me encantan estas salas pequeñas de Madrid, como el Teatro Karpas. Este tipo de sitios te sumergen en la obra. ¡Casi estás metido en el escenario con los actores!

¿Una cerveza?

He de decir que soy muy fiel a una buena copa de vino tinto.

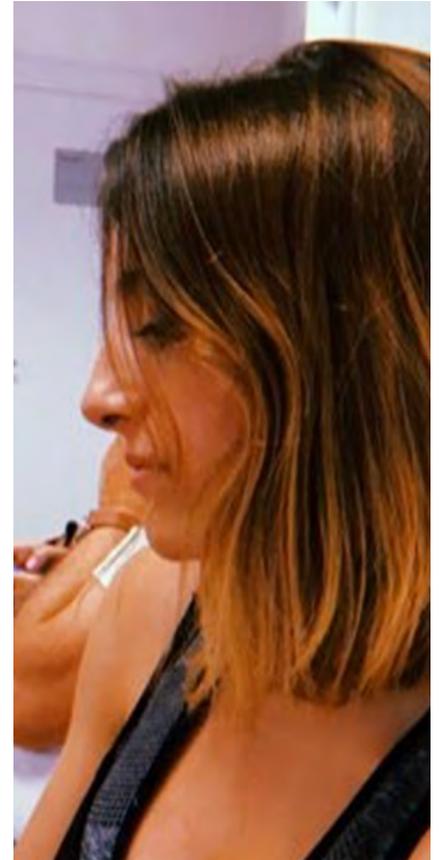
¿Un lugar para perderse y hacer turismo político?

Por experiencia personal, diría que Washington D. C. Como ocurre con otras ciudades como Bruselas, es una ciudad muy institucional, diplomática. En Washington se respira política.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

La caída del muro de Berlín. Ese momento en el que se derribaron los muros que separaban a las dos Alemanias. Me habría encantado como periodista haber podido cubrir ese momento, pero también a nivel personal, porque ilustra perfectamente cómo las confrontaciones y la falta de consensos llevan al atraso y al sufrimiento. Más de una vez deberíamos echar un ojo a la Historia y aprender de ella.

¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?



Me habría encantado conocer a Nelson Mandela.

¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

Colaboro con ACOP.

¿Qué es ACOP para ti?

Para mí ha sido una asociación en la que me he formado y he aprendido mucho de la gente con la que he podido trabajar. Pero, además, es un espacio en el que se conoce a gente interesantísima y que contribuye, con gran esfuerzo, a profesionalizar un campo tan necesario como la comunicación política.

¿Cómo pueden contactar contigo?

Me pueden contactar en mi Twitter: [@irene_asiaia](https://twitter.com/irene_asiaia)



Noticias ACOP

La actualidad de
nuestra asociación





NOTICIAS ACOP

Arnau Pérez, nuevo gerente de ACOP



La gerencia de ACOP cuenta con nuevo responsable. Se trata de Arnau Pérez Valero que asume el cargo tras un proceso de selección reñido al que se han presentado candidaturas de alto nivel.

Jurista y politólogo por la Universitat Pompeu Fabra. Ha sido Director de Gabinete de la Secretaria de Estado de Igualdad, así como asesor en el Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad. Asimismo, ha sido consultor de asuntos públicos en Llorente y Cuenca, donde lideró proyectos del ámbito energético, tecnológico o para el sector de la alimentación.

En la actualidad, también desarrolla actividades en el ámbito de la incidencia pública con beBartlet. Ha sido comisario cultural para la Generalitat de Catalunya y miembro de la junta directiva de organizaciones civiles como deba-t.org, o +Democracia.

Podéis contactar directamente con él a través de [su correo](#) para cualquier cuestión relativa a la asociación.✉



Últimos días para el envío de propuestas a ACOP León



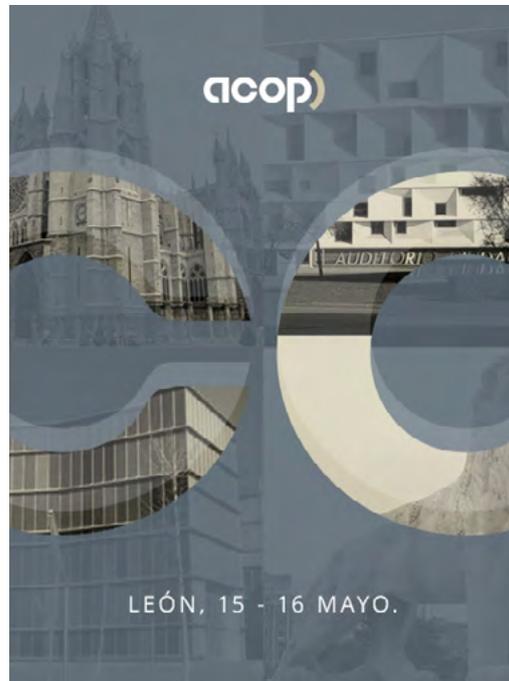
La Asociación de Comunicación Política (ACOP) celebrará su sexto encuentro internacional los días 15 y 16 de mayo de 2020 en León (España). La fecha límite para la presentación de resúmenes es el 15 de marzo de 2020. La aceptación se comunicará a los asistentes antes del 31 de marzo de 2020. Partiendo de la condición de León como cuna del parlamentarismo, el comité de investigadores de ACOP invita a los académicos de la comunicación política a que presenten propuestas para un panel temático sobre "Parlamentos y Comunicación". Una selección de los mejores trabajos presentados durante el congreso de León se considerará para su publicación como parte de un número especial en el *International Journal of Media & Cultural Politics* (Intellect Books) después de la revisión por pares. [✉](#)

Descuentos para ACOP León hasta el 31 de marzo



Recuerda que este es el último mes para hacer tu inscripción bonificada en el VI Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP León que se celebrará los días 15 y 16 de mayo. Aprovecha los descuentos sobre el precio de la matrícula hasta el 31 de marzo.

Puedes consultar todo el programa y ponentes en la [web del evento](#). [✉](#)



Últimas novedades confirmados

El jueves por la tarde, para aquellos asistentes que ya estén en León, se ofrecerá un cóctel de bienvenida en el emblemático Palacio Botines, en el centro de la ciudad.

El periodista Íñigo Alfonso, director de las mañanas de Radio Nacional de España, moderará la mesa en la que Gisela Stuart repasará el papel del parlamento durante el proceso del brexit. [✎](#)

Budapest acogerá la próxima conferencia EGPA en septiembre

El Grupo Europeo para Administración pública en estrecha colaboración con la Universidad de Corvinus de Budapest y el Centro de Estudios de Gobernanza del Danubio organizan la conferencia [EGPA 2020](#). La conferencia tendrá lugar en Budapest (Hungría) del 2 al 4 de septiembre 2020 y estará precedido por un Simposio de doctorado para estudiantes e Investigadores Júnior los días 1 y 2 de septiembre.

La Conferencia EGPA es la reunión anual de la comunidad de académica del ámbito de la Administración Pública que aúna a jóvenes investigadores y profesionales en Europa.

EGPA/IIAS
European Group
for Public Administration



Conferencia EGPA 2020:
2-4 de septiembre de 2020.
Budapest, Hungría

Simposio de doctorado
EGPA 1 - 2 de septiembre

Fecha límite: 5 de abril
[Call for papers](#) [✎](#)



Tabla valoración

Índice de popularidad de los
protagonistas políticos



Tabla de valoración

Marzo 2020

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
 Putin - Rusia	69 %	Levada	Febrero 2020	▲ +1
 López Obrador - México	59 %	Grupo Reforma	Marzo 2020	▼ -9
 Costa - Portugal	59 %	Eurosondagem	Diciembre 2019	
 A. Fernández - Argentina	57 %	Rouvier & Asociados	Febrero 2020	▼ -2
 Vizcarra - Perú	53 %	Ipsos	Febrero 2020	▼ -3
 Merkel - Alemania	53 %	Infratest Dimap	Febrero 2020	
 Medina - R. Dominicana	53 %	Gallup	Abril 2020	
 Sánchez - España	50 %	CIS	Febrero 2020	▲ +3
 Trump - EE. UU.	47 %	Gallup	Febrero 2020	▲ +3
 Conte - Italia	40 %	Istituto IXE	Marzo 2020	
 Trudeau - Canadá	40 %	Ipsos	Marzo 2020	
 Morrison - Australia	39 %	Essecial Report	Febrero 2020	▼ -1
 Jhonson - Reino Unido	34 %	YouGov	Febrero 2020	
 Macron - Francia	33 %	Ifop-Fiducial	Marzo 2020	▼ -1
 Varadkar - Irlanda	30 %	Irish Times	Febrero 2020	▼ -5
 Bolsonaro - Brasil	30 %	Datafolha	Diciembre 2019	
 Duque - Colombia	23 %	Gallup	Febrero 2020	▼ -1
 Moreno - Ecuador	19 %	Cedatos	Diciembre 2019	
 Carrie Lam - Hong Kong	18 %	Hong Kong Public Opinion Research Institute	Febrero 2020	▼ -1
 Piñera - Chile	12 %	Cadem	Febrero 2020	▲ +2
 Lacalle - Uruguay	*			
 Áñez - Bolivia	*			

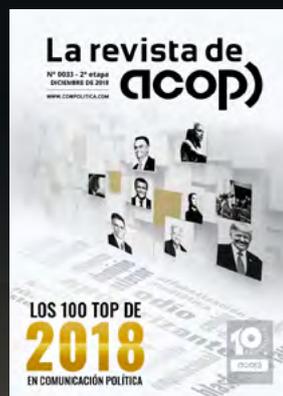
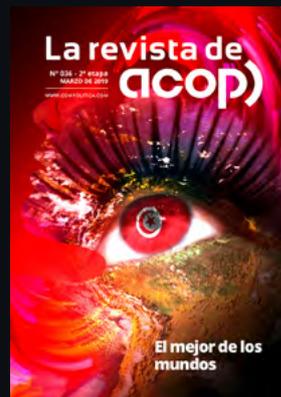
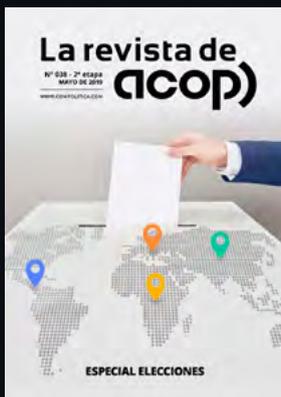
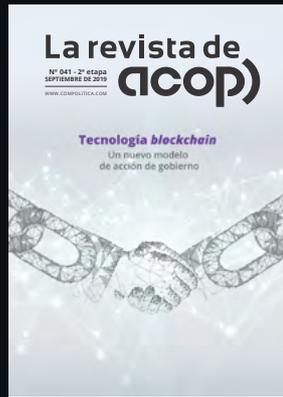
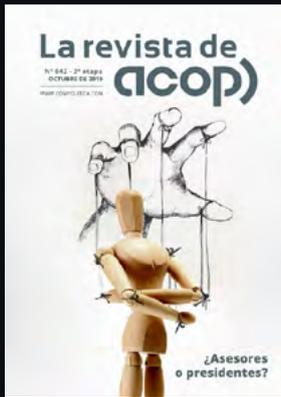
* Sin mediciones.
() no se dispone de nuevas mediciones.



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)