

La revista de COMOP)

Nº 055 - 2ª etapa
DICIEMBRE DE 2020

WWW.COMPOLITICA.COM

La década

de la comunicación
política



2010 – 2020

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)



[@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 POLÍTICA

Avda. Complutense s/n

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

www.compolitica.com

DIRECTORA

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

SUBDIRECTOR

Carlos Samitier, [@casamitier](https://twitter.com/casamitier)

COMITÉ EDITORIAL

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

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

Claudia Ortega, [@claudia_chv](https://twitter.com/claudia_chv)

Daniel García, [@danigarci1986](https://twitter.com/danigarci1986)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

REVISIÓN Y CORRECCIÓN

Gonzalo Entrena, www.gonzaloentrena.com

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



- 04** **CARTA EDITORIAL**
Dirección
- 07** **TECNOPOLÍTICA**
Una década de transformación compol en redes sociales
Xavier Peytibi y Antoni Gutiérrez - Rubi
- 13** **COMUNICACIÓN DE GOBIERNO**
La década de los populismos
Luis Arroyo
- 17** **TRANSFORMACIÓN DE LAS CAMPAÑAS**
La metamorfosis de la comunicación política
Mario Riorda
- 23** **LIDERAZGO**
Entre la resiliencia y las resistencias: los últimos diez años del liderazgo político de las mujeres
Gisela Rubach
- 29** **DEBATES**
Los debates de la última década: de la razón a la emoción, de rivales a enemigos
Miljana Micovic
- 35** **INTANGIBLES**
Comunicación y política: en busca de la reputación perdida
Pau Solanilla
- 41** **ASUNTOS PÚBLICOS**
El lobby como actor político y social
Antonio Castillo
- 47** **PROTOCOLO**
Protocolo y su evolución en los últimos 10 años: acercando las instituciones a la sociedad
Diana Rubio
- 53** **CONCEPTOS CLAVE EN LA INVESTIGACIÓN**
Diez conceptos clave de la última década (2010-2020)
Francisco Seoane
- 59** **LAS ENTREVISTAS DEL 2020**
José Luis Izaguirre
- 65** **LA CULTURA POLÍTICA DE 2020**
Las 15 series, películas y documentales políticos del año
Ignacio Martín Granados
- 85** **LA CULTURA POLÍTICA DE 2020**
Reseñas del año
Eduardo Castillo
- 91** **SOCIAL MEDIA**
El año en redes sociales
Daniel García
- 99** **EL 2020 EN FOTOS**
Alejandra Artero
- 105** **10 BLOGS DEL 2020**
Marina Isún
- 109** **VALORACIÓN LÍDERES 2020**
Redacción
- 111** **CALENDARIO ELECTORAL 2021**
Claudia Ortega
- 119** **CONGRESOS 2021**
Adriana Parker
- 121** **OBITUARIO**
Ralph Murphine
Gabriela Ortega
- 125** **LAPIDARIUM**
Año bisiesto, año siniestro
Alberta Pérez



Carta Editorial

Querido lector:
Tienes en tus manos un nuevo número de La Revista de ACOP, uno de los más esperados del año y sin duda, el más especial para nosotros. Nos estrenamos en la dirección. Sentimos vértigo y responsabilidad. Orgullo por la confianza.

Gracias, Eduardo y Gabriela, nos dejáis el listón muy alto. Tomamos vuestro testigo y el legado de muchas otras personas, socios de ACOP, que desde 2008 han puesto en marcha y han hecho brillar este proyecto, desde su dirección, su Comité Editorial y desde las múltiples colaboraciones que hacen posible una nueva edición cada mes.

Esta prestigiosa revista de comunicación política es un proyecto de los socios, hecho con cariño y dedicación. Y se ha convertido en una referencia gracias a la aportación de tantas personas que durante doce años han participado con excelentes análisis abarcando todos los prismas de la disciplina. Nuestra revista ha contribuido a **consolidar la profesión** y es todo un referente en la comunidad hispana. Las claves de su éxito han sido **el rigor y la profundidad, como señas de identidad**, pero también la diversidad y la pluralidad, aunando a referentes en la comunicación política con nuevos talentos, visibilizando el papel de la mujer e incluyendo a voces procedentes de distintas latitudes. ▽



Nuestro reto es mantener la calidad de esta revista. Vamos a esforzarnos por cuidar la identidad que la caracteriza y la diferencia. Vamos a preocuparnos por incorporar un contenido que os siga sorprendiendo en cada número. No queremos cambiar aquello que funciona pero seguiremos trabajando por incluir de forma progresiva actualizaciones para adaptarnos a los tiempos y a vuestras necesidades, por abrir nuevos horizontes territoriales y temáticos que enriquezcan la *compol*.

Seguiremos apostando por **hacer una revista abierta a todos**, porque estamos convencidos de que compartiendo el conocimiento estamos afianzando nuestro sector y siendo mejores profesionales.

Dirigir el buque insignia de la asociación es un regalo para nosotros. Una oportunidad de hacer periodismo desde la perspectiva de nuestra especialidad, de aportar nuestro esfuerzo. No lo haremos solos, contamos con el extraordinario equipo del Comité Editorial: la guía y la experiencia de **Eduardo G. Vega, Gabriela Ortega, David Redoli** (que cada mes nos sorprende con el error de la *compol*), **Jordi Rodríguez Virgili, Joan Navarro y Joaquín Marqués**, la valoración de líderes políticos de **Pedro Marfil**, las entrevistas de **José Luis Izaguirre**, la presencia cada vez más relevante de la *compol* en los *social media* con **Daniel García**, las reseñas bibliográficas de **Eduardo Castillo**, el blog recomendado de **Marina Isún**, la foto del mes con **Alejandra Artero** y el extraordinario y siempre acertado *Lapidarium* de **Alberta Pérez**. Las entrevistas de Beers&Politics se han convertido en un *must* de cada número. Además, aprovechamos para presentaos a

Claudia Ortega y Gonzalo Entrena, nuevos fichajes que se han incorporado al calendario electoral y a la revisión y corrección de nuestra revista, respectivamente. No olvidamos al **Estudio VicenteRojo**, los 'culpables' de nuestro magnífico y característico diseño.

Y por supuesto, a vosotros, queridos lectores que, con vuestra confianza y apoyo, mes a mes, le dais sentido a este proyecto. **¡Seguimos al 2021!**

Verónica Crespo y Carlos Samitier ✎





Tecnopolítica



TECNOPOLÍTICA

Una década de transformación *compol* en redes sociales



XAVIER PEYTIBI

@xpeytibi

Consultor de
comunicación política en
Ideograma



**ANTONI
GUTIÉRREZ - RUBI**

@antonigr

Director de Ideograma

«**A** las 3:34 AM desperté. Estaba temblando. Me tomó un segundo darme cuenta de que era fuerte, muy fuerte, y me levanté de un salto de la cama para

hacer lo que a todo niño en Chile le enseñan en caso de sismo: alejarse de las ventanas y pararse bajo el marco de la puerta. Aguanté allí hasta que la tierra dejó de moverse. Se había cortado la luz, y lo único que tenía cerca para iluminar era mi teléfono». Este es el relato que hacía Cony Sturm en su blog sobre lo que ocurrió la madrugada del sábado 28 de febrero de 2010, después de que Chile fuera sacudido por un fortísimo terremoto de 8,8 grados en la escala de Richter, que causó 525 muertes. Con la electricidad y las líneas telefónicas caídas, Internet móvil se convirtió en la principal fuente informativa para seguir en directo lo que ocurría en el país sudamericano.

Incluso los mismos canales de televisión comenzaron a apoyarse en informaciones entregadas por usuarios de Twitter, una vez que pudieron iniciar transmisiones (bastantes minutos después del terremoto) para informar sobre la magnitud de la tragedia. Twitter se convertía en una de las principales y más inmediatas herramientas para la información en vivo en la web.

En cualquier parte del mundo se podía saber, de primera mano, lo que estaba ocurriendo, y en apenas unos minutos, la web se actualizaba con cientos de nuevos tuits que aportaban nuevos enlaces informativos, imágenes o nuevos datos, así como con los testimonios de quienes se encontraban en el país. Era toda una revolución. El mundo se enteraba por Twitter y no por la televisión de la gravedad del terremoto. Empezaba una nueva era. El tradicional receptor de información, con un teléfono móvil, podía ahora ser un emisor, casi en directo, de lo que veía, de lo que oía o de lo que sentía. Todo cambiaba.

Ese 2010 nos dejaba con un uso generalizado de blogs y, al mismo tiempo, con el inicio de su decadencia, con el auge del microblogging (o también llamado entonces *nanoblogging*), con Twitter como mayor canal comunicativo, de aprendizaje, de relación, y con la esperanza de que esta red social, junto a Facebook, podrían cambiar el modo de relacionarnos con los Gobiernos, y estos, con su ciudadanía.

A menudo, desde un ciberoptimismo imperante, se pensaba en Internet como la solución a todos los males de la comunicación política, pero no era cierto. La Red no es ninguna panacea, sino una herramienta más para comunicar políticamente, como lo es la televisión o lo son otros medios tradicionales. Nadie gana unas elecciones solo con Internet, pero —hoy en día, diez años después, añadimos— nadie puede ganarlas tampoco sin la Red. Porque las redes sociales han transformado a nuestra sociedad y, por ende, han transformado a la comunicación política. ¿Cómo lo han hecho? Destacamos algunas reflexiones sobre cómo han cambiado nuestro modo de comunicar:

1. GENERALIZACIÓN

Hemos envejecido, y esa es una buena noticia para las redes y la comunicación política porque significa que, si en 2010, las redes sociales eran vistas como una herramienta de comunicación y movilización para jóvenes, ahora las usa casi toda la ciudadanía (YouTube, WhatsApp y Facebook son usadas por más ▶



de un 75% de población en España, o Instagram y Twitter por más de un 50%, por ejemplo). Con unas redes sociales utilizadas de modo tan mayoritario, la comunicación política adquiere mucha más elasticidad para llegar a cada público determinado.

2. CAPACIDAD DE INFORMAR Y COMUNICAR

La generalización del uso de las redes ha significado un cambio de hábitos, que afecta a cómo consumimos la comunicación, incluyendo la comunicación política. Porque realmente la consumimos. De hecho, el 50% de los estadounidenses reconoce que se informan de las noticias a través de Facebook. Por supuesto que la televisión sigue siendo una herramienta fundamental, pero no es ya la única. Desde la palma de nuestra mano, desde nuestros móviles, podemos buscar cualquier información, al momento, y encontrarla: propuestas, ideas, noticias, mensajes... También hace efecto la pantallización: podemos ver televisión mientras miramos nuestro móvil, o comentamos lo que vemos.

3. SEGMENTACIÓN

Uno de los objetivos de la *compol* es que el electorado se sienta escuchado y próximo a un candidato/a o político/a. La gracia de la segmentación es crear mensajes dirigidos directamente a estos grupos, para así reclutar votantes que, de otra forma, no se hubieran identificado nunca con el candidato/a o para activar a aquellos que están de acuerdo en una temática concreta, pero no tanto en el resto. Los datos son información, y la información es poder. En este sentido, las redes se convierten en un arma insustituible para, por un lado recabar información de la ciudadanía y, por el otro, de segmentar a través de publicidad esos mensajes que tenemos para ellos/as.





Las nuevas técnicas de segmentación y comunicación política y la Red nos permiten, más que nunca, hacer un giro hacia lo que Gutiérrez-Rubí denomina *micro-política*: conceptos e ideas, ahora subestimados, que pueden ser decisivos en un contexto donde la ciudadanía reclama mayor atención, comprensión y sensibilidad por parte de los políticos hacia sus realidades y demandas.

4. DIFUSIÓN VERSUS RELACIONES

Es el gran fallo de muchos políticos/as. Se usan las redes sociales para difundir, como se hacía diez años atrás, y no para generar relaciones y aumentar la confianza en la política. Esa difusión, sin embargo, ha mutado, intentando una desintermediación: si no me gusta lo que los medios dicen de mí, comunico directamente con la ciudadanía, y los medios ya se harán eco. Es lo que hace Donald Trump en Twitter, por ejemplo. Pero esa desintermediación es muy complicada de lograr y, como ya hemos comentado: lo importante de la Red es la capacidad relacional que genera, que no se aprovecha.

5. ACTIVISMO

Las redes han multiplicado el activismo y, por tanto, la capacidad de la comunicación política para conseguir un ejército de portavoces (o de compartidores de contenidos). Porque la política se puede organizar online para bajar después a la calle (en lo que Peytibi denomina *campañas conectadas*), y porque quien realmente persuade, ahora y siempre, son los amigos y los familiares, el boca a boca. Somos animales sociales y con-



fiamos y aceptamos ideas de las personas a las que conocemos, muchísimo más que las de cualquier político/a, por mucho que le votemos. La Red permite construir un movimiento base de *grassroots* que logre inspirar pero, sobre todo, organizarse y conseguir que se movilen, que se sientan identificados y 'emocionados' por nuestras políticas. La clave de la nueva comunicación política es el discurso emocional: llegar al corazón de los electores, en la calle y en la Red, y es más sencillo conseguirlo si lo hacen activistas organizados.

6. LA CAMPAÑA ES MÁS PERMANENTE QUE NUNCA

En un mundo conectado, todo lo que se hace como candidatura

o como Gobierno se ve reflejado en las redes. Hay críticas a favor y en contra. Y algunos contenidos triunfan más que otros, o son más compartidos que otros, pero todo comunica, y hemos aprendido a pensar también para las redes y a generar visibilidad desde estas plataformas, de modo diferente: más contenidos visuales (imágenes, memes, infografías, vídeos cortos), más mensajes claves, más tipología de contenidos, más directos en Facebook y *streaming*...

7. LA HUMANIZACIÓN

Y no hablamos solo —aunque también— del aumento de contenidos en los que los políticos/as se pueden mostrar más divertidos, enseñar el *backstage* de su vida ▶



política, en ocasiones a su familia, con quién se encuentran y con quién hablan, gente normal... Sino que hablamos de que la generalización del uso de las redes hace que muchos de esos/as líderes sean quienes llevan sus propias redes sociales. Saben qué comunican y entienden su importancia. Hace diez años había que convenir sobre que esto no era una moda pasajera; hoy, mucho menos.

8. THE DARK SOCIAL

De los blogs, con reflexiones públicas, hemos pasado casi al contrario, con herramientas comunicativas privadas, que es donde se mueven aplicaciones como WhatsApp, Telegram, Signal o Messenger. La inmediatez, la gratuidad, la privacidad y la capilaridad social, que aplicaciones como WhatsApp han conseguido son la clave para entender cómo ha cambiado la forma de comunicar. El concepto *dark social* nació para describir las interacciones sociales que no pueden ser rastreadas y medidas por la analítica tradicional, concretamente aquellas que se producen en entornos de mensajería personal. Es en muchas de estas aplicaciones donde gran parte de la ciudadanía puede hablar de política, o compartir contenidos, o incluso informarse de política. Y eso las hace importantísimas para la comunicación. Las candidaturas o Gobiernos que no se preparan para ello pueden sufrir las consecuencias.

9. LAS BURBUJAS

En una época caracterizada por el individualismo, la despolitiza-

ción, el desgaste de la política, el desprestigio de los partidos (englobado todo ello en un sentimiento de desafección y espíritu crítico), son los propios ciudadanos los que se dan cuenta de que pueden actuar políticamente por sí mismos, gracias, sobre todo, al poder de la comunicación intensiva e inmediata de la Red. Las nuevas tecnologías nos permiten organizarnos, cambiar las cosas, mejorarlas con la creación de comunidades y con la difusión continua de información. Pero, también, nos permiten ignorar lo que no queremos escuchar, ni ver, ni leer, incluyendo cualquier información o noticia sobre un político/a. Es ahí donde nacen las burbujas, comunidades online donde todo el mundo piensa como nosotros y donde realimentamos constantemente nuestras creencias. Ello genera polarización y, aunque a corto plazo, consigue movilizar y aumentar el voto duro, a medio y largo plazo es un problema para la democracia. Por otro lado, es también un problema ocasionado por las propias redes sociales, que quieren que estemos a gusto en ellas, y por eso sus algoritmos solo nos muestran contenidos que nos gustan. Es complicado salir de ellas y, a la vez, para la comunicación política es complicado entrar.

10. LAS NOTICIAS FALSAS

Vivir —y comunicarse— en burbujas genera un aumento de la desinformación. La ruptura entre los hechos y las creencias es potencialmente devastadora.

La mentira y la falsedad como base del pensamiento político solo pueden destrozar el concepto de lo público. Pero sucede, y es otra transformación de estos diez años. La desinformación consigue retroalimentar las ideas de las personas ya muy politizadas, que se creen todas esas noticias por muy extrañas que nos parezcan. Porque en un mundo donde la emocionalidad ha adquirido mucho más valor que la racionalidad, al menos en redes sociales, el concepto de posverdad nos recuerda que, a veces, la verdad puede convertirse en irrelevante siempre que concuerde con nuestras creencias, porque no se confía en los medios, ni en los políticos, ni en los Gobiernos, ni en las instituciones.

La buena noticia es que la mayoría de esas noticias falsas no salen nunca de esas burbujas. Solo algunas lo hacen y ponen en peligro el modo en que se entiende la democracia, porque ocupa la agenda pública o política. Ocupan la atención, que ocupa tiempo y estimula a compartir. Ese es el gran objetivo: lograr una influencia instantánea, para ser distribuido. Mientras te tengo ocupado con comida basura informativa, no te dejo tener otras ideas e impulsos.

Han pasado diez años y las redes sociales están aquí para quedarse, y para seguir transformando la comunicación política. Pero no sustituyen, tan solo transforman. Son una herramienta más, y cada vez más importante, pero solo una herramienta.

NEW YORK STOCK EXCHANGE



@twitter

The image features two large, dark grey, crumpled paper heads in profile, facing each other. They are positioned above a horizontal line that separates them from a background of a US flag. The top half of the image is a plain light grey background. The bottom half is a white background with a large, downward-pointing triangular cutout that reveals the US flag. The text 'ALT-LEFT' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the left crumpled head. The text 'ALT-RIGHT' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the right crumpled head.

**ALT-
LEFT**

**ALT-
RIGHT**



Comunicación
de Gobierno



COMUNICACIÓN
DE GOBIERNO

La década de los populismos



LUIS ARROYO

@LuisArroyoM

Presidente de Asesores
de Comunicación
Pública, expresidente y
fundador de ACOP

El 27 de enero de 2010, Nicolas Sarkozy ejercía de socialdemócrata aunque no lo fuera: visionario, se dirigió a los poderes económicos y políticos del mundo que eligen la elitista Davos para reunirse cada año (qué brillante operación de marca-ciudad, por cierto). Dijo el presidente francés: “O somos capaces de responder a la demanda de protección, justicia y equidad a través de la cooperación, de la regulación y de la gobernanza, o tendremos asilamiento y proteccionismo”. En ese mismo discurso de 45 minutos, como ya había hecho durante todo el año anterior, Sarkozy propuso una refundación del capitalismo que corrigiera la cultura de los pagos ejecutivos millonarios y de la especulación sin freno.

Diez años después, la falta de cooperación, la desregulación y la ausencia de gobernanza mundial han llevado al mundo a las cotas más altas de aislamiento y proteccionismo desde antes de la Segunda Guerra Mundial. Sarkozy, que compartía visión con Obama, que en 2010 apenas llevaba dos años en la Casa Blanca, fue visionario, sí, pero no pudo o no supo refundar el capitalismo.

Lo que sucedió en esta década fue más bien lo contrario. Los Gobiernos tuvieron que aprender a comunicar de formas nuevas, zarandeados por una ciudadanía angustiada por la crisis económica, indignada con el *establishment*, harta de privilegios ajenos, golpeada por el desempleo y la escasez. La década de los años 10 del siglo XXI fue la de

la crisis económica y su inevitable derivada: el populismo.

La historia ya nos había advertido de lo que podría suceder. Las crisis económicas agudas – y la de 2007 solo podía compararse con la Gran Depresión de los años 30 del siglo XX – dan paso a periodos de angustia e indignación sociales que, a su vez, encumbran a los líderes populistas. El resultado trágico de la Europa de los 30 es bien conocido. Ahora también conocemos el resultado, por ahora menos grave, de la Gran Recesión de nuestro tiempo.

Es interesante observar las similitudes. El pueblo llano, golpeado por la crisis, indignado por su propio sufrimiento, se reclama a sí mismo como el sujeto virtuoso frente a la élite dominante – que puede llamarse 'la casta', por ejemplo -. Los Gobiernos quisieran responder a las demandas del público enfurecido: dar empleo a todos, subir generosamente salarios y pensiones, dar techo a los menesterosos, proteger aún mejor a los enfermos y los mayores... Pero no hay dinero para hacerlo, de modo que los países incurren en deudas insostenibles por sus acreedores. La casta nacional es el enemigo primero, pero el segundo son las castas extranjeras: los 'hombres de negro'. El chivo expiatorio puede ser el Fondo Monetario Internacional, 'Bruselas', 'Washington', o 'Alemania', pero siempre hay ahí fuera un perverso enemigo que odia a los nuestros, bien porque nos da poco o porque nos roba mucho, que igual da.

Incluso para los Gobiernos de izquierdas, en principio más internacionistas, la consecuencia es inevitable: un incremento del nacionalismo y del aislacionismo, que puede dar paso a fenómenos tan centrípetos como el Brexit o el *procès* para la independencia de Cataluña, ambos asentados en hipótesis económicas y políticas disparatadas pero muy seductoras para los creyentes. Un fenómeno que deteriora en cualquier caso la fortaleza de las instituciones internacionales, acusadas de burocráticas, egoístas e inútiles.

Gobernar en medio de la indignación y la desconfianza es especialmente difícil. ▶



▼ Si la comunicación es excesivamente optimista se menospreciará por ingenua, como le sucedió a Zapatero. Si se comunica con exceso de realismo, se pierde la lírica que inspira los momentos de incertidumbre, como le ocurrió a Obama o a Sarkozy. Los presidentes, es bien sabido por la Ciencia Política desde hace casi medio siglo, se benefician de los primeros momentos de una crisis repentina y brutal tal que un ataque terrorista, un desastre natural inesperado, o un accidente grave. Se produce entonces un cierre de filas en torno al líder nacional, que eleva repentinamente el nivel de aprobación (la academia lo llama *rally round the flag*). Pero es sabido también que ese efecto dura poco, y

que, por otro lado, hay una fuerte correlación entre la percepción de la situación económica y el nivel de aprobación gubernamental, de forma que era previsible, como así sucedió, que los presidentes – de hecho, la única excepción acaso fuera la presidenta Merkel – sufrieran la dureza de la situación económica de los primeros años de la década, en sus propios niveles de aprobación. Muchos perdieron el Gobierno como resultado de la crisis.

Masas de ciudadanos, descontentos con la ejecutoria de los partidos tradicionales, decidieron irse con otros nuevos, inicialmente más atractivos por su juventud y novedad. Los primeros que sufrie-

ron esa progresiva falta de atractivo fueron los viejos partidos socialdemócratas europeos. En Italia, en España, en Grecia, en Francia, en el Reino Unido... Incluso en los países nórdicos de tan larga tradición socialista, los socialdemócratas perdieron su histórico apoyo popular. En parte sufrieron por su propio éxito, porque sus postulados – la igualdad, los derechos civiles, el Estado protector de Bienestar... - incluso por los conservadores. Como vimos, hasta Sarkozy podía esgrimir sin temor argumentos socialistas. Pero, además y sobre todo, perdieron la audacia que tuvieron en tiempos pasados, y de pronto, frente al desastre económico, parecieron viejos, torpes, casi inútiles.

Como si se tratara de un péndulo, el populismo de izquierdas de la primera indignación pública, dio luego paso a un populismo muy similar en sus características, pero si acaso más violento, aún más aislacionista y más peligroso: el populismo de extrema derecha. Fue un fenómeno universal, pero se visualizó con toda su crudeza a finales de la década en algunos lugares concretos, cuando compartieron Gobierno Donald Trump, Jair Bolsonaro en Brasil y Viktor Orban en Hungría, y se expandieron también por el espacio político decenas de partidos ultranacionalistas, aupados todos ellos por los satélites rusos, turcos y chinos, tan interesados en generar ruido y desconfianza en las democracias europea y latinoamericana.

Los partidos más tradicionales y sus Gobiernos del mundo tuvieron que afrontar la tormenta perfecta: ciudadanos indignados y desconfiados, nuevos partidos ►

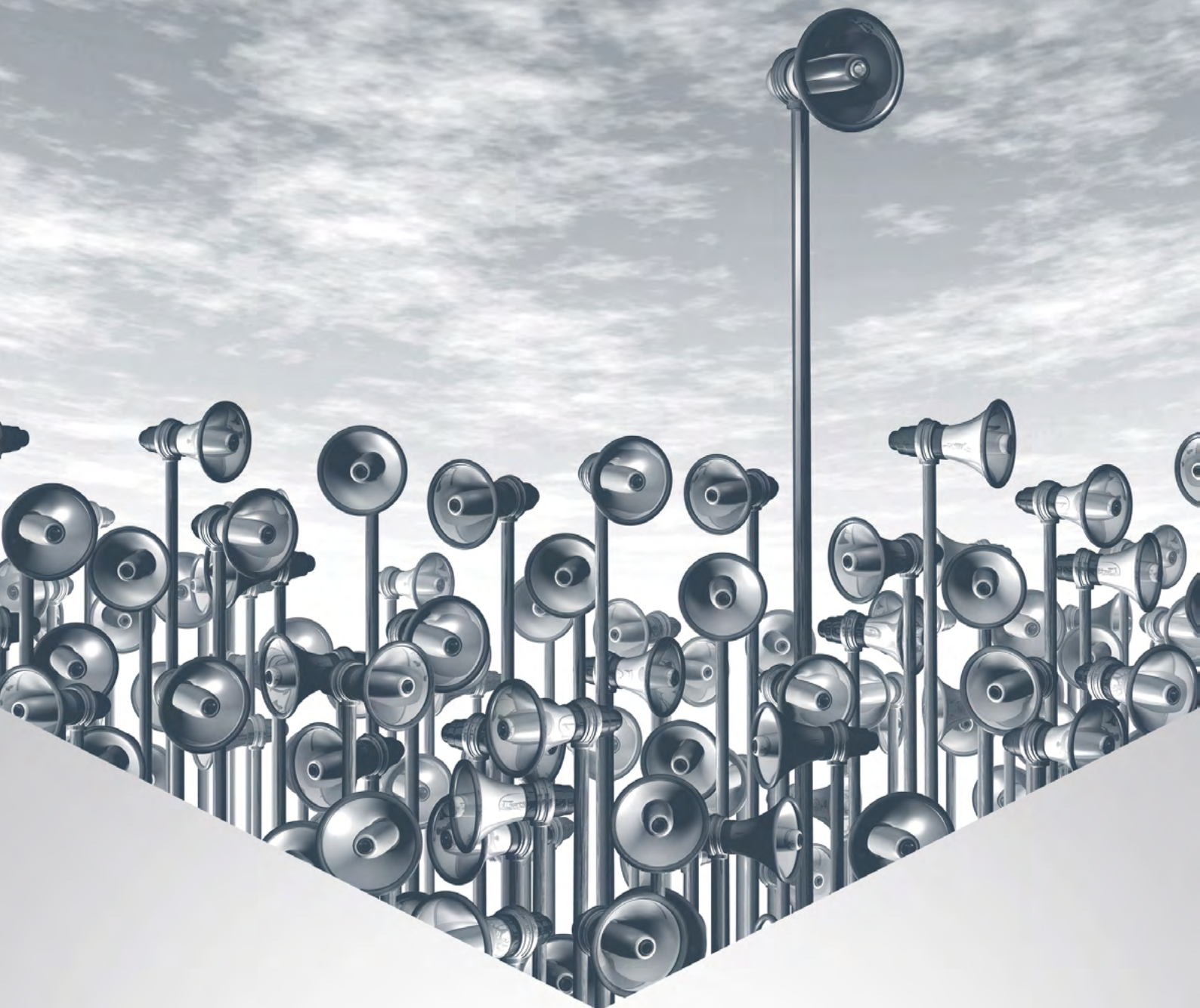


▼
mordiéndoles con fuerza los talones, dos corrientes polarizadas de populismo, una a la derecha y otra a la izquierda.

Para entonces, Twitter, que había nacido en 2007, se había convertido ya en una herramienta de comunicación habitual, haciendo correr las mentiras y los bulos más rápido que la información fidedigna. Los viejos diarios perdían tirada cada día, y eran sustituidos por medios electrónicos con menos tiempo para redactar informaciones de calidad y más habilidad para generar titulares fáciles. En un clima de polarización política creciente, descontento generalizado y nacionalismo rampante, los nuevos medios y las redes sociales no fomentaron precisamente el sosiego en el debate, sino más bien la comunicación rápida, fugaz, de usar y tirar, y también los contenidos más frívolos y triviales.

Los respetables informativos televisivos recogieron los baratos y eficaces vídeos de YouTube. El periodismo clásico que pide confirmar si llueve o no sacando la mano por la ventana, se limitó a decir que unos afirman que llueve y otros que luce el sol. El negocio del periodismo ya no necesitaba avezados reporteros para sobrevivir, sino tan solo contenidos entretenidos y divertidos para distraer al personal, en una tendencia que se aceleró durante aquellos años. Así estaban las cosas... Cuando la década cambió: no fue en 2021, como habría correspondido por el calendario, sino de manera prematura en enero de 2020, cuando un nuevo virus empezó a extenderse por el mundo. Pero eso merece otro análisis y un poco más de perspectiva. ▣





Transformación de las campañas



TRANSFORMACIÓN
DE LAS CAMPAÑAS

La metamorfosis de la comunicación política



MARIO RIORDA

@marioriorida

Director Maestría en
Comunicación Política
– Universidad Austral
y presidente ALICE

Si la política, como objeto de estudio, muta, también muta la comunicación política. La comunicación política es la propia política expresada en su faz pública. Una no depende de la otra, son lo mismo, esencialmente unidas. Y esa mutación, esa metamorfosis, tiene fases. Al menos tres grandes eras son visibles.

Fase 1: cambio de siglo

Fase 2: cambio de intensidad

Fase 3: cambio constante (o cambio en el cambio)

FASE 1: CAMBIO DE SIGLO

Un mítico debate entre Michael Delli Carpini y Jeffrey Jones ponía el foco en los efectos de la comunicación política basada en una serie de principios del siglo pasado. Que la proporción de cambio está en función del contenido recibido, que los efectos aumentarían en proporción a la exposición, que los procesos eran inmediatos y unidireccionales, y que siempre puede esperarse algún grado y alguna clase de efecto.

¿Qué pasó? Que muchos cambios estructurales han puesto en entredicho esos principios de acción comunicativa y la ausencia de previsibilidad de efectos es una constante. La planificación pierde certezas, es más raquítica en su entereza y firmeza.

Y se asiste una serie de cambios verdaderamente estructurales.

a) Una hiper-personalización e insubordinación a las instituciones. Las personas no solo se visibilizan (lo que no sería novedad), sino que acomodan la institucionalidad a su antojo, la partidaria y la pública. Mucho del argumento de las democracias 'liberales' está situado en este punto, que no solo rompe la idea neoinstitucionalista, sino que genera una idea 'neopersonalista' de lo político.

b) Una hiper-personalización de corte electoral donde tienen cada día menos peso las propuestas. Así, cada proceso electoral es una contraposición de estilos personales, atributos, actitudes y capacidades, antes que un debate temprano de la futura agenda de políticas por venir.

c) La irrupción digital y convergencia de medios que le quita la singularidad a cada sistema de medios. Ya no es conveniente diseccionarlos por separado, sino entender sus maridajes en la circulación de contenidos y sus consumos.

d) El fin de la política colonizada. La idea noventosa de la política colonizada y fuertemente subordinada a los medios, que solo actúa reactivamente y dependiente de aquellos, forzada a crear un *politainment* con un presentismo implacable a pura repentinización, se ha difuminado. Los medios crean la arena y la política juega en ella, pero la política existe, en tanto existen formas mediatizadas y rituales que derivan de un poder de representación simbólica que trabaja en los medios, pero no es patrimonio de los medios. La política es entonces una experiencia mediática y lo político es una significación cultural a pura tensión y dinámica siempre.

e) El periodismo como objeto y sujeto de la reputación. La prensa no es solo un actor político, sino que además la reputación es más política que profesional. El filtro de su juicio es político, con todos los sesgos cognitivos que le caben a la propia política.

f) La consolidación de la mirada académica y profesional de la comunicación ▶



política como una autopista con varios carriles que no dialogan y hacen de la fragmentación su modo, y por el otro lado la permeabilidad para asumir contenidos epistemológicos ajenos sin ponerse colorada y asumiendo el bello adjetivo de 'perfectamente porosa' para nutrirse de contenidos sin barreras ni culpas.

FASE 2: CAMBIO DE INTENSIDAD

Son las dinámicas del cambio fruto de una doble aceleración, la aceleración de la dinámica de los sistemas sociales y políticos asociadas a la representación y su nuevo ropaje, tanto como a la aceleración de la transformación tecnológica digital.

a) En el deterioro público en lo que a representación refiere, la caída sísmica de los partidos políticos adquiere formas de movimiento, de expresiones sociales que agregan demandas concretas. Lo concreto es eje, incluye lo ideológico, le da cauce, pero es más que ello. Son respuestas palpables que hacen coleccionar los pedacitos de descontentos sociales en torno a respuestas palpables, concretas, tocables. Y como es difícil efectivizar esas respuestas, muchos consensos movimientísticos (especialmente aquellos que desembocan en propuestas electorales) son precarios. O más claro: los consensos -a secas- son precarios.

b) Se asiste a una verdadera simplificación del discurso como contra identidad. Los discursos son más simples, más centrados en hechos y personas y han perdido peso los argumentos e ideas. Sumado a ello, es más difícil sostener lo que uno es, pero es más sencillo, ligero y eficaz decir lo que uno 'no es'.

c) El flujo desinformativo y la multiplicidad de agendas, así, en plural, le han ▶



quitado peso a la capacidad de gestión de 'la agenda' en singular. Si el objetivo instrumental de la comunicación política es el control de la agenda pública, esa instrumentalidad aumentó su dificultad exponencialmente para tratar de gestionar 'las agendas' públicas. Y esto se potencia porque hay una verdadera ausencia de centralidad, regulación y celeridad de los procesos comunicativos. No hay más rectoría indiscutida. No hay centro. No hay escenario único. Se asiste a una mudanza del teatro a la fiesta *rave* donde el público circula libremente y mezcla sonidos.

d) La ausencia de límites entre lo político y lo no político es también un correlato de la hiper-personalización, sea de los liderazgos como de la ciudadanía. Las causas son las de los liderazgos. La superpoblación de historias, son la hipóbole del pulcrum que hace que lo estético también sea un contenido trascendental de lo público y lo político, sea o no público o político. A la postre, lo termina siendo.

e) La persistencia y pérdida de sustancialidad de la campaña permanente es un hecho. Lo permanente no desapareció, lo que no existe más es la campaña. Todo es permanente. Todo es persistencia. Un riego por goteo que termina inundando, aunque el desborde sea solo tribal.

FASE 3: CAMBIO CONSTANTE (O CAMBIO EN EL CAMBIO)

Hay dinámicas que son del hoy, de la inmanencia y no se sabe si se consolidarán. La COVID-19 aceleró procesos, pero ralentizó ideas y tendencias claras.



a) Hay poco aprendizaje institucional de las crisis. De las crisis, más que aprender se las contrasta, se las separa para dejarlas anecdóticamente en el pasado y producen cambio de nombres antes que cambios o reformas de sistemas.

b) Hay un discurso 'popularizante' y sin pretensión de verdad. El concepto de eficacia pragmática, de máxima asertividad sin límites fácticos, éticos ni de formas justifica todo. El discurso justifica los medios.

c) El tribalismo define los agrupamientos y los discursos. La hiperideologización agrieta a la sociedad y es una zona de confort ya que garantiza un sólido aplauso y autocelebración de las afinidades, pero también rompe con la expansión consensuada y más ampliamente

aceptada de una proposición. El fin de la espiral del silencio es reemplazada por una espiral del ruido de las minorías intensas y los sectores radicalizados. La espiral del silencio solo sobrevive en la franja de la moderación.

d) Lo estatal en su diversidad había sido redescubierto a través de nuevas agendas abiertas en la pandemia. Desde el coronavirus se reposicionaron nuevos debates: capacidades estatales, límites del capitalismo, miradas ambientales más comprometidas, equidad de género, planteamientos sobre la frugalidad. Hay serias dudas sobre la continuidad de estos debates e incluso muchas dudas no son ya sobre estos temas sino sobre los límites de la acción estatal en tensión con la libertad y los principios democráticos.



▽
e) El *branding* de los gobiernos parecía que iba a estar condicionado por un clima de susceptibilidad que iba a dotar de capacidad comunicativa con algo de institucionalidad, con un freno para al ego. Pero no. En nada. La evidencia pareciera ser exactamente inversa.

f) Las campañas electorales de fractura expuesta hacen que el espectáculo electoral no solo se trate de ganar, sino que la 'otredad' sirva para ser humillada, pisoteada, cuyo objetivo no es solo que trastabillo el rival, sino que caiga y además quede golpeado y estigmatizado.

g) Y finalmente, la poca comprensión de la cultura del riesgo hace

que las organizaciones no reaccionen culturalmente a la construcción social del riesgo, sino solo sean meras gestadoras de la dificultad en la coyuntura, con más voluntarismo que capacidad profesional. El rol de las iras y el pánico, así como la gran cantidad de sesgos cognitivos no permean la gestión del riesgo, sino que lo combaten.

Hace dos décadas, las características de las nuevas crisis públicas eran señaladas por Arjen Boin y Patrick Lagadec. Referían a grandes impactos y grandes poblaciones afectadas; a costos económicos muy altos, superando las capacidades de seguro clásicas; a problemas genéricos y combinados sin precedentes, que afectan los recursos

vitales; a dinámica de bola de nieve debido a una multitud de fenómenos de resonancia; a sistemas de emergencia que reaccionan con el pie equivocado; a incertidumbre extrema que no desaparecerá dentro del periodo de emergencia; a una larga duración con amenazas que se transforman con el tiempo; a convergencia (gran número de actores y organizaciones que irrumpieron en escena); a problemas críticos de comunicación: dentro de las organizaciones responsables, con el público, los medios de comunicación, las víctimas (incluso poblaciones muy distantes en el espacio o el tiempo). Sin embargo, el riesgo, como política pública que permea a las instituciones y la sociedad, brillaba por su ausencia. Tampoco se vislumbra un fuerte cambio de concienciación. Así, los efectos de las nuevas crisis públicas seguirán garantizando colapsos futuros a gran escala y con cambios irreversibles; con impactos que no se deben a un evento específico y con una respuesta de procedimientos básicos que ya no se aplican que hace que los colapsos sean aún más resistentes al tratamiento convencional; con crisis que impregnan todo el teatro de operaciones evitando cualquier tratamiento secuencial ordenado en tiempo, espacio y por categoría; y con fuertes sensaciones de pérdida...

El cambio en el cambio, hoy, no es aprehensible. Cambios en sus modos más escépticos se hacen realidad. Y el aprendizaje sigue siendo discreto. La metamorfosis no es ni buena ni mala, en cambio, la ausencia de contemplación en la acción sí. 🐞





Liderazgo

Entre la resiliencia y las resistencias: los últimos diez años del liderazgo político de las mujeres



GISELA RUBACH

@GiselaRubach

Directora General de
Consultores y Marketing
Político

"**S** i no te dan un lugar en la mesa, trae tu propia silla"

Shirley Chisholm

Este avance nadie lo para. La mujer continúa escalando espacios de decisión y consolida una evolución social histórica. La persistencia ha narrado el camino y el paso constante hacia la igualdad y la paridad. Hemos atestigüado una década de importantes avances y un 2020 particularmente notable, en el que brilla por luz propia el liderazgo político de las mujeres en el manejo de la crisis sanitaria y económica de mayor magnitud en un siglo.

Bien podría llamarse la década Merkel, por ser la canciller alemana el símbolo más visible y emblemático del poder femenino en los últimos 15 años. La mujer más poderosa del mundo, de acuerdo con la clasificación anual de la revista Forbes: siempre en los primeros lugares, la mayor parte de este tiempo en el primer puesto. Pero centrar en una persona una conquista de miles que ha sido empujada por el esfuerzo de millones, en muchas décadas atrás, sería reducir este trascendental cambio social.

LA REALIDAD EN CIFRAS

Hay mucho camino que recorrer aún. Si bien continuamente escuchamos la queja -comúnmente con origen machista- que busca frenar la normatividad que coloca puentes a la igualdad entre géneros, porque llegan demasiadas mujeres por la 'vía rápida', incluso usan la retórica aludiendo a la 'violación de derechos humanos'; lo anterior es solo un esbozo que nos indica lo lejos que estamos de alcanzar al añorado 50-50, y el enorme reto que habremos de superar en la comunidad global para 2030.

En la actualidad, solo 19 de los 193 países integrantes de la ONU están liderados por una mujer. Europa es el continente aventajado, principalmente en los países nórdicos. En el resto del mundo no se ha alcanzado una representación ni igualitaria y mucho menos sustantiva. Por ejemplo, tan solo un 20% de los parlamentos de los Estados integrantes es presidido por una mujer, mientras el 25% son vicepresidentas en los parlamentos.

En cuanto a mujeres con cargos ministeriales, existe un mayor avance, dado que representan el 50% en 14 países y otras 16 naciones cuentan con más del 40% de ministras. En este apartado, Europa y América comparten el liderazgo en materia de gabinetes con paridad de género. El premio mayor al avance lo llevan España y Finlandia, países en los cuales las mujeres tienen el 60 por ciento de los ministerios, con el dato adicional de que Finlandia cuenta con una jefa de Gobierno.

En el mundo empresarial, de acuerdo con el reporte Mujeres Líderes 2020, de Grant Thornton, la proporción de mujeres y hombres en la alta gerencia a nivel global, entre 2011-2020, pasó del 20 al 29%, es decir, un incremento de tan solo un dígito.

Con relación al liderazgo de la mujer y su papel clave en la respuesta sanitaria a la crisis de la COVID-19, la OCDE estima que dos tercios del personal sanitario en todo el mundo son mujeres, aproximadamente el 85% del personal de enfermería. El personal de cuidados ▶



▼ en el mundo está representado en más del 90% por mujeres. No obstante, los puestos de liderazgo no están debidamente representados por la mayoritaria fuerza laboral de las mujeres. En ese sector, la gran mayoría de los cargos de decisión son ocupados por hombres.

Con base en un estudio, basado en entrevistas a líderes realizado a nivel global por *ManpowerGroup*, se indica que “las mujeres no están buscando favores, sino igualdad de condiciones”. En ese sentido, el 42% opina que la flexibilidad laboral es la clave para contar con más mujeres en posiciones de liderazgo.

Las condiciones particulares de la era de la nueva normalidad, posibilitan más que nunca este ascenso en el liderazgo global por parte de las mujeres. Se trata de una oportunidad, no obstante, no es una puerta que esté abierta. Hay que propiciar su apertura o, inclusive, abrirla.

En dicho estudio, se concluye con un listado de “siete pasos para una inclusión consciente”, basado en la experiencia de las y los líderes entrevistados, los cuales así resumiría: 1) antes de pedir el cambio de otros, cambia tú; 2) no delegues, hazlo; 3) oriéntate a hacer que funcione; 4) suma a personas

que valoran a las personas; 5) crea una cultura de inclusión consciente; 6) claridad para contratar mujeres; 7) establece objetivos, metas y... ¡a darle! Considero que similares criterios deberán aplicarse en la esfera pública.

LA CALLE Y LAS REDES COMO CATALIZADORES

Las Declaración Universal de los Derechos Humanos no debe ser un adorno para los países. Las manifestaciones y las huelgas sin duda resultan poco cómodas para los Gobiernos y algunos sectores de la sociedad. No obstante, los Gobiernos tienen el deber de garantizar el derecho a la manifestación y el derecho a huelga. Es decir, manifestarse, es la única forma conocida para ejercer el derecho a la manifestación y, hacer huelga o emplazar a huelga, son las únicas formas conocidas para ejercer el derecho a la huelga.

La lucha por la igualdad, la equidad y una vida libre de violencia contra las mujeres ha movilizado a millones de personas alrededor del mundo en la última década. Para Latinoamérica, los últimos años han sido de grandes movilizaciones de mujeres y hombres, en las calles y en las redes, para exigir respuesta al Estado por el aumento de los feminicidios, las agresiones sexuales, la criminalización del aborto y, en general, por la falta de condiciones para vivir sin violencia.

Cada día que pasa son asesinadas 137 mujeres en el mundo por un integrante de su familia. Tan solo en México, 10 mujeres son asesinadas por razón de su género cada día. Existen estimaciones del ▶



▼ incremento, hasta un 40% en algunos países, en los feminicidios a raíz de las medidas por el confinamiento por la crisis generada por el coronavirus. Existe un hartazgo social en América Latina por la inacción o la complicidad de las autoridades ante la segunda mayor tasa de letalidad para las mujeres en el mundo, después de África.

El movimiento *MeToo*, la repetición global del himno feminista 'Un violador en tu camino', del colectivo chileno Lastesis, replica "El Estado opresor es un macho violador", "Y la culpa no era mía ni dónde estaba ni cómo vestía"; las consignas que se visibilizan: "Hay que abortar este sistema patriarcal", "saquen sus rosarios de nuestros ovarios, saquen sus doctrinas de nuestras vaginas", "que los vengan a ver, estos no son provida son solamente antimujer", "Gobierne quien gobierne, la obrera siempre pierde" y un largo etcétera; sumado a algunas manifestaciones que se han descontrolado y se han vuelto emblemáticas, quedarán en la memoria gráfica de esta década.

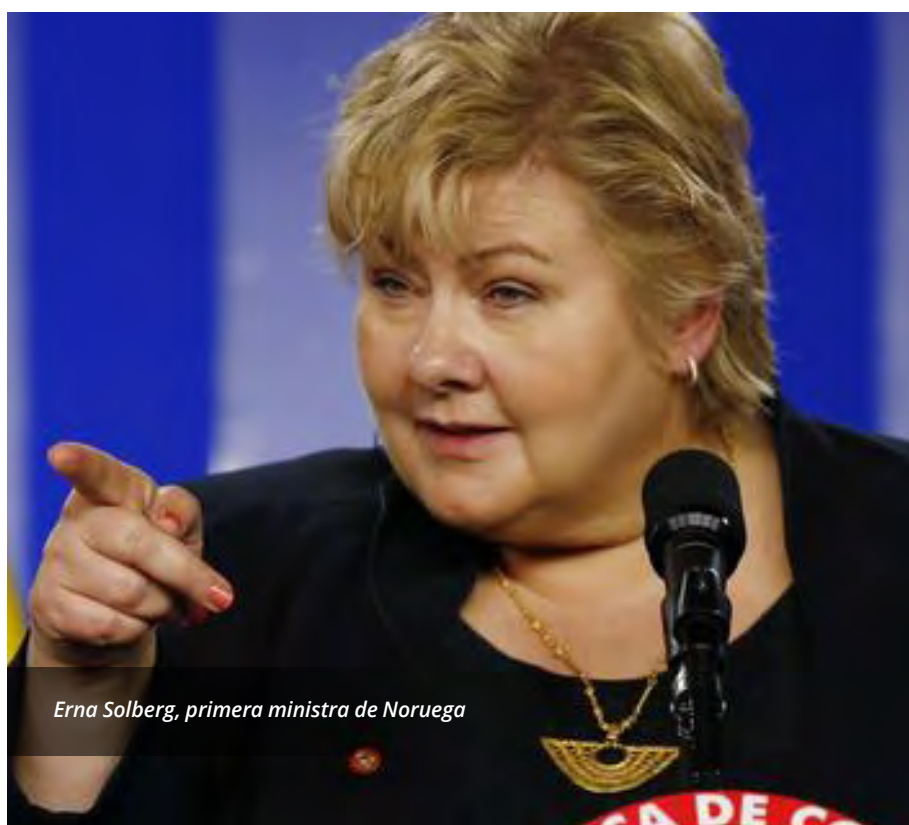
TRAJE TU PROPIA SILLA

Me siento privilegiada por atestiguar cambios rotundos a favor de la equidad y la igualdad a lo largo de mi vida. Imagino que al final de la década que concluye -disculpen la analogía alta en calorías-, la mesa está puesta para las mujeres y hay un gran pastel al que han coronado con una cereza. Y creo que todas debemos estar invitadas al convite del liderazgo de las mujeres y la paridad de género.

Desgraciadamente sabemos que muchas aún están excluidas, no alcanzaron cuota, o la invitación se ▼



Shirley Chisholm, primera mujer afroamericana elegida para el Congreso de EE.UU



Erna Solberg, primera ministra de Noruega



Jacinda Ardern, primera ministra de Nueva Zelanda

▼
traspapeló en el buzón de la falta de oportunidades. Si todas no caben en la mesa, tendremos que llegar, no solo con ganas de comer pastel, sino con sillas de más, para otras. Y si, de plano, ven que no hay lugar, les recomiendo seguir el consejo que he puesto de epígrafe, de Shirley Chisholm, la primera mujer afrodescendiente en ser elegida a la Cámara de Representantes de EE.UU. en 1968 y también precandidata presidencial demócrata durante la Convención Nacional Demócrata, en 1972. Por experiencia propia, les digo que el consejo funciona. Cuesta trabajo, pero sí se puede.

Nací en 1953, el año que el presidente Ruiz Cortines promulgó las reformas constitucionales que reconocieron ciudadanía plena a las mexicanas, garantizando a nivel nacional el derecho de votar y ser votadas. En mi niñez y juventud, viví en carne propia la gran barrera cultural que nos decía a las mujeres, para muchísimas actividades: "Esto es cosa de hombres". Me rebelé a ese estado de las cosas. Como nadie me invitaba a la mesa, decidí llevar mi propia silla y sentarme ahí.

No fue algo fácil. La política era prácticamente una puerta cerrada

para las mujeres; la asesoría política, un tanto más. La terquedad me ayudó y fui abriendo puertas, encontrando aliados. Vi la resistencia y la violencia de género muy cerca. Junto con otras mujeres y hombres de avanzada, enfrentamos momentos complejos a la hora de hacer cumplir las leyes que abren espacios a las mujeres en favor de la equidad.

Ahora, en 2020, veo el cambio rotundo en el nuevo liderazgo, una forma de liderar con cualidades femeninas, que abandera la solidaridad, la empatía, la horizontalidad, que sabe escuchar, es clara, directa, transparente; un liderazgo que no vence, imponiendo su agenda, sino que convence e integra voces distintas y demandas sociales para beneficio común. Con un gran gusto, este año he perdido la cuenta de las charlas y los seminarios de liderazgo político en los que he tenido el privilegio de hablar a miles de mujeres, quienes se preparan para continuar tomando su lugar en la historia.

DEMOS EL PASO

Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con miras a cumplirse en 2030, es promover la igualdad entre los sexos y la reducción de las desigualdades. Para ello se convocó a construir un planeta 50-50, en 2030, con la estrategia 'Demos el paso por la igualdad de género'. Estoy convencida de que, con el liderazgo de miles de mujeres, dispuestas a dar el siguiente paso, parafraseando al astronauta Neil Armstrong, "será un pequeño paso para cada persona, pero un gran salto para la humanidad". 🚀





Debates

Los debates de la última década: de la razón a la emoción, de rivales a enemigos



MILJANA MICOVIC

@MiljanaM

Jefa de Estudios en
GBSB Global Business
School

Después del primer debate Donald Trump – Joe Biden en la reciente campaña estadounidense, los analistas del discurso y la argumentación política nos quedamos con una impresión compartida: este debate sirve para analizar apenas un recurso lingüístico: las interrupciones. Si pensamos en la última década, en los debates que se han celebrado en distintos países y todo el arsenal retórico usado por los políticos, ¡qué gran decepción!

Este claro retroceso en la tradición de debates estadounidenses en los últimos años se debe, sin duda, al estilo comunicativo de Donald Trump – el paso atrás ya se dio en los [debates de 2016](#) contra Hillary Clinton -, pero hemos comprobado que los debates en España y en otros países tampoco son ajenos a esta tendencia globalizada de aumento de la agresividad y descortesía en la comunicación política. Además, la polarización en la sociedad y la expansión del populismo han originado una serie de cambios en el discurso político comunes a distintos contextos y culturas políticas.

Empecemos por la beligerancia y los ataques personales, en primer lugar.

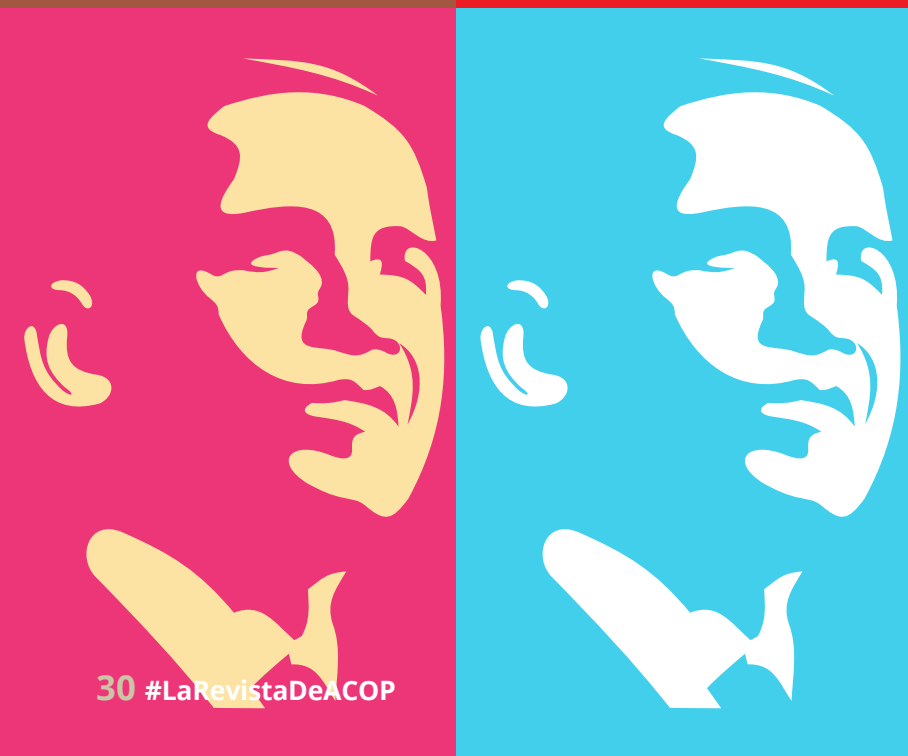
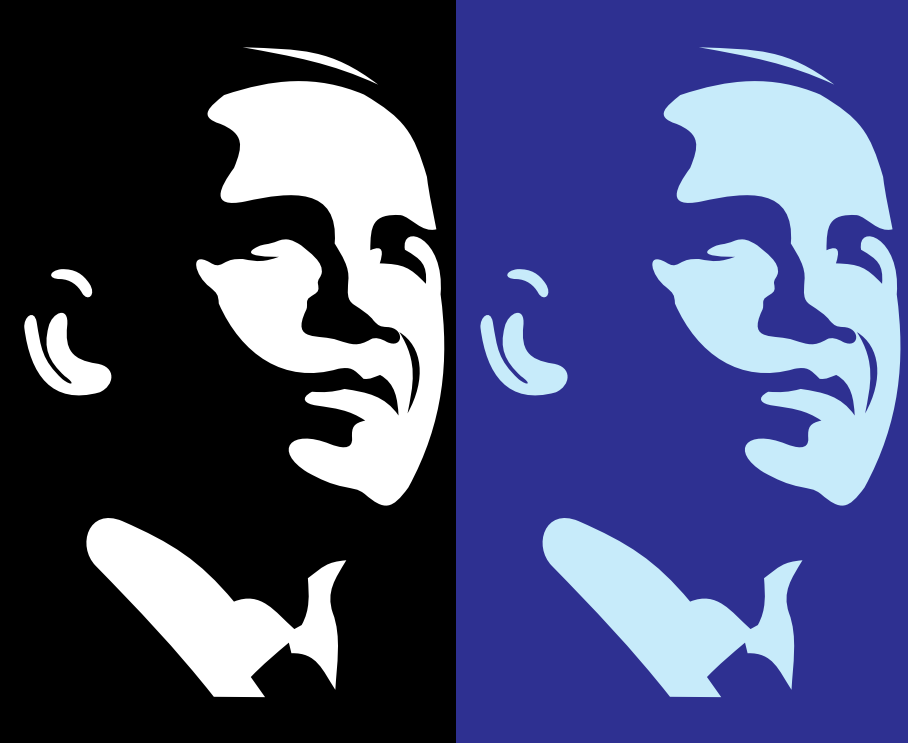
En este sentido, en los debates actuales podemos encontrar más acusaciones de mentir o de contradicción, más insultos, más argumentos de ataque personal, más interrupciones en el turno de palabra del otro, por tanto, más crispación y conflicto. Asimismo, hay un mayor uso de la ironía y de la hipérbole, es decir, de la exageración desmesurada con la intención de desprestigiar al rival.

Veamos algunos ejemplos. Si nos fijamos en los debates en EE.UU en 2012 entre Barack Obama y Mitt Romney, ninguno de los dos candidatos usó la palabra 'mentir' (*lie*), por respeto y por mantener un debate civilizado prefirieron decir que el otro candidato “no da información correcta” o “precisa”. En cambio, en 2016, en el debate Trump - Clinton, así como en los debates Trump – Biden en 2020, los tres candidatos utilizaron la palabra 'mentir' en múltiples ocasiones.

Por otro lado, en España, ya desde los debates en 2008 entre José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy es habitual que los políticos usen en los debates la palabra 'mentir' y sus sinónimos (engañar, decir falsedades, no es cierto, oculta la verdad, etc.). Además, aparece con frecuencia la acusación de contradicción: “Usted dice una cosa, y hace la contraria” [Rajoy]. En los debates de los últimos años, esta tendencia ha ido en aumento y quizá sea muy ilustrativa la afirmación de Pedro Sánchez en uno de los debates de 2019: “En lugar de un detector de mentiras, habrá que poner un detector de verdades, a ver si dicen alguna verdad”.

Pero los políticos españoles y estadounidenses no solo intentan desacreditar al rival como oponente político, también tratan de cuestionar su idoneidad y capacidad para gobernar. Para ello, desafortunadamente, los representantes públicos recurren con cada vez más frecuencia al ataque personal. Recordemos que en el cara a cara de 2015, Sánchez dirige las duras palabras “usted no es decente” a Rajoy, a lo que este responde: “Hasta aquí hemos llegado”.

Pero, ¿se acabó ahí? ¿Qué han hecho los políticos españoles? ¿Han desistido ▶



del ataque personal? Todo lo contrario, han ido mucho más allá. En las campañas electorales de 2019, en general, y en los debates, en particular, pueden encontrarse todo tipo de acusaciones personales que implican que el oponente es incapaz de gobernar: “Tengo la impresión de que mandas poco en tu partido. Mandas poco” [Iglesias a Sánchez en 2016]; “Usted es un irresponsable” [Rivera a Sánchez en 2016]; “Señor Sánchez, no da la talla como presidente del Gobierno” [Casado en 2019]. Ciertamente es que, cuando se llegaba a los momentos más tensos de ataques personales, Pablo Iglesias, tanto en los debates de 2015 y 2016 como en los de 2019, tomaba el papel casi de moderador y se dirigía a los demás políticos en el plató: “Creo que sería bueno que nos relajáramos en el tono”, “me da vergüenza por cómo está transcurriendo este debate”. Sirva esta última frase para ilustrar la calidad del intercambio verbal que estaba ocurriendo en ciertos momentos de estos encuentros.

Por otro lado, si nos vamos a los debates de EE. UU, recordaremos que los Obama - Romney de 2012 carecen de ataques personales. En cambio, en los encuentros de 2016 y 2020, Trump dirige numerosos ataques hacia Hillary Clinton, cuestionando su idoneidad para ser presidenta: “Ella tiene mal juicio, y sinceramente, es tan malo que nunca debería ser presidenta de los Estados Unidos. Eso le puedo decir”.

En 2020, el presidente ataca a Biden por ser “un político corrupto” a tenor de los supuestos negocios de su hijo. La acusación era esperable por parte de Trump pero, ¿cómo influye esto en el nivel y el desarrollo del debate? Pues, de la manera que, con su estilo comunicativo, Trump arrastra a sus rivales a debatir de la misma manera, entrando al juego de ataques personales y desviando ▶

▼ el debate de los temas realmente relevantes. Así, nos sorprende que Clinton dedicara varias de sus intervenciones a atacar el carácter y la personalidad de su rival, o escuchar a Biden llamarle 'payaso' (*clown*) a Trump y dirigirle un "¿quieres callarte?". El resultado: una degradación de la larga tradición de debates estadounidenses.

Otra tendencia del discurso en los debates, extrapolable en toda la comunicación política, y muy relacionada con los aspectos comentados anteriormente es la prevalencia de la argumentación de carácter emocional sobre los argumentos racionales.

Si nos centramos en EE. UU, el uso, y a veces abuso, de *storytelling* como recurso para provocar respuesta emocional en el espectador. Estaremos de acuerdo en que Obama, uno de los mejores oradores de la década, también usaba de manera impecable el arte de contar historias en los debates, hablando de su mujer, sus hijas o su abuela. Clinton en 2016 también usó este recurso hablando de su nieta o de las mujeres, en general, pero no tuvo tanto éxito, seguramente por el tono y la tensión de los debates en aquellos comicios. Por su parte, aunque no podemos detenernos en un análisis más profundo de su discurso en esta ocasión, hay que señalar que Trump genera distintos tipos de argumentos en los debates, la mayoría de ellos vacíos de contenido, pero con una fuerte carga emocional, positiva y negativa.

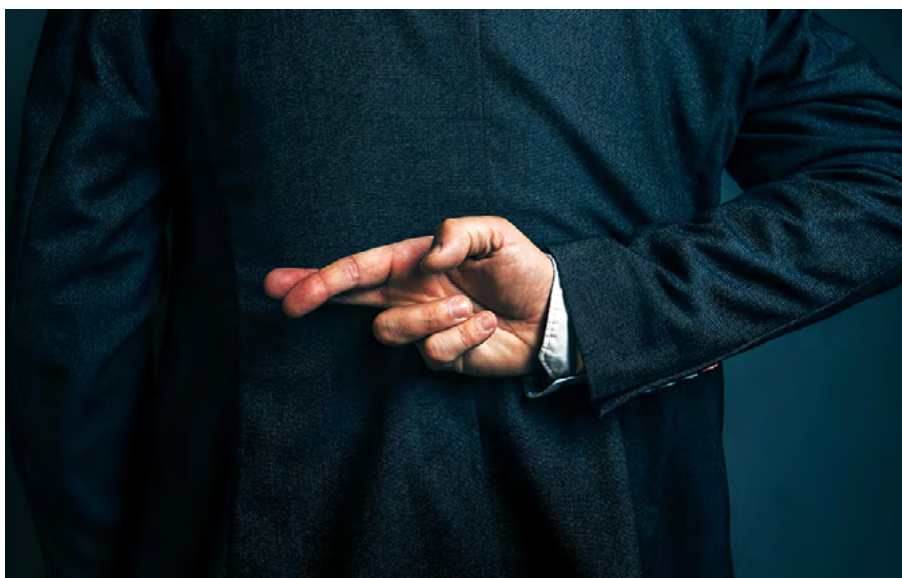
En España, basta decir que en los debates de 2008 entre Rajoy y Zapatero, y también en 2011 entre



Rajoy y Rubalcaba cuesta encontrar argumentos de carácter emocional, salvo en algún tema de terrorismo y división de España. Y salvo el argumento de "la niña de Rajoy" en 2008, por supuesto. En cambio, en los debates de 2015, 2016 y 2019 todos los políticos usaron argumentos emocionales en gran medida. Sus palabras vienen con fuerte carga emocional, son otros tiempos y otros recursos para impresionar y convencer a los electores. A Rivera le "duele España y Cataluña, los que la quieren romper o liquidar", Iglesias pide a los votantes que "sonrían y voten con ilusión", Casado afirma que "nadie había hecho tanto daño a España

en tan poco tiempo como el Gobierno de Sánchez", por aportar solo algunos ejemplos.

Observamos en estas afirmaciones otra tendencia creciente del discurso político y nos preguntamos: ¿Los adversarios políticos son contrincantes en una carrera para ganar el poder o son enemigos de España y los españoles? La fuerte polarización y la argumentación basada en la emoción han llevado a los políticos a no considerar a su oponente como a un rival al que hay que criticar o deslegitimar su proyecto, sino a presentarlo directamente como enemigos de la ciudadanía 'buena'. ▶



▼ Si nos fijamos en los debates de 2008 entre Rajoy y Zapatero, o de 2011 entre Rajoy y Rubalcaba, no aparece ninguna vez la palabra 'enemigo'. Hay muchas acusaciones, muchísimas, sobre lo que habían hecho los Gobiernos previos del PSOE o del PP, pero no se habla en términos de enemigos y enemistad hacia el pueblo español.

En cambio, en los últimos debates de 2019, la principal estrategia

del discurso en esos debates de todos los candidatos, Sánchez, Rivera, Casado e Iglesias fue la construcción de los marcos conceptuales de que "el otro es el enemigo". Casado crea el marco de "Sánchez es un traidor" y, usando una metáfora, afirma que Sánchez "se ha convertido en una muñeca rusa, una matrioska, dentro de él está Podemos, está Esquerra Republicana, está JuntsxCat y está también Bildu".

Rivera construye el mismo marco de "Sánchez es traidor porque pacta con los golpistas" y aporta argumentos similares. Sánchez también crea a un enemigo, "el trío de Colón" para designar a los tres partidos de la derecha: "Tenemos que decidir el 28 de abril si queremos una España en la que quepamos todos o una España en la que solamente cabe el trío de Colón". Para Iglesias, los enemigos son "los de arriba", la minoría privilegiada y supuestamente corrupta de grandes poderes, mientras él y su partido protegen a "los de abajo", al pueblo: "Los enemigos de España son los que privatizan el patrimonio público, los enemigos de España son los corruptos".

Parece apropiado recordar, en este punto, las palabras de Joe Biden en su intervención en Delaware el día después de las elecciones americanas, mientras todavía estábamos pendientes de los resultados: "Podemos ser adversarios, pero no somos enemigos. Somos americanos. Por lo menos podemos estar de acuerdo en ser civilizados unos con otros. Tenemos que dejar atrás el enfado y la demonización". Estas palabras son el resumen perfecto, un recordatorio de que todavía se puede poner fin al discurso de odio y división. Nos preguntamos si en las tradiciones democráticas estadounidense y española, pero también en otros tantos países del mundo, será posible volver al camino por el que transitaba el discurso político educado y respetuoso antes de descarrilar. Solo así, volveríamos a tener unos debates civilizados y la política recuperaría su decencia.

¿Será posible dar la vuelta? 🗘

True story



Intangibles



INTANGIBLES

Comunicación y política: en busca de la reputación perdida



PAU SOLANILLA

@PauSolanilla

Consultor internacional
en reputación y
liderazgo. Autor de
"La república de la
reputación".

La última década para la política bien podríamos definirla como una época *"fast and furious"*. De la gran crisis económica y social como consecuencia del colapso del sistema financiero internacional a la todavía más devastadora e imprevista crisis sanitaria de la COVID-19 en el que la política y las instituciones se han dejado su reputación por el camino.

Tras la caída de Lehman Brothers -septiembre de 2008-, el presidente francés Nicolas Sarkozy prometía solemnemente "refundar el capitalismo" convocando a los líderes mundiales para reconstruirlo "partiendo de cero" como se hizo en la conferencia de Bretton Woods tras la II Guerra Mundial. La percepción de la ciudadanía fue, sin embargo, que las élites políticas y económicas apenas se movieron de su zona de confort mientras la población sufría las consecuencias y generando una gran ola de desconfianza y rechazo contra las élites a lo largo y ancho del planeta. La Primavera Árabe fue un clamor contra sus gobernantes demandando democracia y derechos sociales. En España, el movimiento ciudadano 15-M demandaba una democracia más

participativa atacando el bipartidismo y el poder de bancos y grandes corporaciones como germen de la emergencia de nuevos partidos políticos como Podemos o Ciudadanos.

La indignación contra las élites cuajó igualmente en el auge del populismo: Donald Trump en los EE.UU, el Movimiento 5 Estrellas de Beppe Grillo en Italia, la victoria de Rodrigo Duterte en Filipinas, o el crecimiento de la extrema derecha en la vieja Europa con el Frente Nacional –hoy Reagrupamiento Nacional– de Marine Le Pen en Francia, La Liga Norte en Italia, el UKIP en Reino Unido o el partido de Geert Wilders en los Países Bajos. América Latina vio emerger candidatos evangelistas y fundamentalistas religiosos, la victoria de populistas como el empresario Nayib Bukele en El Salvador, o la victoria en Brasil del ultraderechista Jair Bolsonaro. La cólera ciudadana se expresaba en forma de apoyo a movimientos y líderes que prometían volver a los viejos buenos tiempos con discursos y relatos emocionales que venían a reconfortar el ánimo de las maltrechas clases medias y populares.

LA ERA DE LA POLÍTICA LÍQUIDA Y TÓXICA

La política ya no ha sido cuestión solamente de los partidos políticos tradicionales, de burócratas o de altos funcionarios de las instituciones. Las fronteras se ensancharon y son un territorio en efervescencia, caótico e inabarcable que ha puesto patas arriba las formas y códigos políticos. Las sociedades se han polarizado y la desconfianza es el rasgo característico de nuestra era como muestra, entre otros, el Barómetro Edelman 2020¹. Ninguna de las cuatro instituciones sociales que mide el estudio (Gobierno, empresas, ONG y medios de comunicación) es confiable para la mayoría de la sociedad. Las causas para esta desconfianza son diversas y complejas, pero entre ellas destaca la falta de liderazgos políticos inspiradores que generen adhesión e ilusión. ▽

¹ <https://www.edelman.com/trustbarometer>



EL FIN DE LA PROPAGANDA POLÍTICA

La política y el poder han estado tradicionalmente asociados al mantenimiento de un público cautivo, pero este hoy se ha liberado. La ciudadanía exige transparencia, ética, participar y decidir, algo que pone patas arriba el tradicional control vertical de las organizaciones e instituciones. La política tradicional ha quedado desarbolada por la emergencia de nuevos micropoderes, más dinámicos, activos, preparados y especializados que explotan bien el potencial de las nuevas tecnologías y de las redes sociales. Mientras, la comunicación política tradicional se ha quedado varada en el marketing político y en la propaganda en vez de generar conversaciones de calidad perdiendo su "licencia social para operar".

▼ El relato y las formas de los partidos y las institucionales tradicionales han quedado viejas mostrando la insoportable levedad de la mayoría de los liderazgos. Una política anclada en los viejos rituales y estructuras del s.XX para gestionar los retos del s.XXI que deja huérfanos de referentes a millones de ciudadanos. En política los espacios vacíos no existen, se ocupan, y emergen nuevos profetas del populismo que vienen a reconfortar emocionalmente a amplios segmentos de la población con la promesa de la vuelta a un pasado mejor. Grupos radicales y populistas que cabalgan a lomos de discursos simplistas y altamen-

te emocionales trufados en algunos casos de ideas excluyentes y xenófobas que proclaman volver a sociedades cerradas y que han conseguido llegar a las instituciones para dinamitarlas desde dentro. Una deriva iliberal que constituye un serio peligro para la democracia. La política se ha vuelto líquida y tóxica, con una pésima reputación y está necesitada de su particular choque de modernidad. Prácticamente no queda nadie con autoridad, legitimidad o capacidad para persuadir, seducir o convencer y la comunicación política ha quedado cautiva y en las trincheras de la confrontación y de la polarización.

La naturaleza del poder ha cambiado, así como la forma de ejercerlo, por lo que la comunicación política también tiene que cambiar. Lo nuevo no significa necesariamente renovación, hace falta algo más. En un mundo en que la generación de confianza es fundamental, la innovación y la autenticidad son un *must* para alejarse de las viejas formas y rituales. Uno de los nuevos referentes en el mundo de la comunicación política lo representa Alexandria Ocasio-Cortez en los EE.UU. La joven camarera del Bronx de origen puertorriqueño que con 29 años revolucionó la política americana con un estilo nuevo de hacer y comunicar con la autenticidad como principal activo como describió Gerard Guiu². ▶

² Las siete claves del éxito de Alexandria Ocasio-Cortez <https://www.lavanguardia.com/internacional/20190120/45420933327/claves-exito-alexandria-ocasio-cortez.html>



Tiene un *storytelling* inspirador, representa el sueño americano y es fuente de inspiración para muchos jóvenes. Sabe manejarse muy bien con la comunicación digital comunicando directamente y de forma espontánea contrarrestando los ataques en su contra. Con una oratoria práctica y accesible al público en general, da titulares con un lenguaje sencillo pero contundente convirtiéndose en uno de los principales azotes de los republicanos y del presidente Donald Trump.

La comunicación política está necesitada de aire fresco o condenará a la política a la crisis permanente. Hace falta ir más allá de los discursos previsibles para reconectar con la sociedad y ganar capital reputacional que es el imán para atraer el mejor talento. Debe estar orientada en comunicar para conectar y en conectar para poder comunicar. En sociedades postdemográficas y con polipertenencias en diversas comunidades y redes, las informaciones más creíbles y las que más impactan no son las que nos llegan a través de la propaganda política, sino de las personas o las comunidades que nos generan eso que denominamos *engagement*.

FAKE NEWS, EL RETO DE COMBATIR EL NUEVO AUTORITARISMO DE LA MENTIRA

El *gap* reputacional de la política constituye un terreno abonado para la difusión de las noticias falsas. La eclosión de las TIC ha venido a revolucionar la *agenda-setting*. La política y los medios tienen todavía una notable influencia en condicionar la opinión pública. Los otrora todopoderosos comités editoriales





compiten con miles de noticias viralizadas en las redes que generan gran notoriedad, aunque no sean rigurosas o contrastadas. En un mundo más de percepciones que de realidades, las noticias falsas están ganando la batalla de la comunicación.

La palabra posverdad hasta hace poco no existía en nuestro léxico. Parecía inverosímil que la manipulación informativa pudiera convertirse en una de las grandes amenazas del mundo a la altura de otras como la ciberseguridad o el terrorismo. Las personas creemos lo que vemos, y además de las *fake news*, el advenimiento de la inteligencia artificial está impulsando entre otros las *deep fake*, la creación de una realidad falsificada con representaciones tan realistas de cosas que no ocurrieron que suponen un nuevo autoritarismo de la mentira. ¿A quién podremos creer si lo que vemos es falso pero tiene apariencia de realidad? Sin capital político reputacional y la coherencia de una trayectoria sólida, será difícil mitigar los efectos devastadores de los discursos políticos inventados.

Comunicar tiene que ver con inspirar y motivar a los demás para reducir juntos los niveles de incertidumbre, y la comunicación política tiene que caminar hacia la reingeniería de procesos. Una nueva inteligencia política comunicativa distribuida en el que los ciudadanos seamos tratados


como niños adolescentes, sino que nos hablen con claridad y honestidad. Como bien dice la primera frase del último libro Yubal Noah Harari: “En un mundo de informaciones irrelevantes, la claridad es poder”, y el ruido de los partidos y las instituciones tradicionales no es claro, no emocional, no conecta ni tiene credibilidad renunciado a su función orientadora e integradora. Daniel Innerarity lo describe como “la democracia de los incompetentes”, porque no consigue cumplir una de sus funciones básicas, la de hacer visibles a la sociedad sus temas y discursos, así como la imputabilidad de las acciones, facilitar su inteligibilidad³.

LA POLÍTICA DE LA EMOCIÓN Y DE LOS ALGORITMOS

Sabemos ya hace algún tiempo que todo el universo de la comunicación política y su impacto en el cerebro político y en el comportamiento cívico-político es fundamentalmente emocional. Lo saben bien los movimientos populistas que aprovechan la escucha activa y el análisis de sentimiento en tiempo real en redes sociales para lanzar decenas de mensajes en diferentes formatos en comunidades perfectamente segmentadas. Las palabras ya no dependen tanto la retórica como de los algoritmos.

La década que dejamos atrás ha visto desarrollar la disciplina de la tecnopolítica, que anticipó Antoni

Gutiérrez-Rubí en su libro sobre la materia⁴. Entender y manejar las emociones y la tecnopolítica constituye un factor indispensable de competitividad para la conexión, la conversación y la deliberación en nuestras sociedades. La política es ya esencialmente móvil, dinámica, rápida y emocional. La palabra y los mensajes ya no son proclamas en los grandes mítines y actos públicos, sino que son hilos en redes sociales o cadenas de *WhatsApp*. Los debates pierden centralidad frente a los territorios de conversación, y el contacto con las personas se fragmenta en comunidades regidas más por intereses y causas que por ideologías.

La comunicación política tiene que adaptarse al mundo *physical*, físico y digital construyendo un nuevo marco que de coherencia y sentido a los proyectos políticos. Para ello, es indispensable rescatar el lenguaje de la política para generar un sentido de propósito compartido, de sueños, y por qué no, de utopías que den sentido a las nuevas batallas colectivas que tenemos por librar. Algo que no se consigue diseñando estrategia tras estrategia o con eslóganes de laboratorio, sino recuperando el lenguaje público del círculo vicioso de la mediocridad y las mentiras para generar un nuevo círculo virtuoso de propuestas creativas, audaces, emotivas que sean agradables de leer, escuchar y valga la pena compartir y recuperar parte de la reputación perdida. 

³ Una política que se entienda. https://elpais.com/elpais/2018/05/31/opinion/1527782271_932604.html

⁴ <https://www.gutierrez-rubi.es/tecnopolitica/>





Asuntos públicos

El *lobby* como actor político y social



ANTONIO CASTILLO
Catedrático de la
Universidad de
Málaga

Estos días leemos o escuchamos en los diferentes medios de comunicación a autónomos, hoteleros, sanitarios y otros tipos de colectivos con una única petición y es que el Gobierno les ayude, ante las consecuencias negativas que se están generando por la pandemia. Todas estas peticiones nos parecen lícitas ya que son grupos que están sufriendo y necesitan que el Estado les apoye ante esta situación.

Lo que hacen en la práctica estos colectivos es una actividad de *lobby*, puesto que pretenden que los gobernantes adopten una decisión favorable a sus intereses. ¿Qué quiero decir con esta introducción? Que los *lobbies* son unas organizaciones que tienen plena vigencia, actúan en la sociedad y es necesario que sean reconocidos para poder organizar mucho mejor las decisiones políticas y públicas. Es entendible que, si se incrementa la capacidad de influencia de los poderes públicos en la sociedad, las organizaciones que estructuran una sociedad cada vez más compleja, quieran participar en ese proceso de decisiones que les van a afectar.

En este sentido, en pleno 2020 en España todavía no utilizamos con normalidad la expresión *lobby*, sino que se sustituye por otros términos eufemísticos como 'grupos de interés', 'relaciones institucionales', 'asuntos públicos' o 'acción política'. El concepto del *lobby* está muy extendido en el ámbito anglosajón y su actividad es de lo más normal como actores políticos que participan en los

procesos de decisión pública, conjuntamente con otros tipos de actores, como los partidos políticos o los *think tanks*.

Sin entrar en definiciones teóricas sobre lo que es un *lobby*, lo podríamos definir como aquella organización que realiza acciones hacia los poderes públicos para que estos adopten decisiones favorables a sus intereses. La clave está en qué tipo de intereses defienden y cómo y de qué manera se realizan esas acciones. Podemos entender que defender los intereses de los consumidores no es nada nocivo o defender que se preserve el medio ambiente tampoco es negativo. Por tanto, los *lobbies* no son intrínsecamente ni buenos ni malos, los habrá que ejercen su actividad bien o mal, como cualquier otro tipo de organización que puedan existir en nuestra sociedad. Los *lobbies*, como actores políticos, desarrollan una función que consiste en trasladar las demandas ciudadanas a los poderes públicos, algo que por ejemplo también desarrollan los partidos políticos. La diferencia entre estos dos tipos de organizaciones es que los *lobbies* no pretenden alcanzar ni ejercer el poder sino influir sobre él.

Cuando hablamos de actuación de los *lobbies* tradicionalmente se organizan sus actividades hacia los tres poderes públicos tradicionales como son el poder Legislativo, el poder Ejecutivo y el poder Judicial. Sin embargo, en los últimos años han reforzado su ámbito de actuación en el campo de la opinión pública. La opinión pública manifiesta la opinión mayoritaria en la población y, generalmente, desde el poder político es difícil gobernar frente a la oposición de una opinión mayoritaria en la sociedad.

Por eso, dentro de las estrategias de los *lobbies* se encuentran campañas dirigidas hacia la opinión pública y también campañas de comunicación dirigidas a los propios gobernantes, todo ello en el marco de una estrategia de comunicación que ayude a la consecución de los objetivos que se ha planteado ese *lobby*. Incidir en uno y otro ámbito depende de la estructura política de cada país. Por ejemplo, en España los *lobbies* actúan mucho sobre



los partidos políticos por la especial presencia de estos en las instituciones públicas.

Generalmente, los *lobbies* tienen dos perspectivas en su actuación pública. La primera de ellas es una perspectiva reactiva en la cual se moviliza el *lobby* a partir de alguna iniciativa que surja desde el poder público como reacción a una iniciativa de otro *lobby*, que puede defender intereses contradictorios. La segunda de las estrategias es de tipo proactivo y es aquella en la que los *lobbies* planifican una estrategia a medio largo plazo sobre sus intereses y de qué manera poder afectar a futuras decisiones del poder público. Un ejemplo de este tipo de actuación son las campañas de tipo preventivo que se vienen realizando para que no se regulen determinados aspectos de la vida social o empresarial, o para que esa regulación se retrase el mayor tiempo posible. El buen lobista está pendiente de futuras actuaciones institucionales, pergeña alianzas, conoce los puestos clave en la administración, propone iniciativas y desarrolla, en conjunto, una acción estratégica y táctica.

Como es obvio no todos los *lobbies* tienen el mismo el poder ni la misma capacidad de influir sobre aquellos que tienen que tomar decisiones públicas. Así existen una serie de condicionantes que modulan el tipo y el modo de influencia que pueden realizar los *lobbies* y que marcan su desarrollo en la última década:

1. La **capacidad de movilización** que pueda tener un *lobby* es esencial en sus actividades basadas hacia la opinión pública puesto que se interpreta que cuantas más personas participen en esa movilización más apoyo social tiene las demandas de ese grupo de interés. La capacidad de movilización se puede vincular a través de manifestaciones en la

▼
opinión pública, generando comentarios en las redes sociales o en los medios de comunicación a favor de las demandas de ese *lobby*.

2. Otro elemento importante son los **recursos económicos** que pueda disponer ya sea para contratar personal que participe en su estrategia de *lobby* o sea para disponer de recursos que le permitan organizar y financiar numerosas actividades.

3. Un aspecto esencial es el **acceso a aquellos que deben tomar las decisiones**. En este sentido, poder acceder, hablar, conversar o negociar con quien tiene que tomar una decisión es un elemento esencial en toda estrategia de *lobby*. Podemos entender que no todos los *lobbies* tienen el mismo acceso y, por lo tanto, no tienen la misma posibilidad de trasladar sus demandas hacia aquellos que pueden participar en una determinada decisión.

4. **La adecuación de las demandas del *lobby* a los valores sociales** que imperan en un determinado país también está adquiriendo en los últimos años una relevancia importante. Así, acomodarse a valores sociales asentados o emergentes es un elemento que ayuda a sus demandas.

5. Que el *lobby* ocupe una **ubicación estratégica** en el proceso social o en el proceso productivo es esencial en su capacidad de influir, puesto que pueden distorsionar la acción social de otros colectivos y, por ende, pueden generar problemas a las administraciones lo que hace que deba ser necesario solucionar ese problema para no ocasionar tantos problemas sociales.



6. Y por último, la **imagen social del *lobby*** es un elemento importante en sus estrategias de comunicación puesto que aquellos *lobbies* que tienen una buena imagen social tendrán mayor facilidad de acceder a los poderes públicos, mientras que aquellos que tienen una deficiente imagen social tendrá más dificultades para defender sus demandas en las campañas de comunicación.

Las campañas de comunicación realizadas por los *lobbies* en la última década han experimentado un fuerte cambio con el impacto de los medios sociales. Pero todavía

es relevante el papel de los medios de comunicación tradicionales, puesto que constituyen el medio de información de los gobernantes sobre las temáticas sociales. En las últimas investigaciones que se han realizado sobre este asunto, los resultados muestran que las temáticas sociales que influyen más sobre los gobernantes son todavía aquellas que aparecen en los medios de comunicación y no tanto en redes sociales. De ahí, que los medios de comunicación tradicionales sean receptores de diversas iniciativas o actividades de los *lobbies* para que reflejen sus demandas en esos medios. ▶



Sin embargo, una vez más observamos que no todos los *lobbies* tienen igual capacidad de conseguir presencia mediática. Esa presencia está modulada por las propias características del *lobby* y por los propios intereses de los medios de comunicación. Generalmente, los *lobbies* que pueden desarrollar poder económico recurren a una acción de influencia directa sobre los medios de comunicación, ya sean creando sus propios medios, ya sea convirtiéndose en accionista o ya sea recurriendo a la inversión publicitaria.

Ser propietario de un medio, accionista o gran inversor publicitario hace que la actividad de presión hacia ese medio respecto a sus contenidos se potencie. Si no se dispone de esa capacidad de generar espacios económicos, ¿qué ocurre con aquellos *lobbies* que no pueden desarrollar poder económico? Tienen que recurrir a estrategias de comunicación que se acomoden a los criterios de noticiabilidad de los medios para

conseguir presencia mediática. Y eso se consigue con potentes gabinetes de comunicación, generando acontecimientos noticiables, informaciones veraces y convirtiéndose, en esencia, en fuentes de información de los medios. El proyecto de investigación titulado *Lobby y Comunicación*, coordinado por Antonio Castillo y Ana Almanza, ha constatado que los *lobbies* que mayor presencia tienen en la prensa en España son las organizaciones patronales, las instituciones públicas y las empresas. La suma de las apariciones en prensa de estos grupos alcanza el 62% de las apariciones totales de *lobbies*.

Otro aspecto que ha marcado el desarrollo del *lobby* esta década ha sido su regulación. Esta práctica ha comenzado a estar regulada en España por organizaciones autonómicas locales y organismos públicos. En este sentido, una de las primeras iniciativas es el registro de la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia (CNMC), un registro voluntario de

lobbies en España. También existen comunidades autónomas y ayuntamientos que han creado su propio registro de grupos de interés. Se persigue dar claridad y transparencia a estos tipos de organizaciones y regular su acceso y participación en los procesos públicos.

No hay que olvidar que los *lobbies* además de ser reguladores estructurales del volumen de demandas para la administración, ayudan a que cuando la propia administración toma una decisión, a partir del diálogo con ellos, se encargan de defender que los colectivos sociales afectados acepten esa decisión pública. Por tanto, el papel de los *lobbies* es importante tanto para conocer necesidades sociales, como para aceptar las decisiones que se toman desde los poderes públicos.

Respecto al reconocimiento de los profesionales del *lobby*, la novedad de esta etapa es el surgimiento en España de APRI, una asociación que defiende la regulación y el reconocimiento de los *lobbies* y que integra al colectivo profesional de lobistas (aunque no con ese término sino con el de responsables de Relaciones Institucionales).

Medios de comunicación, académicos, profesionales y los propios lobistas deberíamos utilizar el término *lobby*, puesto que ayudará a que se eliminen las connotaciones negativas de esta actividad profesional, que desempeña un papel esencial para que los gobernantes puedan conocer qué demandas sociales se producen y para que estos puedan tomar decisiones adecuadas y sensatas a los requerimientos de colectivos sociales.





Protocolo



PROTOCOLO

Protocolo y su evolución en los últimos 10 años: acercando las instituciones a la sociedad



DIANA RUBIO

@driecel

Directora del Instituto
Mediterráneo de
Estudios de Protocolo
(IMEP)

Evolucionamos a ritmos agigantados, siendo diversos puntos de inflexión los que van marcando el progreso y avance individual y colectivo. Una década deja muchos aspectos de mejora para analizar. Sin embargo, cabe recordar que el marco político y su análisis son cuestiones que siempre van a marcar el desarrollo internacional de una sociedad global.

En la implementación de esta vinculación, aparece en escena una disciplina con la que es necesario el entendimiento, como es la comunicación; o van de la mano o no se podrá hablar de comunicación política ni ramas secundarias.

Es en la tarea de comunicar la política donde entran en juego herramientas de gestión de públicos y lanzamiento de mensajes como es el protocolo. Dentro de las ciencias humanas, tratar con personas, con colectivos y comunidades, apoyar la comunicación de un determinado mensaje a través de lo visual, de la estética no verbal y que este vaya siempre acorde a las políticas, imagen e identidad de quien lo organiza,

son elementos que dan sentido a esta herramienta y que debemos cuidar. Es importante conocer en este momento que el protocolo nace de las jerarquías y clases históricas, pero demuestra cómo evoluciona y se utiliza actualmente como mecanismo de acercamiento social. Esta afirmación es la que da sentido a los cambios protocolarios de los últimos diez años.

La evolución de esta herramienta de comunicación supone muchos hitos a lo largo de la historia. Siempre se había seguido la tradición o costumbre para llevarlo a cabo y encuentra, con la democracia, un giro esencial en su ejecución, pasando a ser la normativa quien pone las bases de cómo proceder. De la misma manera, los rituales y ceremonias religiosas, dan lugar protagonista a las civiles, aunque siempre estarán vinculados por ejemplo en muchas fiestas tradicionales que dan base cultural a los territorios en España. Es a partir de esas normas cuando a nivel institucional comienzan los procedimientos, una homogeneización en las ceremonias que, a su vez, ayuda a concienciar a la población de los cambios, de las nuevas figuras, de un tiempo moderno.

Hablar de protocolo, es hacerlo de otras dos 'P' con las que debe entenderse correctamente: la política y la prensa. A nivel político, la dicotomía partido - institución, supone una línea muy fina que puede acarrear suspicacias en cuanto a la implementación del protocolo político, de ahí la importancia de saber cuando aplicar lo institucional y cuando lo meramente partidista. El *quid* de la cuestión está en si esas normativas también se utilizan para los poderes públicos, en los actos de partido, donde prima más lo político que lo institucional. El uso de cuestiones institucionales en el ámbito partidista puede ser malinterpretado por la comunidad, pero bien es cierto que demuestra la necesidad de coordinar tiempos, espacios y personas para tener repercusión mediática correcta y acorde a lo que se quiere comunicar.

Ejemplos como la dimisión en masa de los miembros de la Junta Directiva del PSOE, que supuso la caída de Pedro ▶



Primavera Árabe

▼ Sánchez (y posterior ascensión hasta ser presidente del Gobierno) demostraron a través de la imagen como el protocolo ayuda a comunicar un mensaje.

En el caso de la otra 'P', de prensa, las organizaciones necesitan de los medios para informar a la población, siendo una de las tareas protocolarias la correcta relación con estos por parte de las instituciones en los actos que celebran. Si he de quedarme con algún momento de esta última década que ejemplifique la relación política y protocolo, es con la Primavera Árabe. Este movimiento supuso la organización de miles de personas

en contra de un Gobierno a través de la comunicación online y las nuevas tecnologías que nos han cambiado la vida. La Primavera Árabe conllevó su propio protocolo organizativo, una etiqueta acorde y un ceremonial civil que se extendió a todo el mundo gracias a las redes sociales.

En estos diez años, ha demostrado su flexibilidad y versatilidad al adaptarse a los cambios a los que la sociedad se ha visto abocada en diversos aspectos: el primero visible en esta herramienta comunicativa institucional en cuanto cambio a nivel protocolario, lo encontramos en la inclusión del

Rey Juan Carlos y la Reina Sofía, de manera literal en la norma institucional, en el Real Decreto de Precedencias 2099/1983, consecuencia de la abdicación del Rey Juan Carlos I. Esta incorporación fue utilizada a su vez para encajar la nueva percepción de la Familia Real, descartando del reglamento a todos los que no sean los reyes actuales, sus hijas y los abuelos, lo que nos hace ver un mayor protagonismo de las nuevas generaciones, con la introducción en la escena institucional española de su nieta, la Princesa Leonor.

Si seguimos hablando de monarquías, a nivel internacional, la década de 2010 a 2020 nos ha hecho espectadores de cambios generacionales en monarquías tradicionales como la belga, o el emperador de Japón e incluso una nueva abdicación por amor, como la realizada por el Príncipe Harry de Inglaterra.

Esta 'revolución' demuestra cómo evolucionan las bases protocolarias y las precedencias tradicionales, ocupando esos puestos nuevos rostros que dan frescura y marcan nuevos tiempos para estas instituciones, haciendo factibles notas de empatía con la comunidad y dejando entrever que lo rígido y obsoleto de esta disciplina, da lugar a la versatilidad y a la coherencia con los tiempos actuales.

El protocolo supone una implementación exquisita a la hora de honrar a personalidades que tanto han hecho por la política internacional, a través de los funerales oficiales y de Estado. Nelson Mandela, Adolfo Suárez, Meles Zenawi, Margaret Thatcher o George Bush forman parte de la historia y el ceremonial protocolario fue el en- ▶

▼ cargado de acercar a la ciudadanía estos momentos solemnes para rendir un último homenaje a estos protagonistas de la política del los siglos XX y XXI.

Uno de los cambios mas paradigmáticos de esta disciplina lo encontramos, no sólo a nivel de reconocimiento de grandes cargos políticos, sino de cómo esa solemnidad a través de homenajes fúnebres perfectamente orquestados es brindada de la misma manera a víctimas de terrorismo (un ejemplo reciente es la ceremonia fúnebre del profesor francés Samuel Paty) o provocado por la pandemia que ha asolado el mundo en este 2020, la COVID-19.

El cambio más visible, lo percibimos en el uso de los símbolos de la nación. Bandera, himno y escudo se han visto abrumados por el excesivo uso de los mismos en multitud de escenarios y situaciones lo que, a su vez, les resta importancia social. El uso peyorativo de un símbolo como la bandera, o por el contrario exacerbado, resta importancia social a estos símbolos. Su uso en decorar casas, coches o incluso como decoración navideña es tradición en países donde la cultura en torno a estos difiere del que podemos tener en España.

¿Qué sucede con otras banderas que identifican a colectivos? Son instrumentos para dar visibilidad y conmemorar los días de apoyo, pero no se consideran por el momento oficiales. Uno de los debates del sector se encuentra precisamente en este punto, si se pueden determinar como oficiales las banderas sociales o, por el contrario, solo lo son institucionales. ▼



Los calcetines de Justin Trudeau, primer ministro canadiense, se hicieron virales





▼ Si ha habido un cambio visible y reconocible por todos es el derivado de la aparición de la pandemia COVID-19, donde se ha pasado de la organización de 300 actos diarios institucionales a no realizar ninguno. Ha habido que adaptarse de manera acelerada a las nuevas condiciones impuestas para paliar el contagio, sin perder los objetivos principales de comunicar una imagen, apoyar los mensajes verbales y dar lugar a la simbología y ceremonial. No olvidemos que somos seres sociales y como tales, los eventos donde implementamos el protocolo son necesarios para el desarrollo personal y profesional.

En el caso actual las normativas han ayudado a filtrar asistentes institucionales a los actos, dependiendo de la naturaleza de los mismos. Hemos aprendido la importancia de la gestión del espacio personal pero también del que se usa para construir presidencias y escenas.

Si en el protocolo juega un papel indispensable la simbología, la etiqueta no iba a ser menos. Vestir acorde a la situación y comportarse de manera cívica, educada y respetuosa juegan un papel indispensable en la correcta generación de convivencia entre quienes acuden a un acto.

El uso de la etiqueta política a nivel institucional ha tomado cierto protagonismo debido a los cambios de los códigos de vestimenta habituales y los ha convertido en herramientas de comunicación por sí mismos. Desde el no uso de trajes de chaqueta, al comunicar con los accesorios, como los calcetines de Justin Trudeau, pasando por los mensajes de sanidad pública en las mascarillas que nos protegen del contagio.

La etiqueta igualmente ha formado parte en esta década de la simbología de colectivos de protesta, como los chalecos amarillos de Francia o el lazo amarillo de los afines a la independencia de Cataluña.

10 años en el protocolo han significado una demostración constante de supervivencia. Porque esta herramienta es mucho más que sentar a personas en un acto, es diseñar cada momento, evitar posibles desencuentros entre invitados, ayudar en la generación de contenido para los medios de comunicación y la propia de la organización. Armonizar y aportar equilibrio a la escena. Llegar a tiempo y tratar con proveedores, colaboradores, invitados y mucho más. Siempre desde un segundo plano, vigilando con precisión y medida que todo salga acorde a lo previsto, adaptándose a cada circunstancia, apoyando la comunicación no verbal y demostrando cómo la versatilidad es un mecanismo necesario de avance y progreso. Todo ello sin perder de vista el marco o *frame*, la esencia por la que se lleva a cabo, el detalle que lo haga diferente y el incremento positivo de los intangibles de las organizaciones. 🏠



**WHEN
HARRY WED
MEGHAN**





Conceptos
clave en la investigación



CONCEPTOS
CLAVE EN LA
INVESTIGACIÓN

Diez conceptos clave de la última década (2010-2020)



FRANCISCO SEOANE
@pacoseoaneperez
Profesor de
Periodismo en la
Universidad Carlos III
de Madrid

Para definir los diez conceptos clave en la investigación en comunicación política de la última década, he contado con la ayuda de otros miembros del Comité Académico de ACOP. A continuación los resultados de nuestro trabajo:

1. EXPOSICIÓN INCIDENTAL A LAS NOTICIAS

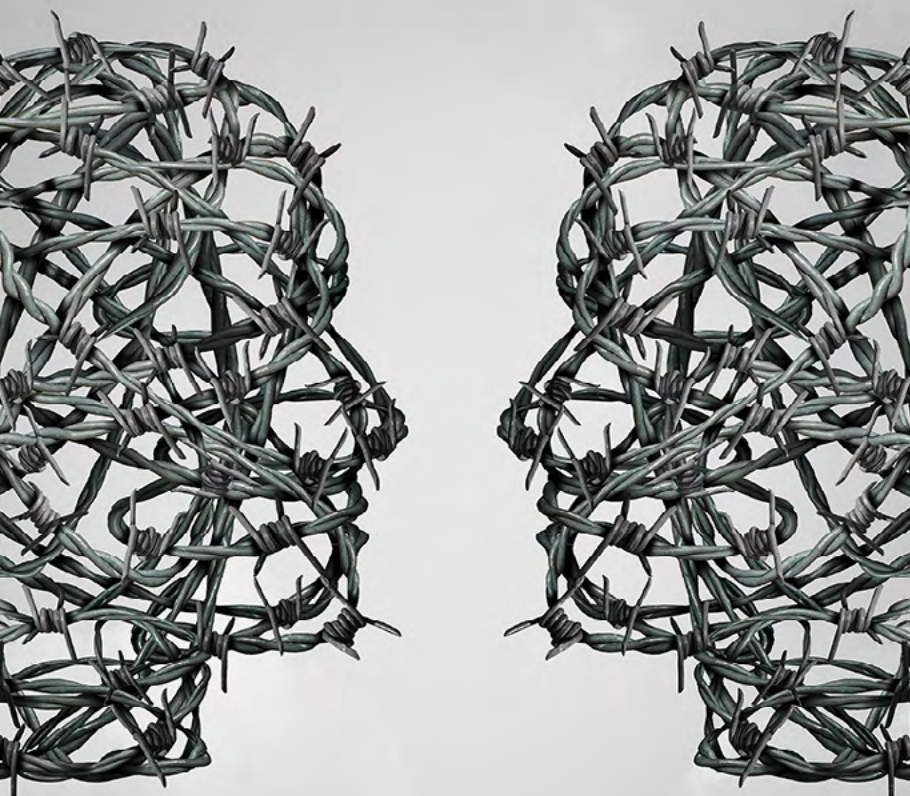
Las viejas revistas políticas decían aquello de que “informarse bien cuesta, pero compensa” para justificar el precio de sus ejemplares. Pero ahora una parte importante de la población tiene la impresión de que informarse no cuesta nada, que no requiere esfuerzo alguno. Ante la oferta infinita de contenidos, muchos optan por satisfacer sus necesidades más lúdicas, confiando en que, si son lo suficientemente importante para ellos, las noticias les llegarán de alguna forma. Esto es lo que se llama la *newsfinds me perception*, uno de los grandes conceptos de esta década acuñado por Homero Gil de Zúñiga *et al.* (2017). Pero esta exposición incidental tiene sus riesgos: aquellos que se dejan llevar por la marea de las redes sociales son más propensos a informarse por medios no convencionales (en muchos casos, quizá *fake news*) y a tener un menor conocimiento político que aquellos que buscan las noticias de forma activa.

2. POLARIZACIÓN AFECTIVA (LIDIA VALERA)

Junto con el clásico fenómeno de la polarización ideológica -la tendencia de partidos y ciudadanos a abrazar posiciones más extremas-, asistimos a la consolidación de la polarización afectiva, a saber, la intensificación de emociones de rechazo hacia aquellos que consideramos integrantes de otras tribus morales o identidades ideológicas (Levendusky, 2017; Westwood *et al.*, 2018; Wagner, 2020). Ello sucede porque las opiniones políticas están en última instancia sostenidas por emociones, de forma que los ciudadanos se integran en diversas comunidades de naturaleza afectiva. Paralelamente, la moralización de la vida política de las democracias y la creciente sentimentalización de la conversación pública -auspiciada por las tecnologías digitales-, han propiciado el auge del absolutismo moral, la discriminación ideológica y la intolerancia política (Viciana *et al.*, 2019). En España, por ejemplo, los ciudadanos están mucho más divididos por la ideología y la identidad que por sus posiciones en torno a políticas públicas (Miller, 2020). La democracia deviene, en definitiva, un 'régimen afectivo' (Arias Maldonado, 2016), en el que antagonismo y la animadversión entre tribus morales obstaculizan el acuerdo moral y político.

3. MÉTODOS COMPUTACIONALES (CARLOS ARCILA)

En el entorno de las grandes cantidades de datos, los métodos computacionales han contribuido con la actualización de los estudios en comunicación política. En primer lugar, los estudios de opinión pública se han visto beneficiados por la estimación de sentimientos en las redes sociales; en segundo lugar, la implementación de algoritmos (p. e. de recomendación o publicidad dirigida) y de robots productores de contenidos falsos en el marketing político han generado un importante reto para estimar el impacto que tienen los mensajes políticos en los ciudadanos por estas vías. La digitalización de las campañas políticas, así como la migración de muchos grupos de ciudadanos a la discusiones online, han generado la ▶



necesidad de ejecutar métodos computacionales para comprender la forma en que se desarrolla la comunicación política en las sociedades actuales. Las técnicas de *big data* incluyen el uso intensivo de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático en la recolección, análisis y modelado de datos.

4. POLÍTICA POP (ADRIANA AMADO)

La política *pop* sintetiza el fenómeno de los liderazgos mediáticos que caracterizó Giampietro Mazzoleni para Berlusconi en Europa y que tuvo exponentes en la América del siglo XXI como Hugo Chávez, Cristina Kirchner o Donald Trump. Se trata de una narrativa política, que atraviesa distintas ideologías partidarias, de izquierda a derecha, más allá del populismo político. Consiste en el uso intensivo de la mediática política, en la que el líder se vuelve una marca más del espacio público. Sus consignas se apoyan en lugares comunes que ayudan a reforzar el antagonismo al definir como antipopular a cualquier postura contraria, como la antigua propaganda nacionalista. El poder del pueblo, que los pone por encima de cualquier institución, se exalta a través de la unanimidad exhibida en manifestaciones, festivales, campañas en redes que compiten en atención mediática a cualquier celebridad, a la que emulan al punto de convertir al líder en icono *pop*.

5. POPULISMO (MIGUEL ÁNGEL SIMÓN)

Lo primero que hay que señalar al abordar una definición de populismo es que no existe. No hay acuerdo académico sobre cómo definir este fenómeno camaleónico que, contrariamente a lo que se suele pensar, lleva ya más de un siglo entre nosotros. Algunos autores lo identifican con una determinada estrategia (Kurt Weyland et al.), otros con un estilo socio-cultural concreto al ▶

▼ hacer política (Pierre Ostiguy et al.) y un tercer grupo los considera una particular ideología (Cas Mudde et al.). Sin embargo, en los últimos años se ha ido abriendo paso una definición mayoritariamente aceptada, aunque no de un modo unánime, enunciada por el politólogo Cas Mudde y que, desde un enfoque 'ideacional' entiende el populismo como “una ideología delgada, que considera la sociedad dividida básicamente en dos campos homogéneos y antagónicos, el 'pueblo puro' frente a la 'elite corrupta', y que sostiene que la política debe ser la expresión de la voluntad general (*volonté générale*) del pueblo” (Vid Mudde y Rovira, 2019 [2017]).

6. POSVERDAD (TONI AIRA)

'Palabra del Año en 2016' según el diccionario de Oxford, hace tiempo que este concepto se ha convertido en un término habitual en la actividad política, en el lenguaje de los medios de comunicación y en el debate en las redes sociales. En esencia se refiere a una pseudo-realidad manipulada, distorsión premeditada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales. En una política donde el factor emocional gana peso frente al emocional, donde más sistemáticamente que nunca se apela a la razón a través de la emoción, la relativización adjunta que esto acarrea respecto de los datos y de la opinión de los expertos abre la puerta a este tipo de discurso donde, para definir la opinión pública, los hechos objetivos influyen menos que los argumentos que apelan a las emociones o las creencias.



7. DISCURSOS DEL ODIO

¿Se puede prohibir un sentimiento como el odio? Seguramente no, pero desde el trauma que supuso el Holocausto se cree que el odio, cuando se manifiesta públicamente hacia una minoría, es la antesala del genocidio. Mientras que la tradición norteamericana limita la libre expresión solamente en aquellos casos en los que se profiere una amenaza clara e inminente, la tradición europea quiere impedir discursos que, aunque no anuncien explícitamente violencia, contribuyan a crear un caldo de cultivo de odio contra un determinado grupo social. El problema es que la línea que separa la pre-

vención de discursos de oprobio y la censura es muy fina. Es más, en algunos contextos, como advierte Cherian George (2016), los colectivos extremistas pueden exagerar su ofensa hacia ciertas expresiones críticas con sus creencias para endurecer las leyes contra el discurso del odio, hasta el punto de cercenar cualquier tipo de crítica a su extremismo.

8. MEDIATIZACIÓN

Dícese de la adaptación de los actores políticos a las formas de trabajar de los medios de comunicación, que se convertirían en las instituciones centrales en el proceso de comunicación política. ▶



La política se mediatiza cuando se somete a la lógica de los medios. Es un proceso tan antiguo como la popularización de los medios de masas: planificar los canutazos o *sound-bites* para las televisiones o diseñar la escenografía de los mítines pensando en los tiros de cámara serían ejemplos de mediatización.

9. PLATFORM POLITICS

Es la mediatización de la era digital. Las redes sociales reemplazan a los viejos medios de masas como los principales canales de relación entre políticos y ciudadanos. Pero esta plaza pública digital es, si cabe, todavía menos plural que la analógica: unas pocas corporaciones concentran de manera oligopolística la actividad política online, obligando a los actores políticos a asumir sus lógicas y sus normas. De ahí que dichas plataformas se vean obligadas a cierta forma de *accountability* (ej. la biblioteca de anuncios políticos de Facebook) o regulación del discurso (ej. los *disclaimers* de Twitter en los que se advierte que las afirmaciones de un presidente podrían no corresponderse con la verdad).

10. PROPAGANDA COMPUTACIONAL (PALOMA PIQUEIRAS)

De las investigaciones académicas que estudian la relación entre las ideas políticas y su circulación a través de las redes sociales, se ha desprendido un nuevo concepto: 'propaganda computacional'. El término hace referencia al uso de algoritmos y automatización para distribuir deliberadamente

información engañosa a través de internet (Woolley y Howard, 2016). De este modo, cuando nos referimos a la 'propaganda computacional' estamos englobando en una única expresión todos los esfuerzos de manipulación y desinformación digital. La propaganda computacional es posible gracias a los *bots*, un software que recopila información sobre los usuarios de las redes y que, a continuación, haciéndose pasar por un usuario humano, emite mensajes, interactúa con contenido ajeno y aplica algoritmos de tendencias. Su alcance es de tal magnitud que un grupo reducido de personas pueden crear un ejército de *bots* con la intención de usarlos como herramienta de manipulación política a gran escala.

REFERENCIAS

Arias Maldonado, Manuel (2016). *La democracia sentimental: Política y emociones en el siglo XXI*. Barcelona: Página Indómita.

George, Cherian (2016). *Hate spin: The manufacture of religious offence and its threat to democracy*. Cambridge (Massachusetts): The MIT Press.

Gil de Zúñiga, Homero; Weeks, Brian y Ardèvol-Abreu, Alberto. (2017). "Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 22(3), <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>

Levendusky, Matthew S. (2017). "Americans, Not Partisans: Can

Priming American National Identity Reduce Affective Polarization?", *The Journal of Politics*, vol. 80(1), <https://doi.org/10.1086/693987>
Miller, Luis (2020). "Polarización en España: más divididos por ideología e identidad que por políticas públicas". Esade. <http://itemsweb.esade.edu/research/EsadeEcPol-insight-polarizacion.pdf>

Mudde, Cas y Rovira, Cristóbal (2019) [2017]. *Populismo. Una breve introducción [Populism. A Very Short Introduction]*. Madrid: Alianza Editorial

Viciano, Hugo; Gaitán, Antonio, Hanninken, Ivar (2019). "Polarización afectiva: entre el tribalismo y el absolutismo moral", *Agenda Pública (El País)*. <http://agendapublica.elpais.com/polarizacion-afectiva-entre-el-tribalismo-y-el-absolutismo-moral/>

Wagner, Markus (2020). "Affective polarization in multiparty systems", *Electoral Studies*, published online August 14th 2020. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102199>

Westwood, Sean J.; Iyengar, Shanto; Walgrave, Stefaan; Leonisio, Rafael; Miller, Luis; Strijbis, Oliver (2018). "The tie that divides: cross-national evidence of the primacy of partyism", *European Journal of Political Research*, vol. 57, pp. 333-354. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12228>

Woolley, S. C., y Howard, Philip (2017). Computational propaganda worldwide: Executivesummary (pp. 1-15). The Computational Propaganda Project.

¡ÚNETE A ACOP!

<https://compolitica.com/suscripcion/>



**Forma parte de
la asociación de
comunicación
política
de referencia en
España y
América Latina**

Te ofrecemos:

- ★ **Descuentos y becas en formación:** postgrados, seminarios, jornadas, congresos y deducción en cuotas de otras asociaciones.
- ★ **Suscripción gratuita** a todas las publicaciones de la asociación (Estudios de Comunicación Política, *La Revista de ACOP*, Listado ACOP de artículos y ACOP Papers).
- ★ Acceso a **ACOP Premium**.



Las entrevistas del 2020



JOSÉ LUIS IZAGUIRRE

@jl_izaguirre92



MARZO ENTREVISTA A JORDI RODRÍGUEZ VIRGILI

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Entre el 2012 y el 2014 dirigió El Molinillo, la anterior etapa de esta publicación. En 2016, fue galardonado con el Napolitan Victory Award al Mérito en la Enseñanza en Comunicación 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".



ABRIL ENTREVISTA A ESTRELLA MONTOLÍO

Catedrática de Lengua Española de la Universidad de Barcelona y asesora en Comunicación. Investigadora Principal del grupo Estudios del Discurso Académico y Profesional (EDAP).

"El uso primario y más genuinamente humano del lenguaje es la conversación y si los asesores de comunicación política incorporaran los principios y prácticas conversacionales, el lenguaje político se enriquecería humanamente de una manera muy significativa. La conversación contiene todos los marcadores comunicativos indicativos de calidad que deberíamos exigir a la oratoria de nuestros políticos: saber escuchar, con una escucha atenta y profunda; saber conectar de una manera empática y real con nuestros interlocutores; acertar en la modulación de nuestro estilo comunicativo con respecto a quien nos escucha; movilizar nuestros recursos expresivos para que nuestras palabras sean interesantes, sugerentes y motivantes para los demás".



MAYO

ENTREVISTA A GISELA STUART

Ex miembro del Partido Laborista británico y parlamentaria desde 1997 hasta 2007. Durante el referéndum del Brexit, fue jefa del comité de campaña del 'Vote Leave'. Stuart es miembro del Comité Directivo del Grupo de Reforma de la Constitución.

"El próximo gran desafío para Inglaterra es luchar para que Reino Unido se mantenga intacto. Hablamos mucho de que Escocia quiere la independencia. Deberíamos hablar más sobre por qué es bueno que Inglaterra, así como Escocia, Gales e Irlanda del Norte sigan formando parte del Reino Unido. Es demasiado pronto para evaluar cómo la COVID-19 afectará a estos debates, pero creo que mostrará a la gente de estas islas que tenemos más en común que lo que nos divide. También espero, sobre todo en Inglaterra, que nuestras ciudades más allá de Londres tengan más poder. La descentralización en Inglaterra, aparte de la capital, es una asignatura pendiente".

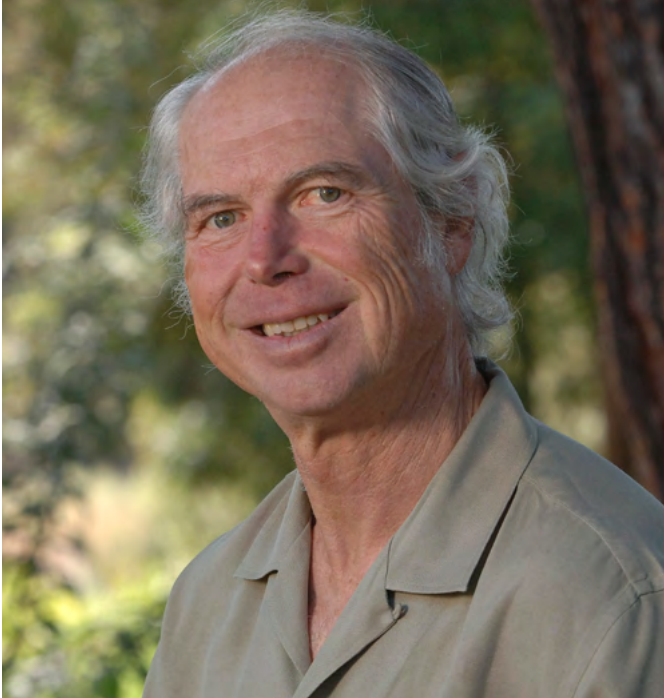


JUNIO

ENTREVISTA A JORGE SANTIAGO BARNÉS

Doctor acreditado en Comunicación Política y experto en la creación y análisis de imágenes de políticos e instituciones. Director del Centro Internacional de Gobierno y Marketing Político (CIGMAP).

"El secreto de avanzar reside siempre en comenzar. Poder se puede siempre, lo importante es querer y creer en ello. Cuando se habla de imagen política, casi cualquier acción es mejor que no hacer nada. La capacidad de cambiar la imagen de un político depende de la capacidad de mejorar y la capacidad de mejorar depende de la capacidad de aprender. Esta es la magia para que una imagen se convierta en liderazgo. Siempre se puede cambiar porque siempre se puede mejorar. Y un dirigente político siempre puede mejorar porque siempre puede aprender".



JULIO ENTREVISTA A DANIEL HALLIN

*Profesor de la Universidad de California, ha centrado su investigación en el periodismo, la comunicación política y el análisis comparado de los sistemas de medios de comunicación. Su libro *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* ha ganado numerosos premios.*

"El campo de la investigación de la comunicación sanitaria se enfoca generalmente en el individuo, los efectos de los medios de comunicación en el comportamiento individual, y mi interés se centra en los medios como institución y su efecto sobre la sociedad en general. Durante esta pandemia hemos podido comprobar lo politizada que está la salud, donde la política sanitaria tiene un efecto directo en todos los aspectos de la sociedad. El nivel más alto de cobertura política en cuanto a las políticas sanitarias fue en EE.UU. Esto se debe a que en este país hay una polémica muy importante sobre la política básica del sistema de salud, intensificada a raíz del Obamacare, por ejemplo".



SEPTIEMBRE ENTREVISTA A JUAN MANUEL ZAFRA DÍAZ

Director de la revista TELOS, que edita la Fundación Telefónica, secretario general de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas y profesor de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III.

"Europa lleva años buscando fórmulas para liderar la sociedad digital, pero sin adecuar su modelo de gobernanza, sus instituciones ni su industria a una nueva realidad. La COVID-19 ha evidenciado sus carencias, pero toda crisis es una oportunidad y hemos visto cómo el mensaje en favor de la digitalización y de la sostenibilidad se ha fortalecido entre los mandatarios europeos. Por desgracia, las diferencias y las desigualdades entre unos países y otros son un lastre para que se tomen decisiones y se actúe con la agilidad que exige la realidad que vivimos. Tengo dudas acerca de la capacidad y de la voluntad de muchos de los mandatarios actuales para construir un modelo de sociedad más colaborativo, abierto y transparente en el que habrán de renunciar a muchas de las parcelas de poder que ahora ocupan".





OCTUBRE

ENTREVISTA A DORI TORIBIOY VANESSA JAKLITSCH

DORI TORIBIO

Periodista y corresponsal en Washington. Actualmente trabaja en The Washington Post y las cadenas de televisión Cuatro y Telecinco, pertenecientes al Grupo Mediaset.

"Es difícil mantener la cobertura informativa general en un año tan complicado en el que se cruzan tantas variables distintas. En lo referente a las protestas pacíficas contra el racismo y la violencia policial, ahora mismo aún continúan en Estados Unidos, aunque ya no atraen tanta atención mediática porque son más reducidas o porque los incidentes violentos han ocupado la mayor parte de los titulares. La cobertura informativa es complicada debido a que son temas complejos con profundas raíces históricas y culturales, que además generan una gran división en Estados Unidos".

VANESSA JAKLITSCH

Periodista y corresponsal en Washington. En la actualidad, colabora con Antena 3 Televisión, el periódico LA RAZÓN y el canal internacional de noticias NTN24.

"La guerra abierta de Trump contra los medios le ha funcionado muy bien para ganar adeptos y, sobre todo, para hacer llegar su mensaje directamente y sin filtros a través de su cuenta de Twitter. Un uso de redes sociales sin precedentes en un cargo como el suyo y que ha cambiado totalmente las reglas del juego en el mundo del periodismo y la dinámica de trabajo para los corresponsales en Washington. Ya no tenemos que esperar a que se convoquen ruedas de prensa, sino que ahora la cuenta de Twitter del presidente de EE.UU marca la agenda informativa diaria".



NOVIEMBRE ENTREVISTA A AUREOLA DEL SOL

Periodista y comunicadora. Consultora en Comunicación Estratégica Gubernamental, es especialista en el diseño de estrategias de comunicación política digital con énfasis en estrategias a través de plataformas sociales en Internet.

"El movimiento feminista ha permitido poner en la agenda la gran desigualdad que aún existe, la gran cantidad de problemas que nos aquejan y los feminicidios que en este país (México) son imparables. La marcha del 8 de marzo pasado puso de manera definitiva todo esto en la agenda pública y alertó a muchos Gobiernos e instituciones. Hay partidos que desde hace algún tiempo realizan un trabajo importante para fomentar liderazgos y profesionalizar mujeres, además de que el árbitro electoral de este país así lo ha establecido como parte de las acciones que deben llevar estos a cabo". ✨





La cultura política de 2020



LA CULTURA
POLÍTICA
DE 2020

Las 15 series, películas y documentales políticos del año



IGNACIO MARTÍN
GRANADOS

@imgranados
Politólogo. Exdirector
de *La Revista de ACOP*

Por noveno año consecutivo desde 2012, este número especial de *La revista de ACOP* incluye un reportaje con los mejores productos audiovisuales del año, hecho que relata la importancia de esta temática en la industria cinematográfica.

Este 2020 tan adverso en otros aspectos, nos trajo dos buenas noticias: la confirmación de una nueva temporada de la aclamada *Borgen*, para el 2022; y la posibilidad de ver *El ala oeste de la Casa Blanca* en la plataforma HBO. Es raro, pero quizás sean las mejores noticias para un año en el que no ha habido ninguna serie ni película de temática política de gran éxito -como así ocurrió el año pasado con *Years & Years* o *Brexit*- más allá del regreso de Aaron Sorkin y David Simon con nuevas propuestas.

A pesar de ello, el número de rodajes estrenados en nuestro país durante 2020 (criterio para aparecer en esta lista, además de excluir las nuevas temporadas de series ya estrenadas) ha sido elevado con 15 series, 19 películas y 37 documentales. Siempre puede que se escape alguna del radar, pero las principales están aquí. Por último, destacar la importancia de las plataformas de televisión que no es que cada vez tengan más protagonismo, sino que

acaparan la mayoría de los estrenos, produciéndose series y películas para ellas y apenas para televisión o cines.

Por mantener un equilibrio, este año hemos vuelto a destacar 5 productos de cada género de los 71 totales, siendo Estados Unidos, con gran diferencia, el país que más aportaciones realiza (con 11) y con una cada uno, México, Francia, Bélgica y Alemania.

Como advierto todos los años, esta lista es totalmente subjetiva y el lector puede encontrar en mi [web](#) el listado completo por si desea confeccionar su propia clasificación o darse un atracón con los descartes. Los criterios de selección que he seguido han sido no solo la calidad, sino la variedad de los temas y, a veces, no optar por lo evidente.

Por ejemplo, respecto de las series, que es donde más calidad hay este año, seguramente se podrían haber hecho dos listados y algún lector puede echar de menos *Patria* (cuyo estreno ha generado que se emitan los documentales *Bajo el silencio* y *El desafío: ETA*) o la francesa *El colapso*. Este último caso resulta paradójico puesto que, con la misma temática catastrófica -y rodadas antes de producirse la pandemia- se han estrenado también la serie británica *Cobra* o la película mexicana *Nuevo orden*.

Por último, como suele ser habitual el año de elecciones en Estados Unidos, el número de documentales suele incrementarse, pero este año se ha notado aquí también la polarización política estadounidense con el 70% de los 37 documentales recabados abordando de una forma u otra las elecciones americanas (y desde diferentes perspectivas ideológicas).

En fin, esta es la hornada de este 2020. ¡Qué las disfrutéis!



Series



DIARIO DE UNA FUTURA PRESIDENTA

Título original: *Diary of a Future President*. [Página web](#).

País: Estados Unidos.

Año: Disponible en España desde el 24 de marzo a través de Disney+.

Duración: 10 episodios de 30 minutos.

Género: Comedia, sitcom, política.

Dirección: Ilana Peña (creador) y Gina Rodríguez.

Guion: Ilana Peña, LaDarian Smith.

Reparto: Charlie Bushnell, Selenis Leyva, Tess Romero, Michael Weaver, Carmina Garay, Sean Philip Glasgow, Sanai Victoria, Gina Rodríguez, Brandon Severs, Avantika Vandanapu.

Productora: CBS Television Studios, I Can & I Will Productions. Distribuida por Disney+.

Calificación: 5,7 (IMDb).

Comedia que sigue a una adolescente de 12 años con orígenes cubanos cuyo diario narra su camino desde el instituto hasta llegar a la presidencia de Estados Unidos. Esta historia verá reflejado el esfuerzo y los buenos y malos momentos de una vida llena de experiencias únicas.

La serie sigue así los acontecimientos diarios de su vida y sus interacciones con amigos y familiares, entre los que se encuentra su hermano mayor, Bobby, y su madre, Gabi, la misma que comienza a tener una relación con Sam, un abogado de su trabajo. Los fuertes deseos de Elena para convertirse en presidenta se verán reflejados en *flashforwards* mediante su campaña política como adulta.

Ha firmado por una segunda temporada que se emitirá en 2021.





EL CANDIDATO

Título original: *El candidato*. [Página web](#).

País: México.

Año: Estrenada el 7 de julio a través de Amazon Prime Video.

Duración: 10 episodios de 55 minutos.

Género: Thriller, intriga, política.

Dirección: Peter Blake (creador), Jaime Reynoso, Humberto Hinojosa Ozcariz.

Guión: Peter Blake, Ted Cohen, Max Hurwitz, Daniel Krauze, Katherine Walczak, David Chasteen.

Reparto: José María de Tavira, Joaquín Cosío, James Purefoy, Eréndira Ibarra, Bret Harrison, Esmeralda Pimentel, Kerry Adra, Sofía Sisniega, Luis Alberti, Francisco de la Reguera, Hernán Mendoza.

Productora: Televisa. Distribuida por Amazon Prime Video.

Calificación: 7,6 (IMDb).

Narra la discrepancia entre el espionaje, la política y el crimen en la Ciudad de México de hoy. Mientras dos agentes de la CIA trabajan encubiertos para atrapar al narcotraficante más despiadado de México, descubren los secretos mejores guardados de los políticos de más alto rango del país.

Protagonizada por el actor británico James Purefoy, y los actores mexicanos José María de Tavira, Eréndira Ibarra, Joaquín Cosío y Esmeralda Pimentel aborda cómo el narcotráfico ha permeado en los niveles socioeconómicos de la Ciudad de México, donde Wayne Addison (Purefoy) regresa para derrotar a su antiguo amigo y el narcotraficante más importante del país, Rafael Bautista (Cosío). Trabajando junto a la analista de la CIA Isabel Alfaro (Ibarra), Wayne busca demostrar que el gobernador de la Ciudad de México, Lalo Yzaguirre (de Tavira), ha sido entrenado por Bautista para convertirse en el próximo presidente de México.

Esta serie ha sido una de las primeras producciones originales de Amazon en México, realizada en coproducción con Televisa Alternative Originals (TAO). Ha renovado por una segunda temporada que se emitirá en 2021.





LA CONJURA CONTRA AMÉRICA

Título original: *The Plot Against America*.

[Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Disponible en España desde el 17 de marzo a través de HBO.

Duración: 6 episodios de 60 minutos.

Género: Histórico, drama, distopía, política.

Dirección: David Simon (creador), Ed Burns (creador), Minkie Spiro y Thomas Schlamme.

Guion: David Simon, Ed Burns y Reena Rexrode sobre una novela de Philip Roth.

Reparto: Morgan Spector, Zoe Kazan, Winona Ryder, John Turturro, Anthony Boyle, Azhy Robertson, Caleb Malis, Ben Cole, Jacob Laval y Michael Kostroff.

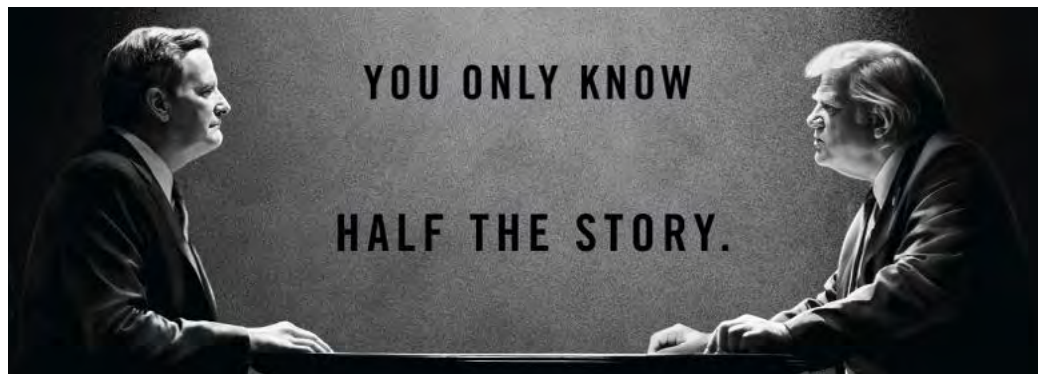
Productora: Roth/Kirschenbaum Films y por HBO.

Calificación: 7,3 (IMDb).

Miniserie en la que el admirado David Simon (creador de *The Wire*, *Treme* o *Show Me a Hero*) adapta y homenajea la novela de Roth al mismo tiempo que la actualiza a nuestros tiempos más ambiguos e intimidatorios (a pesar de publicarse en 2004, esta novela volvió a ser de las más vendidas tras la victoria de Donald Trump en 2016).

Esta distopía es una historia alternativa de América desde la Segunda Guerra Mundial. En 1940, Charles Lindbergh es elegido Presidente de los EE.UU Poco después negocia un acuerdo cordial con Adolf Hitler, embarcando al nuevo Gobierno en una escalada progresiva de antisemitismo.

Para un niño que crece en Newark, en el seno de una familia judía, la elección de Lindbergh es la primera de una serie de rupturas que amenazan con destruir su pequeña y segura esquina de América, y con ella a toda su familia. Porque la serie quiere demostrar que la política es algo personal y que puede tener un gran impacto en las relaciones y en el futuro de la gente. Es una advertencia en muchos niveles, pero el mensaje más claro que manda es que la nostalgia puede ser, en ocasiones, muy peligrosa.



LA LEY DE COMEY

Título original: *The Comey Rule*.

[Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada el 27 de septiembre y disponible en España desde el 20 de octubre a través de Movistar+.

Duración: 2 episodios y una duración total de 210 minutos.

Género: Drama, basado en hechos reales, política.

Dirección: Billy Ray.

Guion: Billy Ray, basado en el libro de James Comey.

Reparto: Jeff Daniels, Brendan Gleeson, Kingsley Ben-Adir, Peter Coyote, William Sadler, Holly Hunter, Jonathan Banks, Richard Thomas, Jennifer Ehle, Scoot McNairy y Oona Chaplin.

Productora: CBS Productions, Home Run Productions, Secret Hideout, Story Factory. Emitida por Showtime.

Calificación: 7,3 (IMDb).

Miniserie basada en el libro *A Higher Loyalty*, las memorias del exdirector del FBI James Comey, en el que tendrán protagonismo los presidentes norteamericanos Barack Obama y Donald Trump.

En dos capítulos de esta miniserie seguimos el ascenso al poder de Donald Trump. Primero, en las elecciones de 2016 a través de la investigación en torno a los correos electrónicos de la secretaria de estado Hillary Clinton y la presunta injerencia del Gobierno ruso en el proceso electoral. La segunda parte nos mete en plena administración de Trump: unos primeros meses de purga en Washington DC., tensiones con el FBI y finalmente el despido de Comey a mediados de 2017.

Más que como serie, *La ley de Comey* parece planteada como una biografía fílmica. Dos largometrajes -de 95 y 115 minutos respectivamente- con su presentación nudo y desenlace con sendos grandes capítulos de la vida de este abogado cabeza de la principal agencia de investigación criminal de Estados Unidos.

La miniserie pone sobre la mesa lo complejo que se vuelve una decisión tan aparentemente sencilla como abrir o no una investigación. Por muy atado y justificado que esté, la mera decisión se vuelve irremediamente una declaración política por mucho que afirmemos lo contrario.





PARLEMENT

Título original: *Parlement*. [Página web](#).

País: Bélgica.

Año: Estrenada el 9 de abril en Francia, disponible desde el 24 de noviembre en España en Filmin.

Duración: 10 episodios de 30 minutos.

Género: Comedia y política.

Dirección: Émilie Noblet y Jérémie Sein.

Guion: Daran Johnson, Maxime Calligaro, Pierre Dorac y Noé Debré.

Reparto: Liz Kingsman, Christiane Paul, Carole Weyers, Luke Calzonetti, Gauthier Danniau, Philippe Duquesne, Lucas Englander, Bruno Georis, Xavier Lacaille y Aurora Marion.

Productora: Coproducción Bélgica-Francia-Alemania; Artemis Productions, CineCentrum Berlin Film- und Fernsehproduktion, Cinétévé.

Calificación: 7,9 (IMDb).

Si aún no sabes para qué sirve realmente el Parlamento Europeo esta es tu serie. Una sátira no apta para euroescépticos.

Samy es un joven asistente parlamentario francés que empieza en el peor momento posible: pocas semanas después del referéndum del Brexit. Con el vértigo propio de un primer día en el curro, Samy deberá hacer frente a los sinsentidos de la política europea actual, embarullada en un exceso de burocracia, encajes de bolillos varios y un cóctel de culturas, ideologías y sensibilidades altamente peligroso. Su vida en el Parlamento no será nada fácil entre novatadas, brexiteros, asistentes teutones, políticos incompetentes, un delicado proyecto para salvar tiburones y ¡hasta el procès de por medio!

Parlement es una coproducción francobelga y alemana. Con un reparto internacional más variado que una fiesta Erasmus, la serie nos demuestra que la concordia europea es posible, aunque sea para reírse de ella. Si Armando Iannucci fuera francés firmaría una serie como esta en la que los pasillos de la política se transforman en un teatrillo donde caben todo tipo de situaciones hilarantes, personajes despreciables y una crítica certera a las constantes dificultades que sigue teniendo Europa para ser un ente político propio.



Películas



EL ESCÁNDALO

Título original: *Bombshell*. [Página web](#).

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada en EE.UU el 20 de diciembre de 2019 y en España el 7 de febrero de 2020.

Duración: 108 minutos.

Género: Drama, biográfico, basado en hechos reales, abusos sexuales, periodismo y política.

Dirección: Jay Roach.

Guion: Charles Randolph.

Reparto: Charlize Theron, Margot Robbie, Nicole Kidman, John Lithgow, Allison Janney, Kate McKinnon, Malcolm McDowell, Mark Duplass, Alice Eve y Connie Britton.

Productora: Coproducción Estados Unidos-Canadá; Lionsgate, Lighthouse Management & Media, Bron Studios.

Calificación: 6,8 (IMDb).

La trama de esta película se centra en la caída del magnate empresarial Roger Ailes, uno de los hombres clave en la construcción del imperio mediático Fox News. Y uno de esos hombres que parecían intocables, hasta que se enfrentó a acusaciones graves de acoso sexual que lo forzaron a abandonar la compañía. Pese al riesgo de emprender semejante batalla, las protagonistas llegaron hasta las últimas consecuencias. De esta forma, *El escándalo* se quiere presentar como una película inspiradora, pero que también exhibe la represión que enfrenta el género femenino en diferentes espacios.

El amplio reparto de grandes figuras de Hollywood es uno de los atractivos de este film que se inserta dentro de la ola del movimiento *#MeToo*, iniciativa que tiene por objetivo acabar con la discriminación de la mujer y el acoso sexual, un problema que golpeó con fuerza la industria del entretenimiento de la nación norteamericana y que sigue vigente en diferentes grados en nuestras sociedades.



EL JUICIO A LOS 7 DE CHICAGO

Título original: *The Trial of the Chicago 7*.

[Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada en EE.UU el 25 de septiembre y en España disponible desde el 16 de octubre de 2020 a través de Netflix.

Duración: 129 minutos.

Género: Basado en hechos reales, drama judicial y rama social.

Dirección: Aaron Sorkin.

Guión: Aaron Sorkin.

Reparto: Eddie Redmayne, Sacha Baron

Cohen, Mark Rylance, Frank Langella, Joseph Gordon-Levitt, Jeremy Strong, John Carroll Lynch, Alex Sharp, Yahya Abdul-Mateen II y Michael Keaton.

Productora: Coproducción Estados Unidos-Reino Unido; Amblin Partners, Paramount Pictures, Cross Creek Pictures, Marc Platt Productions, Reliance Entertainment, DreamWorks SKG, MadRiver Pictures, ShivHans Pictures. Distribuida por Netflix.

Calificación: 7,9 (IMDb).

Lo que debía ser una protesta pacífica en la Convención Nacional Demócrata de 1968 en contra de la guerra de Vietnam se convirtió en un violento enfrentamiento con la policía y la Guardia Nacional.

Los siete individuos detenidos, como organizadores de las revueltas, durante la manifestación en Chicago fueron juzgados tras ser acusados de conspirar en contra de la seguridad nacional para incitar disturbios. Al año siguiente, en 1969, se celebró uno de los juicios más populares de la historia de Estados Unidos. Impulsado por el nuevo fiscal general, el juicio fue claramente político, dando lugar a una serie de conflictos sociales -manifestaciones, movimientos ciudadanos, impulso de los derechos civiles- que pasarían a la posteridad en una época de grandes cambios en dicho país.

Siempre es interesante ver lo que nos ofrece Aaron Sorkin (*The West Wing*, *The Newsroom* o *La red social*) -que en esta ocasión, además de ser el responsable del guion también dirige la película-, sobre todo cuando puede contar con un reparto tan talentoso. ▶



MARAVILLAS EN MONTFERMEIL

Título original: *Merveilles à Montfermeil*.

Página web.

País: Francia.

Año: Estrenada en Francia el 8 de enero y disponible en España desde mayo a través de Filmin.

Duración: 109 minutos.

Género: Comedia, sátira y política.

Dirección: Jeanne Balibar.

Guion: Jeanne Balibar.

Reparto: Jeanne Balibar, Ramzy Bedia, Emmanuelle Béart, Mathieu Amalric, Bulle Ogier, Florence Loiret-Caille, Marlene Saldana, Philippe Katerine y Jean-Quentin Châtelain.

Productora: Vito Films, Cinémage 13, Cinécap 2.

Calificación: 3,9 (IMDb).

Montfermeil, cercana a París, es una localidad única regida por unas reglas fuera de lo común. Sus normas se basan en la solidaridad y la tolerancia, que hacen que sus vecinos puedan disfrutar de un departamento de satisfacción sexual o una siesta diaria obligatoria. Joëlle (Jeanne Balibar) y Kamel (Ramzy Bedia), que están en proceso de divorcio, forman parte del equipo municipal de la nueva alcaldesa, Emmanuelle Joly (Emmanuelle Béart), que tiene un gran plan entre manos: la creación de una escuela en la que se puedan aprender más de 60 idiomas. Una idea innovadora que cambia la ciudad y la hace prosperar, mientras que la relación de Joëlle y Kamel está muy lejos de mejorar... o sí.

La actriz, directora y cantante Jeanne Balibar firma esta sátira política, una película muy extraña, de excéntrico utopismo, y a pesar de ello, ciertamente disfrutable. ▶



MERKEL

Título original: *Die Getriebenen*.

[Página web.](#)

País: Alemania.

Año: Estrenada en Alemania el 15 de abril y disponible en España desde agosto a través de Filmin.

Duración: 118 minutos.

Género: Drama, biográfico, inmigración y política.

Dirección: Stephan Wagner.

Guion: Florian Oeller, basado en el libro de Robin Alexander.

Reparto: Imogen Kogge, Josef Bierbichler, Wolfgang Pregler, Tristan Seith, Timo Dierkes, Walter Sittler y Gisela Aderhold.

Productora: Carte Blanche Film, Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB), Norddeutscher Rundfunk (NDR).

Calificación: 5,7 (IMDb).

Adaptación del best-seller *Die Getriebenen: Merkel und die Flüchtlingspolitik: Report aus dem Innern der Macht*, sobre la canciller alemana Angela Merkel. Merkel recrea la época más compleja de su mandato, cuando a finales del verano de 2015, cerca de un millón de personas entraron de manera incontrolada en Alemania huyendo de la guerra, viéndose obligada a liderar la Unión Europea ante la llegada masiva de refugiados.

Apenas una semana después de la apertura sin precedentes de fronteras, Angela Merkel, el ministro del Interior De Maizière, el canciller Altmaier, el ministro de Economía Gabriel, el ministro de Relaciones Exteriores Steinmeier y el primer ministro bávaro Seehofer, idearon una controvertida solución que jamás llegaron a poner en práctica, pues nadie quería asumir la responsabilidad política que su ejecución hubiese comportado. Los sucesos que tuvieron lugar durante estas nueve semanas de 2015 han continuado influyendo en los procesos políticos en Alemania y Europa hasta nuestros días.





UN PLAN IRRESISTIBLE

Título original: *Irresistible*. [Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada en Estados Unidos el 26 de junio y en España el 21 de agosto en cines. Disponible desde el 11 diciembre en Filmin.

Duración: 102 minutos.

Género: Comedia dramática, política y vida rural (Norteamérica).

Dirección: Jon Stewart.

Guion: Jon Stewart.

Reparto: Steve Carell, Rose Byrne, Mackenzie Davis, Natasha Lyonne, Topher Grace, Will Sasso, Chris Cooper, Debra Messing, Brent Sexton y Eve Gordon.

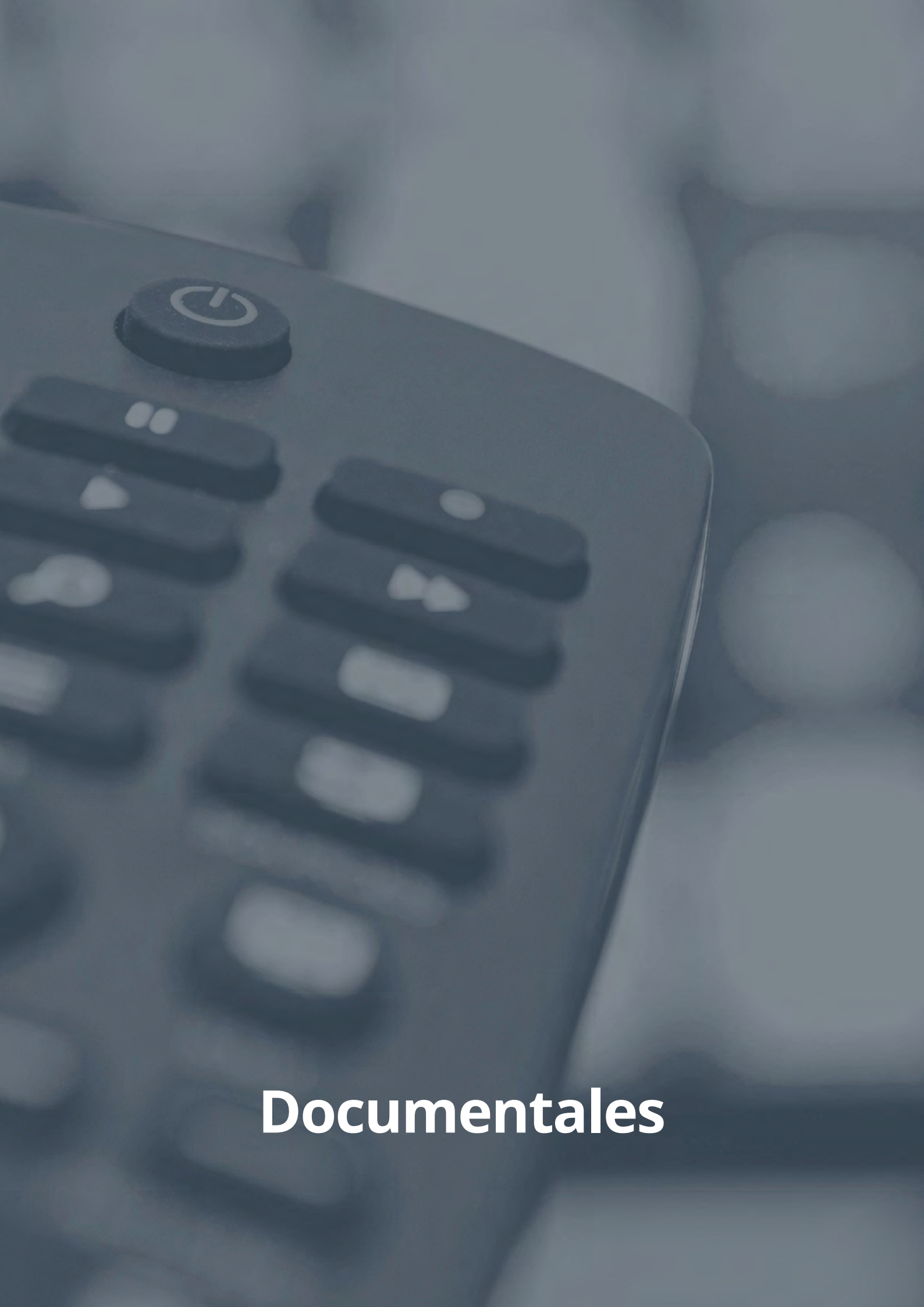
Productora: Plan B Entertainment. Distribuida por Focus Features.

Calificación: 6,2 (IMDb).

Gary Zimmer es un conocido asesor político que busca su reto más difícil: conseguir que un veterano demócrata retirado gane en un pequeño pueblo del medio oeste americano que suele votar siempre a los republicanos. Sin embargo, no lo tendrá nada fácil ya que su homóloga en el partido republicano hará todo lo posible para salir vencedora.

A pesar de no ser una película basada en hechos reales, sí que está inspirada en la elección especial para elegir al congresista del sexto distrito de Georgia en 2017. En esos comicios los partidos demócratas y republicanos llegaron a gastar una suma de 55 millones de dólares en campaña.

Esta comedia está dirigida y escrita por el polifacético Jon Stewart, conocido presentador que dirigió durante más de 15 años la premiada *The Daily Show*, ganadora de varios Emmys en la categoría de Mejor Guion y Mejor Serie de Comedia. El elenco de artistas lo lidera el experimentado actor Steve Carell ganador al Mejor Actor de un Globo de Oro por la serie *The office* y nominado en otras comedias como *La gran apuesta* o *Foxcatcher*.



Documentales



537 VOTOS

Título original: 537 Votes. [Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Disponible desde el 21 de octubre de 2020 en HBO.

Duración: 109 minutos.

Género: Documental y política.

Dirección: Billy Corben.

Productora: HBO Documentary Films, Hyperobject Industries, Rakontur. Distribuida por HBO.

Calificación: 7,2 (IMDb).

A principios del 2000, la batalla internacional por la custodia del niño cubano Elián González desencadenó un terremoto político en el estado de Florida, que finalmente influyó en el resultado de las elecciones presidenciales. Con la población cubanoamericana de Miami, en gran parte conservadora, indignada por el manejo de la administración Clinton de la repatriación de González, muchos pidieron el voto de castigo para dañar las posibilidades del vicepresidente Al Gore en las urnas.

Después del día de las elecciones, con el margen de la victoria dependiente de Florida, donde los 29 votos electorales del estado decidirían al próximo presidente de los Estados Unidos, ambos candidatos se lanzaron al riguroso escrutinio de 10.750 papeletas de "no voto" en 36 días de maniobras legales, contrademandas, apelaciones por ambos lados y protestas públicas. Finalmente, la Corte Suprema de Estados Unidos, con mayoría conservadora, dictaminó detener los recuentos manuales, otorgando así la presidencia a George W. Bush el 12 de diciembre de 2000, por tan solo 537 votos.

Con humor, entusiasmo y nuevos enfoques, este documental expone a los actores clave que contribuyeron al caos en el disputado condado de Florida, presentando entrevistas y material de archivo de personas con información privilegiada y agentes políticos de la época. Sin duda alguna, un documental que previó lo reñidas que estarían las actuales elecciones para atraer interés a los hechos de hace justo dos décadas.



BOYS STATE

Título original: *Boys State*. [Página web](#).

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada mundialmente en Apple TV+ el 14 de agosto de 2020.

Duración: 109 minutos.

Género: Documental y política.

Dirección: Amanda McBaine y Jesse Moss.

Productora: Concordia Studio. Emitida por Apple TV+.

Calificación: 7,7 (IMDb).

El campamento *Boys/Girls State*, tal y como se titula este documental, existe desde 1935. Dirigido por La Legión Estadounidense, reúne a estudiantes de secundaria de todo el país que son aceptados en este programa (aunque en este caso son todos chicos). Al entrar se dividen en dos partidos políticos: nacionalistas y liberales y pelean realizando campañas políticas para alcanzar diferentes puestos como el de gobernador. Son muchas las personalidades que han pasado por este programa, como por ejemplo Bill Clinton, presidente de EE.UU entre 1993 y 2001.

En todo este transcurso se puede ver la complejidad que puede llegar a ser el crear una forma de Gobierno, la dificultad de organizar a todos los partidos o lo más importante, conseguir el consenso.

Este documental está enfocado a un público que ame el debate y sepa más o menos como funciona un sistema político y una campaña electoral. Se debe entender que están realizando una simulación que es demasiado real que es lo que trata este programa. El documental en sí traslada a la perfección todos los momentos de tensión que pueden existir y muestra lo complejo que puede llegar a ser ganar unas elecciones en EE.UU.





POSVERDAD: LA DESINFORMACIÓN Y EL COSTE DE LAS FAKE NEWS

Título original: *After Truth: Disinformation and the cost of Fake News*. [Página web](#).

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada en España el 20 de marzo en HBO.

Duración: 95 minutos.

Género: Documental, periodismo y política.

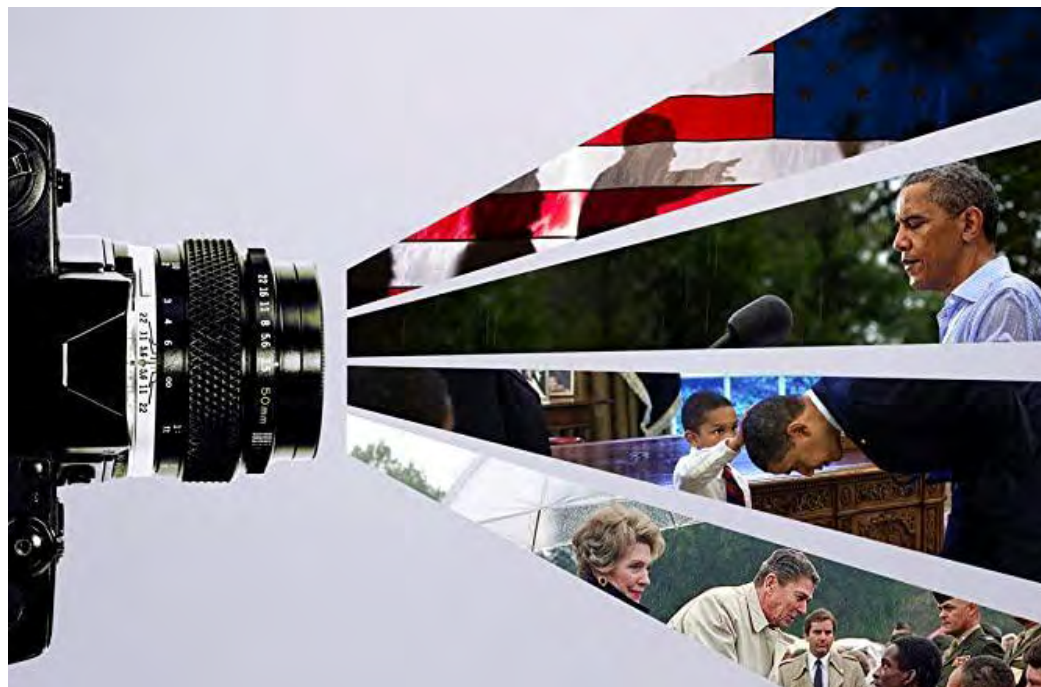
Dirección: Andrew Rossi.

Productora: Distribuida por HBO.

Calificación: 7,0 (IMDb).

El experimentado documentalista Andrew Rossi (*Page One, un año en The New York Times*) analiza el creciente problema de las noticias falsas en la era de las redes sociales en Estados Unidos y el impacto que tienen la desinformación y las teorías conspirativas en la política y la vida de los ciudadanos. Pero habla sobre todo de posverdad, que es el clima donde echan raíces los bulos, la difamación y las conspiraciones.

El documental comienza con el llamado 'Pizzagate', el espeluznante caso de una popular pizzería que ocultaba una red de pederastia. Una historia aterradora... y absolutamente falsa. Un cuento chino que casi acaba con la vida de los dueños. A partir de este suceso, el documental va explicando la forma en la que se crean muchos de estos bulos, la motivación política o económica y la importancia de la tecnología para difundirlos. Rossi se centra especialmente en los bulos políticos y, aunque hay de los dos bandos –republicanos y demócratas–, la balanza cae claramente en contra del entorno Trump.



THE WAY I SEE IT

Título original: *The Way I See It*. [Página web.](#) [Página web.](#)

País: Estados Unidos.

Año: Estrenada en octubre de 2020, en España se puede ver a través de Amazon Prime Video.

Duración: 100 minutos.

Género: Documental, fotografía y política.

Dirección: Dawn Porter.

Productora: ACE Content, Jaywalker Pictures, Focus Features, MSNBC Films, Platform One Media, Trilogy Films. Distribuida por Focus Features.

Calificación: 8,5 (IMDb).

Durante las décadas que pasó trabajando en la Casa Blanca, desde una posición altamente privilegiada, el fotógrafo Pete Souza entendió muy bien una simple regla: guardarse sus opiniones. Sin importar lo que debía documentar o los acuerdos que debía presenciar, Souza se limitaba a capturar el momento, muchos de los cuales se volvieron emblemáticos e históricos. Sin embargo, con la llegada de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos, Souza no pudo reprimirse más y se sorprendió a sí mismo cuando se convirtió en una estrella de las redes sociales, publicando fotos que mostraban el contraste de la administración de Barack Obama con la actual en innumerables temas, incluyendo la atención médica, el control de armas, el cambio climático, la igualdad de género y el racismo.

Con este documental, la cineasta Dawn Porter sigue la historia de Souza, durante sus periodos laborales en la Casa Blanca, en las administraciones de Ronald Reagan y Barack Obama, para tratar de retratar el lugar donde el país norteamericano se encuentra en la actualidad.





YENDO CON TODO: LA LUCHA POR LA DEMOCRACIA

Título original: *All In: The Fight for Democracy*. [Página web](#).

País: Estados Unidos.

Año: Disponible en España desde el 18 de septiembre a través de Amazon Prime Video.

Duración: 102 minutos.

Género: Documental, política y drama.

Dirección: Lisa Cortes y Liz Garbus.

Guión: Jack Youngelson.

Productora: Story Syndicate. Distribuida por Amazon Studios.

Calificación: 6,3 (IMDb).

El estreno de este documental, como tantos otros en este año electoral en Estados Unidos, busca la oportunidad, tanto de tener más audiencia como concienciar, de convertirse en un altavoz de una de las aristas menos conocidas del maltrato institucional que sufren los afroamericanos en Estados Unidos desde hace más de un siglo y medio. Bajo la consigna *Black Lives Matter*, este documental echa más combustible, visibilizando una de las tantas costumbres que contradicen el espíritu democrático invocado constantemente desde la Casa Blanca. Porque en EE.UU no es obligatorio votar y para hacerlo es necesario anotarse en el padrón; lo que no se sabe es que para inscribirse existe una variedad de requisitos que muchos, ni aunque quieran, pueden cumplir.

El documental va y viene entre el pasado y el presente, deteniéndose en distintas situaciones que ilustran el menosprecio electoral hacia los afroamericanos en particular y todas las minorías en general. Se trata, sin duda, de uno de los documentales más completos y amplios sobre el voto de los emitidos últimamente. Una obra emocionante, bien elaborada y educativa.

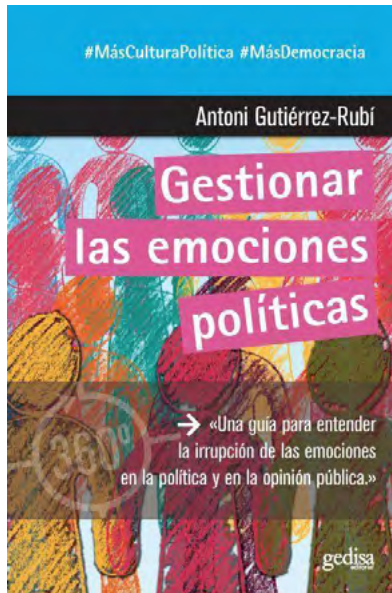


Reseñas del año

**EDUARDO CASTILLO**

@NassinCastillo

Sociólogo. Consultor Político



GESTIONAR LAS EMOCIONES POLÍTICAS

Autor: Antoni Gutiérrez-Rubí

Editorial: Gedisa

Páginas: 128

El nombre de Antoni Gutiérrez-Rubí se halla entre los consultores internacionales más reputados. Con su trabajo, que va entre lo académico y lo práctico, suma años de éxitos editoriales y políticos. Ha sido visionario en lo referente a los cambios de nuestras sociedades, en la importancia de lo emocional, y cómo estos cambios tenían relación profunda con el impacto de las nuevas tecnologías en la realidad. Por ello, ha predicado por mucho tiempo la importancia de adaptarnos a las nuevas tecnologías. Pero en esta oportunidad, el enfoque regresa hacia lo más elemental: las emociones. Pocas cosas son tan determinantes para el éxito político como el manejo emocional. Las campañas electorales son procesos más o menos coordinados, para aprovechar o generar sentimientos favorables a nuestro proyecto y contrarios a los rivales.



UNA TEORÍA DE LA DEMOCRACIA COMPLEJA

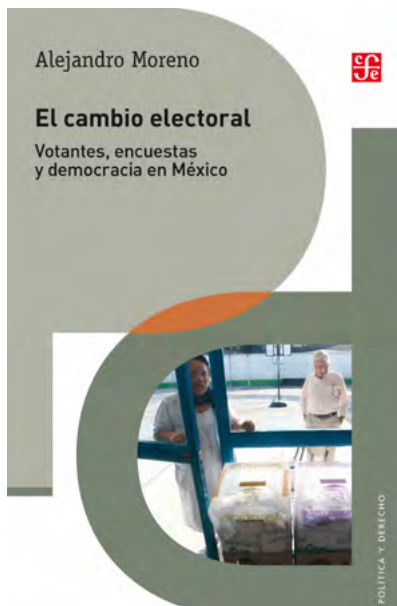
Autor: Daniel Innerarity

Editorial: Galaxia Gutenberg

Páginas: 448

Daniel Innerarity se acostumbró a generar inquietudes constantemente. En sus libros, plantea desafíos al pensamiento establecido, a las formas aparentemente naturales que tenemos para aproximarnos a los fenómenos sociales. Es precisamente esa familiaridad con los preceptos antiguos, lo que genera el afán del autor. Nos acostumbramos a utilizar conceptos y asociar ideas de una forma que fue creada hace demasiados años. Nuestra forma de entender la democracia parece haber quedado oxidada. Por ello, no deben sorprender esos sobresaltos frecuentes con los fenómenos democráticos de hoy. Nuestras democracias se han complejizado, a fin de cuentas, responden a las sociedades cada vez más complejas y cambiantes. Innerarity plantea dejar atrás la simplicidad del pensamiento tradicional, es imposible comprender a cabalidad nuestra actualidad, sin generar las interpretaciones acordes a lo que vivimos. No se trata de renunciar a ideas y conceptos. De lo que se trata, y nos propone el autor, es entender que la nueva normalidad es la complejidad.

▼



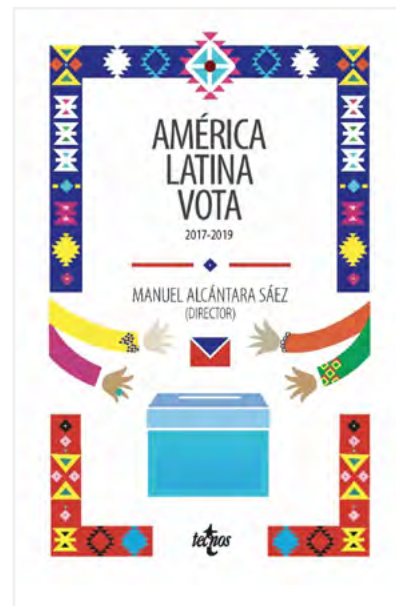
EL CAMBIO ELECTORAL

Autor: Alejandro Moreno

Editorial: Fondo de Cultura
Económica

Páginas: 259

México es uno de los países más interesantes para la demoscopia. Con más de 100 millones de habitantes, los rasgos culturales de cada lugar nos hablan de una diversidad en la unidad. Pero así como hay diferencias enriquecedoras, existen comportamientos que permiten entender a los mexicanos. Alejandro Moreno intenta rastrear el comportamiento de la ciudadanía mexicana al momento de elegir. Lo hace, analizando resultados electorales, encuestas y herramientas teóricas de distintas disciplinas científicas. Así, da cuenta de cómo fue la evolución, pero también de los grandes momentos y hechos que transformaron la forma de hacer política. El México electoral y sociológico se abre a los ojos del lector, al menos a partir de 1988, año en el que resultó electo Carlos Salinas de Gortari, presidente decisivo en muchos aspectos para el país de hoy. Para entender un país tan grande, tan diverso, y siempre cambiante, los últimos 22 años son imprescindibles. Esta es una radiografía de él.



AMÉRICA LATINA VOTA

Autores: Varios autores

Editorial: Tecnos
Páginas: 400

Manuel Alcántara es uno de los mayores especialistas en temas latinoamericanos. Con la publicación de América Latina Vota, viene junto a un equipo de expertos a descifrar las claves del ciclo electoral comprendido entre 2017 y 2019, en el que 15 países de la región llevaron a cabo ejercicios democráticos que hace algunas décadas habrían sido impensables. Esto nos habla de los enormes avances que los procesos de democratización reportan. No quiere decir que la democracia esté plenamente consolidada, como sugieren algunas prácticas que perduran, pero sí que la apertura democrática ha sido positiva para garantizar derechos básicos. Sin embargo, no todo son luces. La ola de protestas vividas en varios de los países son síntomas claros de cierto agotamiento de los ciudadanos con la situación de crisis y falta de institucionalidad que aún perdura. Este libro viene a dar una explicación a lo que puede estar sucediendo y qué nos puede deparar la década que recién inicia.



V



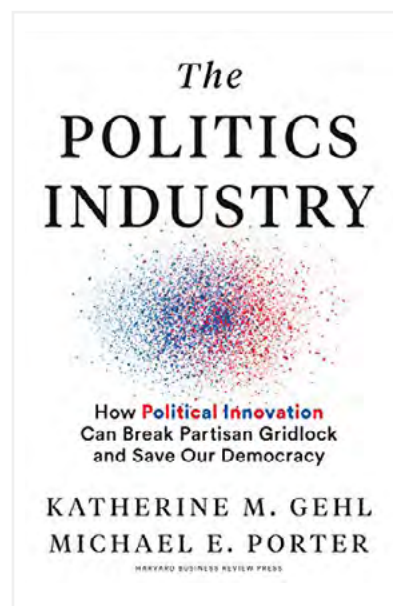
LA ¿NUEVA? ESTRUCTURA SOCIAL DE AMÉRICA LATINA

Autores: Gabriela Benza y Gabriel Kessler

Editorial: Siglo XXI

Páginas: 143

Es bien conocido que América Latina vivió, a partir del año 1998, el inicio de un ciclo regional único, en el que predominaron Gobiernos de izquierda que enarbolaron las ideas de un cambio profundo y el protagonismo de los desplazados. Para nadie es un secreto que la desigualdad es el tema de moda. Todo país alega que sufre de algún tipo de desigualdad, otros que las desigualdades que sufren en él son intolerables, y algunos, que no hay problemas tan graves como los propios. Pero nadie puede negar que en Latinoamérica estamos ante un asunto demasiado familiar. Durante décadas se ha impulsado la idea de que la desigualdad social es la causa de los enormes problemas regionales. Sin duda, este libro es un viaje por los mitos y realidades de la región.



THE POLITICS INDUSTRY

Autores: Katherine Gehl y Michael Porter

Editorial: Harvard Business Review Press

Páginas: 272

Las condiciones en las que se encuentra la república norteamericana distan mucho de la imagen idílica con la que se le asoció por décadas. La tierra de referencia en temas políticos se ha convertido en un pantano de lucha sin cuartel entre los partidos. Los medios de comunicación de masas hacen parte de ese enfrentamiento, dejando a los ciudadanos totalmente desprovistos de poder formal. Por ello, Gehl y Porter suman esfuerzos para intentar encontrar una salida. El sistema político norteamericano se convirtió en el duopolio de un binomio partidista que hace tiempo ha dejado de trabajar por los intereses de la gente, para dedicarse a la protección de los propios. Los autores dedican su análisis a profundizar en las causas de la situación actual, para luego pasar al terreno de la propuesta en dos áreas que consideran decisivas para la transformación: cómo se elaboran las leyes y cómo son electos los representantes públicos.

▼



COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

**Autores: Varios autores
(Antoni Gutiérrez-Rubí y
Carles Pont Sorribes, coord.)**

Editorial: Ideograma-UPF

Páginas: 168

El 2020 llegó con un desafío histórico que echó por tierra muchas de las garantías y avances que la humanidad había logrado. Coronavirus o COVID-19 puede que sean las palabras más utilizadas del año. Seguramente es la más conocida (y decisiva) de los primeros seis meses, y todo parece indicar que esto continuará en la primera mitad del 2021. Un virus de origen oriental ha puesto en jaque a casi todos los Gobiernos del mundo. Anteriormente, habíamos enfrentado enfermedades, pero para hallar un caso similar de pandemia tenemos que retrotraernos a la 'gripe española' de principios de siglo XX, que dejó millones de muertos en todo el mundo. Por fortuna, ni las condiciones ni nuestras sociedades se hallan en el mismo nivel de vulnerabilidad, lo que no exime de fallos de gestión y comunicación en la actualidad.



JUGARSE LA PIEL

Autor: Nassim Nicholas Taleb

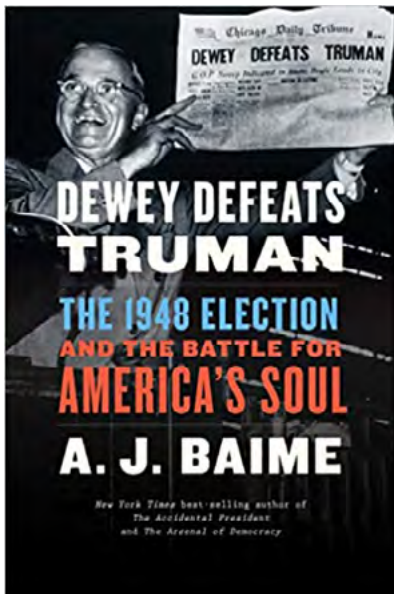
Editorial: Paidós Ibérica

Páginas: 392

El azar y lo desconocido constituyen elementos inherentes a la obra de Taleb. Desde su archiconocido *Cisne negro*, que vino a romper con las certezas que en ciencias sociales (y algunas más exactas) se tenían por evidentes, este autor invierte grandes cantidades de tiempo en construir para el lector una experiencia constructiva. En esta oportunidad, con *Jugarse la piel*, Taleb nos invita a reconsiderar las nociones básicas, que dan sentido a nuestra cotidianidad y pueden ser detonantes de nuestras acciones. Para Nassim Nicholas Taleb, el riesgo que conllevan, así como la capacidad de asumir la responsabilidad acompañante del intento, son los elementos de la grandeza universal. Toda empresa, sea económica, cultural o política, implica un riesgo. Asumir precisamente ese riesgo, aprovechando asimetrías, apostándolo todo para obtener una mejora. Se trata de una actitud muy asociada a la guerra tradicional, y al mundo de los negocios, pero en esta obra, Taleb nos muestra que va más allá.



V



DEWEY DEFEATS TRUMAN

Autor: A. J. Baime

Editorial: Houghton Mifflin Harcourt

Páginas: 432

Racismo, protestas, división política, problemas internacionales. Ese panorama que nos suena a 2020, realmente corresponde a 1948. Ese año se produce una de las elecciones más importantes de la historia norteamericana. Thomas Dewey, republicano, se enfrentó a Harry Truman, demócrata y presidente desde la muerte de F. D. Roosevelt. Contrario a lo que se esperaba, Truman prevalece. Pero esta elección no solo cobra importancia por lo inusitado que resultaba el desenlace. A. J. Baime nos lleva a lo que fue la batalla por el alma de un país llamado a liderar el mundo. Pocos meses antes de la elección, Truman sentó las bases del nuevo orden mundial. No solo se garantizó el protagonismo norteamericano, sino que se aprobó el Plan Marshall, se apoyó la creación del Estado de Israel y se definió la Guerra Fría. Truman enamoró a Estados Unidos, y el país le mantuvo en la presidencia por ello.



RABIA

Autor: Bob Woodward

Editorial: Roca Editorial

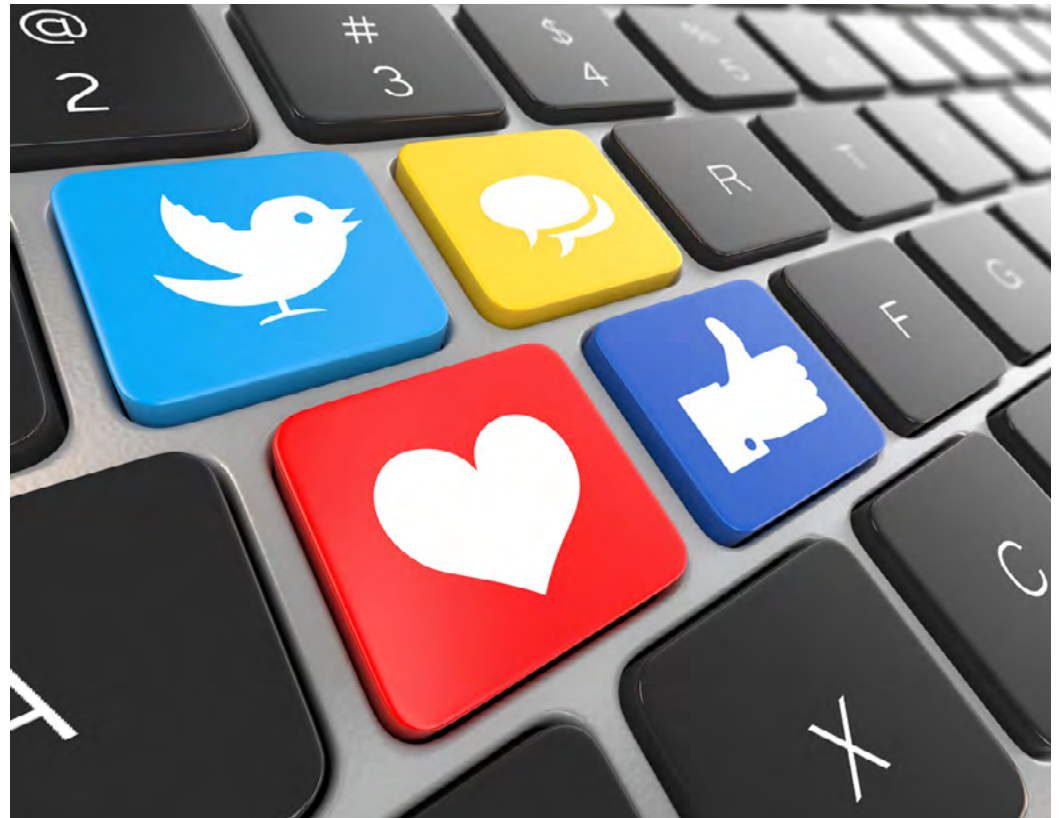
Páginas: 484

El asunto político internacional del otoño han sido los comicios norteamericanos. La elección, en plena segunda ola mundial del coronavirus ha resultado ser una batalla campal entre dos formas radicalmente distintas de hacer (y entender la política). Bob Woodward, periodista de The Washington Post nos presenta su nuevo libro *Rabia*. En él nos lleva a la mente acciones de los últimos meses de la administración Trump. Woodward cuenta que sus entrevistas con el presidente norteamericano le permitieron desarrollar una visión clara del personaje. 17 entrevistas en las que Trump mostró todos los registros que le hacen ser un presidente tan peculiar, que no deja indiferente en cada intervención. ✘



Social media

El año en redes sociales



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986
Consultor en
comunicación política e
institucional

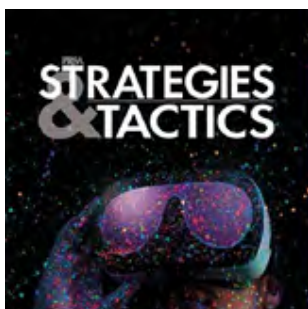
El 2020 ha estado marcado por la pandemia mundial de la #COVID-19. Sin duda, esta situación extraordinaria ha hecho que vivamos el año el año más *social media* de toda la historia. Líderes políticos, partidos e instituciones han podido transmitir sus mensajes a través de las redes sociales en un año marcado por la necesaria distancia social.

En las siguientes páginas vamos a destacar lo mejor del 2020 en redes sociales y las cuentas recomendadas para el 2021.

En primer lugar, como viene siendo habitual en este especial de #LaRevistaDeACOP, destacaremos las cuentas recomendadas en Twitter para 2021.

Debido a la pandemia mundial el año 2020 nos ha ofrecido decenas de momentos que pasarán a la historia. Muchos de esos instantes han sido recogidos por sus propios protagonistas a través de sus perfiles de Instagram. Desde el álbum de Instagram hemos seleccionado 8 instantáneas que podrían resumir estos doce meses en imágenes.

Finalmente, también hemos seleccionado 8 canales de YouTube para seguir en 2021. Un año que estará marcado por la inclusión de nuevos canales en #ComPol. Seguirán aumentando los políticos que apuesten por Tik Tok, para llegar a un público más joven. Otro red para explorar y explotar por su potencial es Twitch, ¿se atreverán? La respuesta, en unos meses... ▽



Twitter

1. @PRSATACTICS

S [trategies & Tactics](#) es la publicación mensual de la Sociedad de Relaciones Públicas de América (PRSA). Tiene como objetivo proporcionar un aprendizaje permanente a los profesionales de las relaciones públicas y de la comunicación para mejorar sus habilidades laborales y avanzar en su carrera profesional.

2. @IWPRESEARCH

E l [Instituto para la Investigación de Políticas de la Mujer](#) (IWPR) es una organización no partidista y sin ánimo de lucro que se dedica a la investigación y la difusión para dar forma a las políticas públicas y mejorar las vidas y oportunidades de las mujeres de diversos orígenes.

3. @NANISIMO

S i quieres estar informado de todo lo relacionado con la política de los EEUU tienes que seguir la cuenta del joven periodista [Emilio Domènech](#). Su excelente y amena cobertura multicanal de las elecciones presidenciales del pasado noviembre consiguió que alcanzará los más de 100.000 seguidores en Twitter. Sigue su cuenta y empezará a ser un *maricoper* más. ¡Estamos!

4. @FOREIGNPOLICY

F [oreign Policy](#) es una de las más importantes revistas de política global, economía, e ideas. Si te inquieta lo que está pasando en el mundo y quieres que te lo expliquen de forma clara e intuitiva tienes que seguir su cuenta de Twitter y visitar su web.



▼

5. @DESCIFRAGUERRA

D [escifrando la Guerra](#) es un portal dedicado al seguimiento y análisis de la política internacional. Podéis encontrar información sobre elecciones, conflictos, disputas comerciales, movimientos de protesta y otros acontecimientos clave en el mundo.

6. @ELELECTORAL

E [l Electoral](#) es una plataforma donde podrás encontrar encuestas electorales nacionales e internacionales, así como seguir los resultados electorales de países de todo el mundo. Si quieres estar al día de los diferentes sondeos electorales no les dejes de seguir.

7. @TECNOPOLITICA_

T [ecnopolítica](#) es una red de personas y colectivos y un ateneo tecnopolítico que tiene como objetivo ser un lugar de colaboración e intercambio de conocimientos y prácticas sobre tecnología, política y sociedad desde una perspectiva situada, experimental y transdisciplinar.

8. @ACREDITRA

A [creditra](#) es la Asociación Española de Profesionales e Investigadores de la Transparencia. La organización tiene como finalidad promover la transparencia, el Gobierno abierto y el buen Gobierno como elementos interrelacionados que se retroalimentan entre sí y que pueden redundar en una mejora de la gestión de las organizaciones públicas y privadas.





Instagram



1. @joebiden

Joe Biden, nuevo presidente electo de los Estados Unidos, tiene cómo reto coser las heridas provocadas por la Administración Trump e intentar unir a una sociedad totalmente polarizada. A nivel internacional, se espera que EEUU vuelva a la vía del multilateralismo.



2. @bundeskanzlerin

Angela Merkel, anunció que este mandato que acaba en 2021 iba a ser su último como canciller alemana. Sin duda, nadie puede dudar de su liderazgo en Europa. ¿Quién será su substitut@? En unos meses la respuesta.



3. @sannamarin

Sanna Marin, primera ministra finlandesa, se convirtió hace un año en la persona más joven del mundo en el cargo con tan solo 34 años.



4. @giuseppeconte_ufficiale

Giuseppe Conte, primer ministro italiano, ha sabido aprovechar la crisis ocasionada por la COVID-19 para destacar como líder en el país transalpino. Su imagen sería contrasta con la del líder populista Matteo Salvini. Parece que el *premier* tiene más fácil agotar su mandato, aunque en Italia estabilidad y política son dos términos que se anteponen. ▶



▽



5. @jacindaardern

Otra de las protagonistas durante el año 2020 ha sido la Primera Ministra de Nueva Zelanda y líder del partido laborista neozelandés. Jacinda Ardern se ha convertido en la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19 en un ejemplo de liderazgo a nivel mundial.



6. @luchoxbolivia

Luis Arce se convirtió el pasado mes de noviembre en el nuevo presidente del Estado Plurinacional de Bolivia. Arce, que se presentaba por el partido del ex presidente Evo Morales, ganó las elecciones con el 55% de los votos de la primera vuelta.



7. @aoc

Alexandria Ocasio-Cortez, también conocida en redes sociales como AOC, es miembro de la Cámara de Representantes de EE.UU por el distrito de Nueva York y ha sido una de las sorpresas este año 2020 por su forma de hacer política y de comunicar en los diferentes canales sociales. Podemos destacar la retransmisión ante más de 400.000 espectadores de su partida al Among Us en Twitch.



8. @realdonaldtrump

Donald Trump ha sido uno de los protagonistas del año 2020 por su gestión en la crisis de la COVID-19 y por su derrota en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos. Sin duda, en esta sección lo echaremos de menos. Aunque amenaza con volver...

▷



Youtube



1. ACOP

Durante el año 2020, la **Asociación de Comunicación Política (ACOP)** ha celebrado interesantes debates virtuales acerca de las elecciones celebradas, sobre la consultoría de asuntos públicos, el liderazgo política, etc. Puedes recuperar las sesiones [en nuestro canal de YouTube](#).

2. TED EN ESPAÑOL

TED en Español es una iniciativa de TED diseñada para desarrollar contenido y comunidad en el mundo de habla hispana. TED es una organización sin fines de lucro dedicada a las ideas que valen la pena difundir.



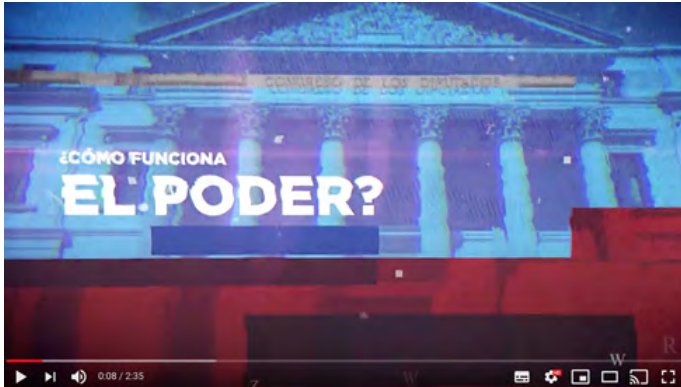
3. SOLO EN AMÉRICA

Si os interesa la política de Estados Unidos os recomendamos esta serie de videos de Newtral. El periodista Emilio Domènech nos explica lo que pasa **#SoloenAmérica**, la última hora de la actualidad política y de la administración Trump.

4. ENGLISH SPEECH

Si estás aprendiendo inglés y te apasiona la **#ComPol** este es tu canal. Mejora tu comprensión lectora y auditiva con los mejores discursos de los líderes políticos y sociales de los Estados Unidos de América. Y para ti, ¿cuál es el mejor discurso?





5. ES.POLÍTICA

En el canal de **Es.Política** puedes encontrar un análisis particular de la política en España en múltiples formatos: análisis de discursos políticos, análisis de estrategia política de todos los partidos políticos españoles, y análisis político de noticias complejas con múltiples fuentes.

6. HABLEMOS DE POLÍTICA

Otros de los canales recomendados es **HDP - Hablemos De Política**. Se trata de un podcast de emisión semanal donde en cada vídeo se entrevista a un experto sobre temas relacionados con la política, principalmente en los Estados Unidos.

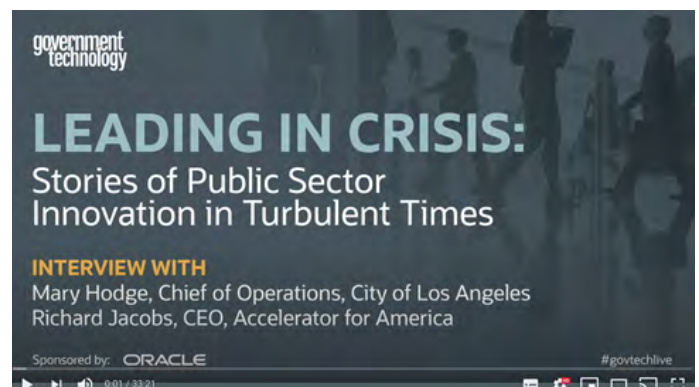


7. ONU WOMEN

Otros de los canales recomendados es **ONU Mujeres**, la agencia de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. ONU Mujeres promueve la adopción de nuevas leyes y la introducción de reformas constitucionales para garantizar un acceso equitativo de las mujeres a las esferas políticas como votantes, candidatas, representantes electas y funcionarias públicas.

8. GOVERNMENT TECHNOLOGY

Si te interesan la tecnología aplicada al sector público, *Green IT*, tecnologías emergentes, etc. Te recomendamos que te subscribas al canal de **Government Technology**.





El 2020
en fotos



ALEJANDRA ARTERO

@Alejandrartero8



Fuente: Instagram

ENERO

“POR LA RAZÓN O LA FUERZA”

Danza en la urbe era un proyecto de fotografía que tenía por objetivo mostrar a talentos del baile interactuando con la ciudad de Santiago de Chile. En ese marco, se tomó esta imagen, en la que una bailarina ondea la bandera del país delante de vehículos militares apostados en medio de la ciudad. 'Sin quererlo' esta fotografía se convirtió en el símbolo de la lucha por las exigencias de los chilenos que se tradujeron en meses de protestas y tensión, siempre bajo el lema de su nación, “por la razón o la fuerza”.



Fuente: Twitter

FEBRERO

LAS PRIMERAS VECES

Pedro Sánchez, actual presidente del Gobierno de España, accedió al cargo con el resultado más ajustado de la historia de la democracia en la votación de su sesión de investidura. Aun así, su nombramiento puso fin a 10 meses de Gobierno en funciones y clima de incertidumbre para los españoles.

El nuevo ejecutivo marcó una nueva era: por primera vez, el país contaría con un Gobierno en coalición (PSOE y Unidas Podemos) y, además, con la figura de la vicepresidencia dividida en cuatro cargos (política, sociedad, economía y transición ecológica).

La fotografía muestra al recién investido presidente con los periodistas que cubrían la investidura. Quién le iba a decir entonces lo que le depararía el cargo. ▶



Fuente: Bogdan Cristel para Agencia EFE

MARZO

¿A LA TERCERA VA LA VENCIDA?

Ludovic Orban (Partido Nacional Liberal) llegó al cargo de primer ministro de Rumania en noviembre de 2019. Tan solo tres meses después, Orban fue destituido a través de una moción de censura. Era la tercera en cuatro meses y acentuaba el panorama de incertidumbre política en el que estaban sumidos los rumanos.

Klaus Iohannis, el presidente del país, era el encargado entonces de proponer candidatos al Parlamento que, después, se encargaría de votarlos. Iohannis postuló de vuelta a Orban, pues pretendía que siguiera con su 'agenda reformadora'.

El representante del Partido Nacional Liberal ocupa el cargo desde entonces y pretende mantenerlo después de las elecciones nacionales que se celebran este mes de diciembre.



Fuente: Embajada de China en España

ABRIL

#TODOIRÁBIEN

El mundo tal y como lo conocíamos había desaparecido. Esta imagen, que aún nos estremece, marcaba el principio del fin de una pesadilla digna de película de terror. Fue la última noche que uno de los hospitales construidos en China con motivo de la pandemia del coronavirus atendió a enfermos. Uno de los médicos que había trabajado en el centro 'descansa' sobre una cama ya desvestida.

Entonces, la fotografía fue una bocanada de esperanza para el resto del mundo, que veía al virus expandirse por sus poblaciones sin control. Hoy, un año después de que el virus fuese detectado por primera vez, el mundo sigue tratando de adaptarse a esta 'nueva normalidad' que nos llegó sin darnos cuenta, esperando que pronto las noticias de una vacuna definitiva que se lleve, de una vez por todas, esta pesadilla.



▽



Fuente: Twitter

MAYO

LA INFANCIA PREGUNTA

El coronavirus fue capaz de poner de acuerdo a todos los líderes del mundo. Todos nuestros presidentes, primeros ministros, jefes de Estado y sucedáneos comparten, desde que apareció la enfermedad, un objetivo (político) común: tratar de contestar (lo incontestable) a sus ciudadanos. De entre muchas iniciativas que hemos observado estos meses y que tenían por objetivo acercar la política al ciudadano común en una época de crisis sin precedentes, en el mes de mayo destacamos una que tenía por público objetivo a los más pequeños: los niños.

Y es que la primera ministra noruega, Erna Solberg, poco después de que estallase la pandemia, ofreció una rueda de prensa exclusiva para los más pequeños. De manera telemática, respondió sus preguntas e inquietudes (de lo más maduras, por cierto) y les transmitió un mensaje de tranquilidad: “se puede tener un poco de miedo, pero todo va a ir bien”, les dijo.

JUNIO

SEGIS(MUNDO)

Este era el aspecto que presentaba el Teatro Berliner Ensemble de Berlín en el mes de junio, poco antes de volver a recibir público, después de haber estado cerrado varios meses por la pandemia del coronavirus.

La imagen dio la vuelta al mundo y puso a la cultura en el foco de un debate social al que vuelve de tanto en tanto: ¿es, la cultura, tan importante para un país como para destinar recursos a ella en medio de una crisis sanitaria?

Desde entonces, en España, #LaCulturaEsSegura es el *claim* que ha inundado las redes sociales y que busca concienciar a los espectadores de que en los espacios culturales se cumplen todas las normas, y, por tanto, son lugares seguros a los que acudir. ▸



Fuente: Twitter



Fuente: Twitter

JULIO

TRES POR UNO

L el 21 de junio de 2020 el Gobierno central de España tenía previsto dar por concluido el primer estado de alarma mediante el cual había gobernado durante la primera ola de la pandemia. Una de las consecuencias más esperadas de dicho levantamiento, era el libre tránsito entre todas las comunidades que conforman el país.

Unos días antes de tan señalada fecha, fue tomada esta imagen. En ella Revilla y Urkullu, presidentes autonómicos de Cantabria y País Vasco respectivamente, simbolizan la apertura de sus territorios y, por tanto, la posibilidad de sus ciudadanos de moverse libremente entre uno y otro.

Además, con el encuentro, los gobernantes quisieron dar buen ejemplo ciudadano, pues aún con mascarillas y saludándose 'chocando' codos, eligieron el aire libre como el escenario para su cita, para así reducir las posibilidades de contagio.

SEPTIEMBRE

“CONTRA TODOS LOS CANDIDATOS”

Alexander Lukashenko alcanzó por primera vez el máximo poder de Bielorrusia en 1994. En agosto de este año, el 80,23% de los participantes en las elecciones generales del país le abrieron la puerta a su sexto mandato.

A pesar de tan alto porcentaje de votos, para cuando se celebraron los comicios, las calles de Minsk y otras ciudades del país ya se habían llenado de protestas de ciudadanos que denunciaban el veto de Lukashenko a los líderes de los partidos opositores en las listas electorales.

Tras conocerse el resultado de la votación, la violencia en las calles se descontroló y tal fue la presión social sobre el ejecutivo, que el presidente tuvo que recurrir a Vladimir Putin en busca de refuerzo policial.

Aquel 9 de agosto, el 6,02% de los votantes eligió la papeleta “contra todos los candidatos”.



Fuente: Twitter





▽



Fuente: Twitter

OCTUBRE

I HATE POLITICS

Tenía solo 23 años cuando se convirtió en un héroe nacional. Alek Skarlatos, de vacaciones con dos amigos en Europa, redujo a un hombre armado que pretendía abrir fuego en un tren en 2015.

Veterano de guerra y original de Oregón, Skarlatos se ha convertido en candidato político para representar a su región. En 'Burn', el video de presentación de su postulación, el joven justifica su andadura en la vida pública no por vocación, si no como la alternativa a los poderes establecidos que están terminando, según él, con la clase media de su país.

Finalmente, Skarlatos se quedó a tan solo 25.000 votos de su principal rival, Peter DeFazio, representante del distrito 4 de Oregón desde 1987.



Fuente: Twitter

NOVIEMBRE

¿HAY SALIDA?

La última vez que se había celebrado una moción de censura en España, en 2018, esta terminó con el actual presidente del gobierno accediendo a su cargo.

El pasado mes de octubre el partido político VOX, en la oposición, presentó un texto que proponía cesar a Pedro Sánchez de sus funciones como presidente del Gobierno y proponía a Santiago Abascal, principal representante de la formación motivadora, como nuevo candidato al cargo.

La moción, que no prosperó, sirvió para avivar un debate social que se había despertado en los últimos meses: ¿A quién conciernen realmente los asuntos que se debaten en las altas esferas políticas? 🗣️



10 blogs del 2020



10 blogs del 2020



MARINA ISÚN
@marinaisun

Las elecciones americanas han llenado televisiones, radios y periódicos de analistas nacionales e internacionales, expertos en Trump, *Swing States* o sobre la relevancia del voto latino. No podíamos acabar el año sin reconocer el trabajo que han hecho para explicar y descubrirnos todos los detalles de este gran evento político, que marca el rumbo de la agenda política internacional. Aquí van los 10 blogs que han abordado las elecciones americanas 2020 *made in Spain*:



1. ELCANO BLOG

[HTTPS://BLOG.REALINSTITUTOELCANO.ORG/](https://blog.realinstitutoelcano.org/)

El Real Instituto Elcano es un *think tank* de estudios internacionales y estratégicos, realizados desde una perspectiva española, europea y global. Su objetivo, como manifiesta en su web, es fomentar en la sociedad el conocimiento de la realidad internacional y las relaciones exteriores de España. Una de sus caras más visibles es Carlota García Encina, investigadora principal de Estados Unidos y Relaciones Transatlánticas del Real Instituto Elcano, que ha ido diseccionando la política americana en las distintas publicaciones y ha sido una de las voces expertas presentes en estudios y platós.



2. POLITIKON

[HTTPS://POLITIKON.ES/](https://politikon.es/)

Politikon es un blog de referencia en análisis político conocido por todos los amantes y estudiosos de las ciencias políticas y sociales. Nace como el proyecto común de un grupo de académicos y profesionales independientes que se reunieron en 2010 con el fin de promover debates y políticas basados en el conocimiento de las ciencias sociales. Algunos de sus ilustres colaboradores, como son Pablo Simón o Roger Senserrich, han sido invitados indispensables en las mesas de análisis de las pasadas elecciones americanas. En su web se pueden encontrar algunas de las publicaciones más exhaustivas sobre el tema.



▼

3. VOICE OF AMERICA

[HTTPS://WWW.VOANOTICIAS.COM/EEUU-VOTA](https://www.voanoticias.com/EEUU-VOTA)

La Voz de América es la mayor organización internacional de noticias multimedia de EE.UU, que ofrece contenido en más de 45 idiomas para audiencias, sin acceso o con acceso limitado, a una prensa libre. Creada en 1942, VOA está comprometida con una cobertura completa, independiente y veraz y es financiada por los contribuyentes de EE.UU como parte de la Agencia de Estados Unidos para los Medios Globales. En su espacio 'América vota' participan una gran variedad de analistas y periodistas iberoamericanos que valoran la última actualidad referente a los comicios americanos. Uno de ellos es Bricio Segovia, corresponsal en la Casa Blanca. Especializado en política y seguridad internacional, sigue la actualidad del presidente Donald Trump en Washington y en sus viajes oficiales, y ha sido uno de los referentes españoles de primera línea.



4. LOS HILOS DE WASHINGTON

[HTTPS://CUONDA.COM/LOS-HILOS-DE-WASHINGTON](https://cuonda.com/los-hilos-de-washington)

Pero si hemos querido seguir la política americana y sus entresijos al completo, el must de la temporada han sido los hilos de Twitter de Dori Toribio. La actual corresponsal en Washington del grupo Mediaset y del Washington Post cuenta con una dilatada experiencia y conocimientos del funcionamiento de la capital americana. En esta web se encuentran los podcast donde narra las últimas claves sobre las elecciones americanas.



5. XAVIER PEYTIBI

[HTTP://WWW.XAVIERPEYTIBI.COM/](http://www.xavierpeytibi.com/)

El consultor de Ideograma y director de Beers&Politics es otro de los invitados que no pueden faltar al análisis de las elecciones americanas. Entre las publicaciones de este último año encontramos una gran representación de análisis referentes a la política norteamericana y en especial, a la figura de Trump. Resulta muy interesante, el estudio que hace a su figura y cómo aborda el movimiento que le rodea, detallando las principales características de la alt-right americana. La web de Peytibi también es, sin duda, una de las mayores fuentes de curiosidades y entresijos de la historia política americana.

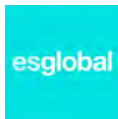


6. ORDEN MUNDIAL

[HTTPS://ELORDENMUNDIAL.COM/](https://elordenmundial.com/)

Otro clásico entre los blogs de análisis político, económico y social es Orden Mundial.

En su web encontraras todo tipo de publicaciones e informes que abordan la actualidad y los últimos conflictos internacionales. Como no podía ser de otra forma, han dedicado sus últimas aportaciones al abordaje de la política americana, desgranando algunas de sus cuestiones más características y claves, como el papel de los *swings states* o ilustrando sobre QAnon. Entre sus filas, cuentan con Fernando Arancón y Blas Moreno, a los que hemos podido ir siguiendo en los distintos espacios políticos.



7. ESGLOBAL

[HTTPS://WWW.ESGLOBAL.ORG/](https://www.esglobal.org/)

Pero si hemos querido seguir la política americana y sus entresijos al completo, el must de la temporada han sido los hilos de Twitter de Dori Toribio. La actual corresponsal en Washington del grupo Mediaset y del Washington Post cuenta con una dilatada experiencia y conocimientos del funcionamiento de la capital americana. En esta web se encuentran los podcast donde narra las últimas claves sobre las elecciones americanas.



9. POLÍTICA EXTERIOR

[HTTPS://WWW.POLITICAEXTERIOR.COM/](https://www.politicaexterior.com/)

Estudios de Política Exterior SA es un grupo editorial privado e independiente fundado en Madrid en 1987. Política Exterior, su publicación de cabecera, lidera desde entonces el análisis internacional en español, a través de voces expertas y plurales de España y del ámbito internacional. En su web se pueden descubrir distintos análisis de ámbito internacional que abordan los principales retos geoestratégicos. Su directora, Aurea Moltó, ha sido una de las especialistas que ha estado presente en los distintos análisis y debates.



8. HISPANIC COUNCIL

[HTTPS://WWW.HISPANICCOUNCIL.ORG/USA-2020/](https://www.hispaniccouncil.org/usa-2020/)

The Hispanic Council es un *think tank* independiente que tiene como misión difundir la herencia cultural hispana de Estados Unidos. Su objetivo es promover las relaciones entre España y EE.UU para lo que cuenta con presencia en Madrid y en Washington. Sus actividades principales son el análisis, la investigación y la divulgación histórica y su cara más visible es Daniel Ureña, expresidente de ACOP y analista habitual de política y sociedad americana. Además, Hispanic Council también coproduce un espacio en cadena SER, *Four more years*, que analizan las elecciones americanas y es el autor de uno de las publicaciones más buscadas este año como es la 'Guía práctica de las elecciones de EE.UU 2020', que podrás encontrar en su web.



10. RTVE

[HTTPS://WWW.RTVE.ES/NOTICIAS/ELECCIONES-ESTADOS-UNIDOS/](https://www.rtve.es/noticias/elecciones-estados-unidos/)

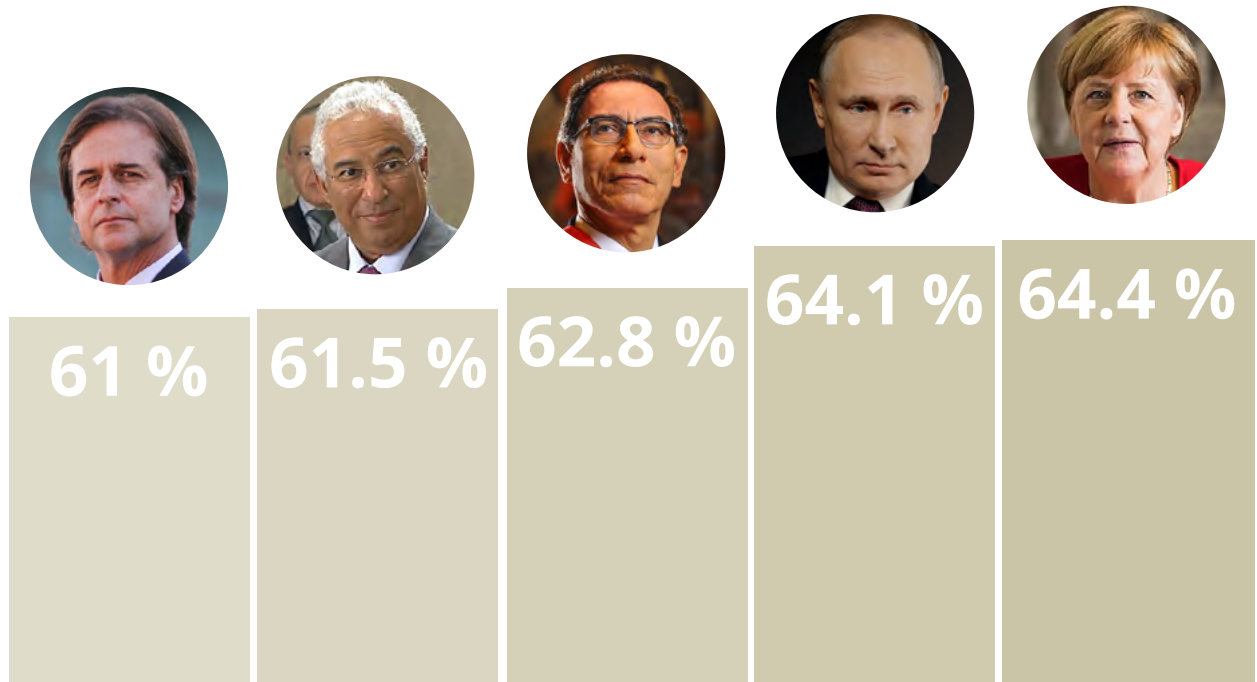
La cobertura que ha hecho RTVE desde sus canales televisivos, así como desde la radio y desde su web sobre las elecciones americanas ha sido excepcional. Conectando desde distintos puntos de los Estados Unidos, con analistas a ambos lados del charco, han hecho de este un ejemplo de cadena pública. En el espacio que dedican en su web se recogen los distintos reportajes, conexiones, análisis y reflexiones sobre el tema contando con especialistas que ejercieron de tertulianos invitados, así como con corresponsales de la casa. Históricos como Lorenzo Milà, Anna Bosch o Carlos Franganillo, o rostros más actuales como Sara Rancaño o Crsitina Olea, participan en ella. [x](#)



Valoración líderes 2020



 **Mejor valorados**
2020



 **Lacalle**
Uruguay

 **Costa**
Portugal

 **Vizcarra***
Perú

 **Putin**
Rusia

 **Merkel**
Alemania

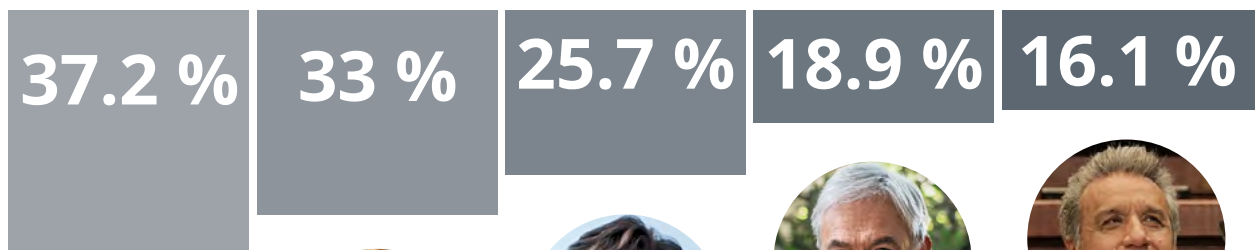
 **Duque**
Colombia

 **Bolsonaro**
Brasil

 **Carrie Lam**
Hong Kong

 **Piñera**
Chile

 **Moreno**
Ecuador



Peor valorados
2020 

* En el cargo hasta noviembre 2020



Calendario electoral 2021



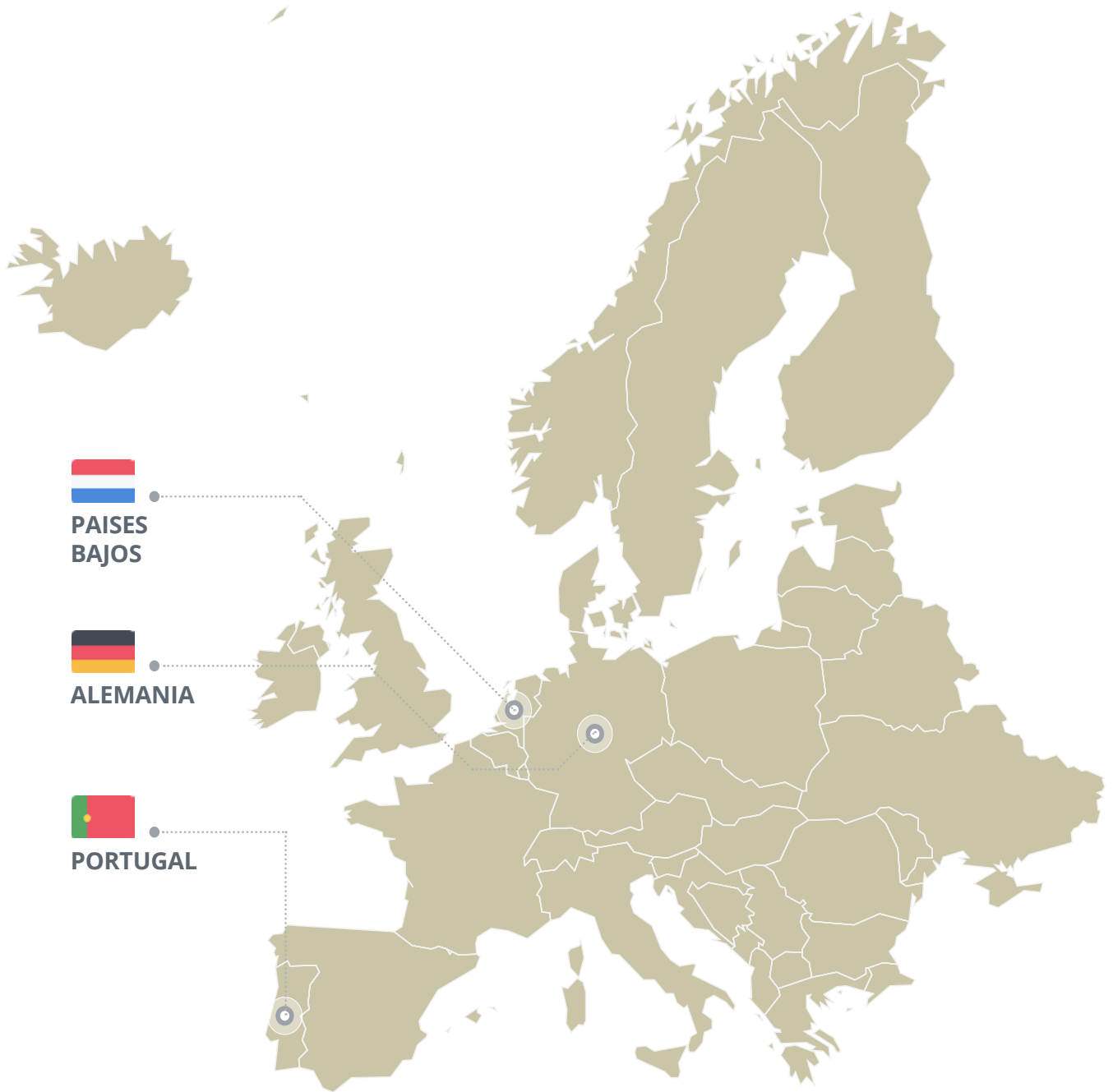
CLAUDIA ORTEGA
@claudia_chvl

El coronavirus ha alterado los planes electorales de muchos países, ciudades o regiones alrededor del mundo y, si la pandemia lo permite, 2021 viene cargado de citas con las urnas. Repasamos algunas de las que reclamarán nuestra atención en los distintos continentes.



EUROPA

Con el Fondo Europeo de Reconstrucción en el centro del debate por el bloqueo de Hungría y Polonia, el viejo continente se adentra en el año del adiós de Angela Merkel de la primera línea política. **Alemania** se enfrenta en otoño a un relevo gubernamental que puede alterar los cimientos de la Unión Europea y que amenaza con poner en jaque su equilibrio en un momento de crisis sanitaria, económica y social y de auge de los populismos. Las elecciones federales para elegir a los 709 diputados y diputadas del Bundestag y al nuevo canciller se celebrarán antes del 24 de octubre con la incógnita de cómo se recompondrá la CDU tras la salida de Merkel y de si emergerá una nueva figura capaz de suplir su liderazgo tanto en Alemania como en la UE. ▶



▼ También se examina de su gestión de la pandemia el primer ministro holandés, Mark Rutte. Su protagonismo durante las negociaciones del fondo de reconstrucción fue un obstáculo en Bruselas, especialmente, para los países del sur de Europa, pero en el suyo, Rutte confía en que esta estrategia surta efecto para frenar a la ultraderecha. **Países Bajos** acude a las urnas en el mes de marzo y, de momento, las encuestas le auguran que conseguirá su objetivo.

Pero el calendario electoral de 2021 lo estrena **Portugal**, que celebra elecciones presidenciales en enero tras cinco años de mandato de Marcelo Rebelo de Sousa con preocupación por la participación, ante el avance del coronavirus en las últimas semanas, y la duda de si el actual presidente volverá a presentarse a los comicios. Si opta finalmente a la reelección, lo hará a sus 72 años y con más de ocho rivales en las urnas. ▼



AMÉRICA

CA la espera de que se consuma el relevo en la Casa Blanca y pendientes de si Donald Trump tiene guardada una última bala para torpedear la llegada de Joe Biden en enero, la atención electoral se traslada hacia el sur del continente. **Perú, Ecuador, Argentina o Chile** tienen este 2021 cita con las urnas.

El 7 de febrero, **Ecuador** celebra elecciones para renovar el Parlamento y la presidencia del país, con récord de candidatos para relevar a Lenin Moreno, 17, y la sombra del expresidente Rafael Correa, valedor de los candidatos de la Unión por la Esperanza (UNES). En frente, Guillermo Lasso y su movimiento CREO y el Partido Social Cristiano. Quien se imponga asumirá el cargo con las manos atadas por las deudas del país y el recién acuerdo firmado con el Fondo Monetario Internacional; un préstamo a diez años de 6.500 millones de dólares que condicionarán la agenda político-económica del país.



▼

Momento decisivo también para **Perú**. Las elecciones presidenciales y parlamentarias del 11 de abril llegan tras un otoño muy convulso, con tres presidentes en menos de una semana y en medio de movilizaciones multitudinarias. Tras la destitución de Martín Vizcarra, el paso efímero por el cargo de Manuel Merino y el fracaso en la elección de Rocío Silva Santiesteban, Perú ha conseguido salvar el bloqueo político de forma provisional. El veterano congresista Francisco Sagasti conducirá estos meses al país a las urnas con la tensión instalada en las calles y la sombra de la corrupción, en el Parlamento.

En la segunda mitad del año, las citas destacadas están en dos países: **Argentina** (24 de octubre) y Chile (21 de noviembre). El primero todavía tiene que definir su agenda legislativa, ya que la duda está en cómo elegirán los partidos a sus candidatos y si se permite o no la celebración de las conocidas como PASO (Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias). El expresidente Mauricio Macri ha asegurado que no será candidato, pero sí dará apoyo al movimiento 'Juntos por el Cambio' frente al Gobierno de Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner.

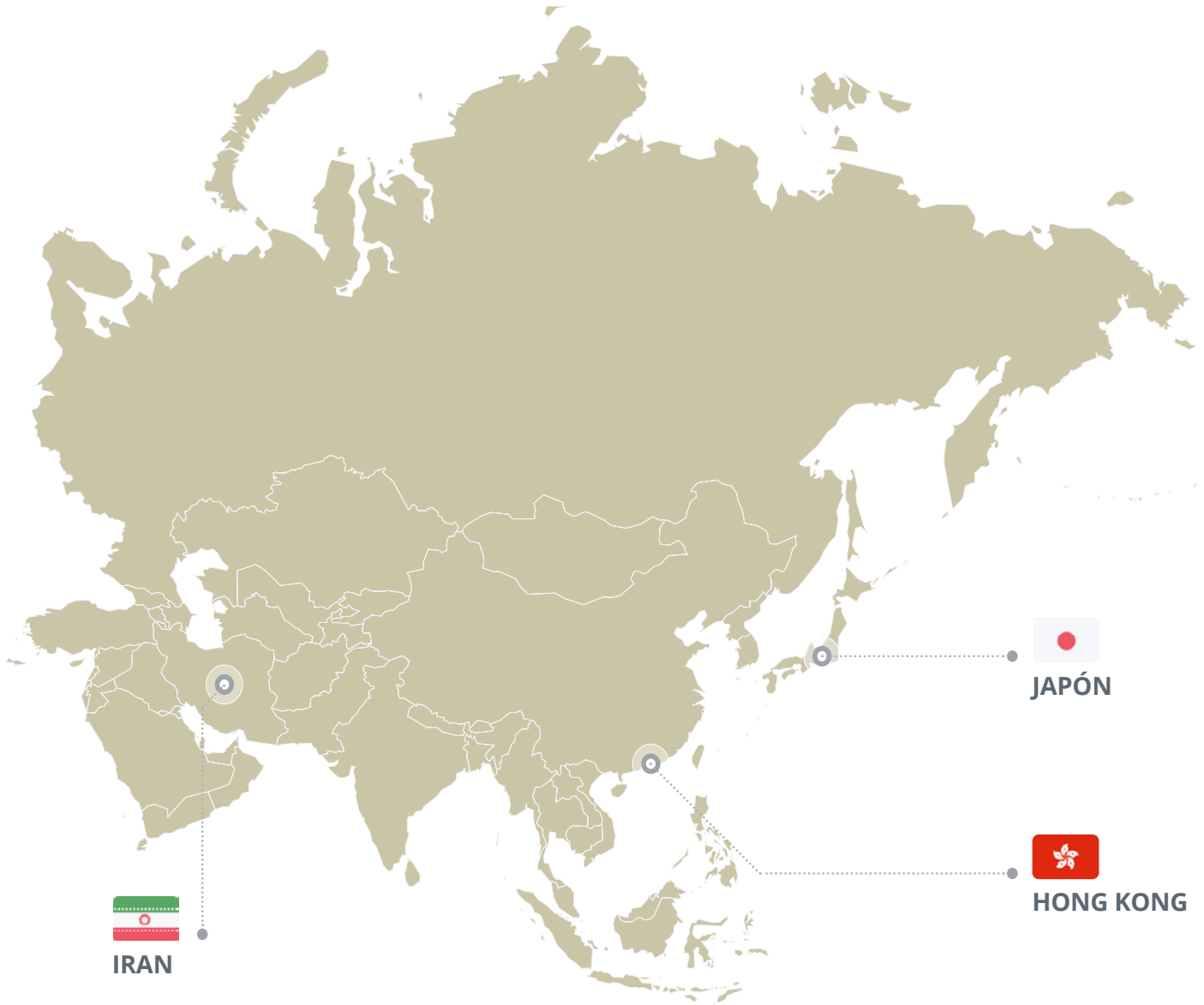
Mientras, **Chile** se prepara para un año lleno de elecciones tras el apabullante apoyo a la redacción de una nueva Constitución en el plebiscito del pasado 25 de octubre. El 11 de abril el país volverá a las urnas para elegir a quienes integrarán la Convención Constituyente que debe redactar la Carta Magna que sustituya a la todavía vigente, que data de 1980 y fue aprobada bajo la dictadura de Pinochet. Ese mismo día también se renovarán alcaldes y concejales y, medio año después, el 21 de noviembre, diputados, senadores y la nueva presidencia del país, con una posible segunda vuelta para este cargo el 19 de diciembre. No obstante, aumentan las voces de quienes piden un adelanto electoral para que no sea Sebastián Piñera, sino el nuevo presidente, quien dirija el proceso constituyente.

Y en **Bolivia**, las elecciones para renovar las administraciones locales y departamentales el 7 de marzo medirán el efecto del regreso del expresidente Evo Morales al país tras la investidura de Luis Arce este pasado noviembre.

ASIA

Irán puede ser este 2021 lo que Estados Unidos a 2020. La cobertura mediática previsiblemente no será la misma, pero la importancia geopolítica obliga a prestar atención a las elecciones presidenciales del 18 de junio, que supondrán el adiós del actual presidente, Hasán Rohani, tras haber cumplido el máximo de dos mandatos consecutivos. Cómo afectará la salida de Trump de la Casa Blanca es una de las claves del proceso electoral, pues se abre en Irán un nuevo horizonte, con mejores expectativas y cierto optimismo para el ala menos dura del país. Al margen de que Biden elimine o no las sanciones impuestas por su predecesor, su política internacional determinará en buena medida una victoria moderada en los comicios.

También se espera un otoño caliente en Asia. **Hong Kong** aplazó en julio las elecciones legislativas que estaban previstas este pasado mes de septiembre hasta el mismo mes de 2021, en un polémico movimiento de la jefa del ejecutivo hongkonés, Carrie Lam, que necesitó una ley de emergencia porque la normativa del parlamento no permite aplazar los comicios más de catorce días. La oposición considera que el gobierno controlado por Pekín está utilizando el coronavirus como excusa para ganar tiempo por el temor a una derrota, tal y como le auguraban los sondeos de haberse mantenido la convocatoria electoral. Sea como fuere, el aplazamiento no es ▶

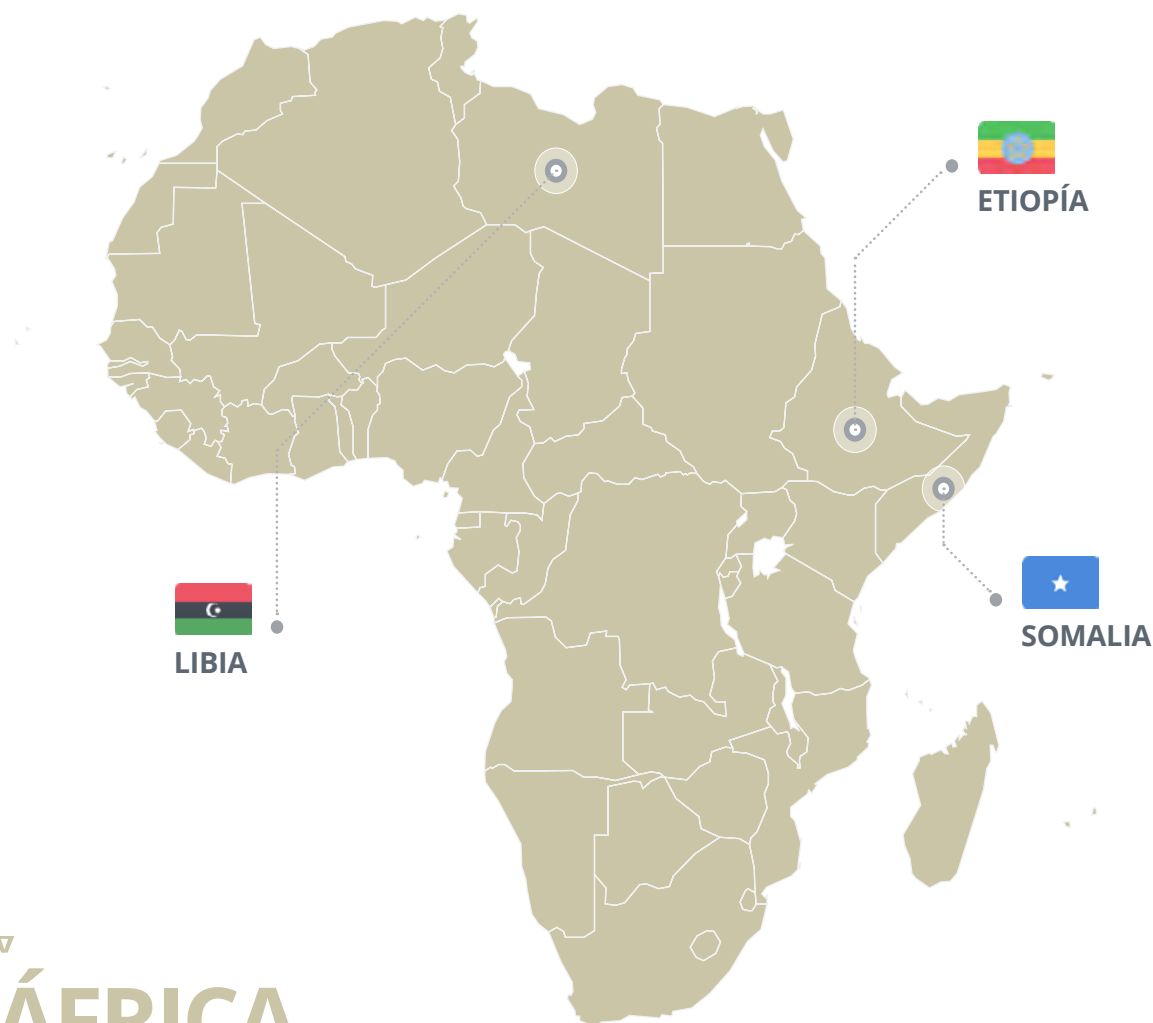


una cuestión menor, pues la elección de 70 diputados de la Asamblea Legislativa es la máxima expresión democrática en Hong Kong, pero ahora, con la aprobación en Pekín de la Ley de Seguridad Nacional, las aspiraciones del movimiento Pro-Democracia de conseguir mayoría se han visto mermadas.

La pandemia y el aplazamiento de los Juegos Olímpicos alteraron por completo los planes de **Japón** en 2020 y también su calendario electoral. Tras la dimisión de Shinzo Abe por motivos

de salud en agosto, Yoshihide Suga, su sucesor al frente del Partido Liberal Democrático (PLD), completará el mandato de Abe, como máximo, hasta el mes de octubre, cuando concluye el periodo legislativo de la Cámara Baja. No obstante, la posibilidad de un adelanto electoral sigue planeando y las dos principales fuerzas de la oposición nipona, el Partido Constitucional Democrático de Japón (PCDJ) y el Partido Democrático por el Pueblo (PDP), han unido sus fuerzas para concurrir en una misma candidatura y conseguir el relevo en la presidencia del país.





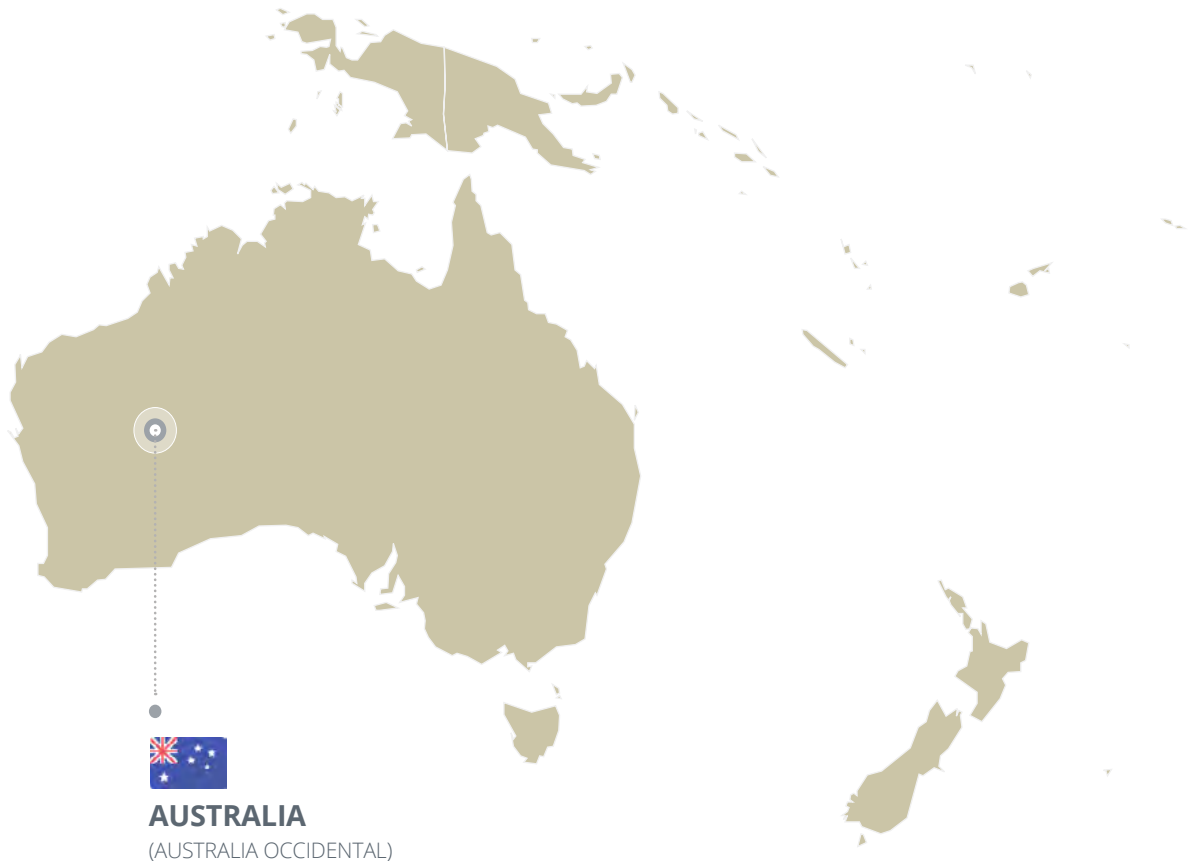
▼ ÁFRICA

En algunos países del continente africano, el coronavirus es solo una más de las crisis que amenazan el día a día de la población. **Libia** o **Etiopía** afrontan el reto de organizar elecciones este 2021 en medio de escenarios políticos muy convulsos.

En el segundo país más poblado de África, la pandemia obligó a posponer las elecciones generales que iban a celebrarse en agosto. La comisión electoral de **Etiopía** las ha previsto para finales de mayo o principios de junio, pero el contexto actual es muy distinto al de este pasado verano: el 5 de noviembre, el primer ministro y Nobel de la Paz en 2019, Abiy Ahmed, declaró la guerra en la provincia de Tigray, al norte del país, después de que el Gobierno de la región decidiera celebrar elecciones unilateralmente ante el aplazamiento de los comicios generales. El estallido

del conflicto bélico ha puesto en alerta a la comunidad internacional y la ONU ya ha advertido de que más de 27.000 personas se han visto obligadas a un desplazamiento forzado, por lo que nada asegura que puedan celebrarse unos comicios a los que Aby prevé concurrir al frente de su nueva formación, el Partido de la Prosperidad.

Tras el acuerdo alcanzado en el Foro de Diálogo Político Libio celebrado en Túnez en noviembre y auspiciado por Naciones Unidas, **Libia** ha fijado elecciones presidenciales y legislativas para el 24 de diciembre del próximo año. Las dos facciones enfrentadas en el país, el Gobierno de Fayeze al-Sarraj reconocido por la comunidad internacional y el autoproclamado ejecutivo, han acordado también una hoja de ruta para transitar hasta esa cita electoral, pero el camino requiere de un Gobierno de unidad que dote al proceso de garantías democráticas.



AUSTRALIA
(AUSTRALIA OCCIDENTAL)



Una condición imprescindible y extremadamente compleja en un territorio que mira con esperanza al final de 2021 para superar así el conflicto político en el que lleva sumido desde la caída de Muamar el Gadafi en 2011.

También vive un momento clave en la consolidación de su democracia **Somalia**. El país del cuerno de África afronta entre finales de 2020 y principios de 2021 una concentración de citas electorales que, para muchos, se han quedado descafeinadas respecto a las expectativas iniciales tras haber fracasado el intento de establecer, por primera vez, el sufragio universal. La elección de la nueva presidencia, en febrero, llegará una vez renovados este mes de diciembre el Senado y la Cámara Baja, y después de elegir también a los presidentes de ambas, el 1 de enero, pero en todos los casos, la designación de los representantes seguirá siendo indirecta.

OCEANÍA

Más tranquilo es el panorama en Oceanía, después de un cierre de 2020 marcado por la holgada victoria del Partido Laborista en Nueva Zelanda. Jacinda Ardern consiguió en octubre un triunfo incontestable en un país que también aprobó la despenalización de la eutanasia y rechazó la legalización de la marihuana en referéndum.

La cita más destacada para este 2021 es la del 13 de marzo en **Australia Occidental**, que celebra elecciones estatales para elegir a los miembros del parlamento ubicado en Perth, la capital del Estado. El actual Gobierno laborista aspira a seguir controlando, otros cuatro años, los 59 escaños de la Asamblea Legislativa y los 36 del Consejo Legislativo.



Congresos 2021



ADRIANA PARKER
@AdrianaParkerM
Politóloga

XVI CUMBRE MUNDIAL DE COMUNICACIÓN POLITICA
9-11 Marzo

Monterrey, México
[más información](#)



POLITICAL STUDIES ASSOCIATION ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE 2021: RESILIENCE. EXPERTISE. HOPE
29-31 Marzo

Belfast, Irlanda
[más información](#)



VI ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMMUNICATION AND MANAGEMENT (ICCM 2021)
09-13 Mayo

Atenas, Grecia
[más información](#)



IX CONGRESO ALICE
Fechas pendiente de confirmación

Málaga, España
[más información](#)



VI ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLITICA ACOP LEON
17-19 Septiembre

Leon, España
[más información](#)



5TH GIG-ARTS CONFERENCE: ONLINE INFORMATION GOVERNANCE – MORE EXPRESSION, LESS FREEDOM?
Fechas pendiente de confirmación

Vienna, Austria
[más información](#)



19TH VIRTUAL ANNUAL INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMMUNICATION AND MASS MEDIA
10-13 Mayo

Atenas, Grecia
[más información](#)



COMMUNICATION, DEMOCRACY AND TRANSFORMATIVE CHANGE: EXPLORING NEW INTERSECTIONS BETWEEN DIGITAL MEDIA AND POLITICAL ENGAGEMENT
Fechas pendiente de confirmación

Braga, Portugal
[más información](#)



HERMES, I CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN, MEDIOS AUDIOVISUALES Y ANÁLISIS
[Online y presencial]
25-27 Marzo

Lanzarote, España
[más información](#)



II CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
31 Marzo - 1 DE Abril

Lisboa, Portugal
[más información](#)



NO GOING BACK: GLOBAL COMMUNICATION AND POST-PANDEMIC POLITICS
CENTER FOR ADVANCED

RESEARCH IN GLOBAL COMMUNICATION (CARGC), ANNENBERG SCHOOL FOR COMMUNICATION, UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA
[Online]
08-09 Abril

Pennsylvania, EE.UU
[más información](#)



VI CONGRESO INTERNACIONAL DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN
18-20 Mayo

Madrid, España
[más información](#)



EMAC 2021 – ESIC BUSINESS AND MARKETING SCHOOL
25-28 Mayo

Madrid, España
[más información](#)



71ST VIRTUAL ANNUAL ICA CONFERENCE
[Online]
27-31 Mayo

Denver, EE.UU
[más información](#)



26TH WORLD CONGRESS OF POLITICAL SCIENCE. RC-22 - POLITICAL COMMUNICATION. DIGITAL DISSENT: USES OF SOCIAL MEDIA IN CONTROVERSIAL PROJECTS RAISING SOCIAL ACCEPTABILITY ISSUE
10-14 Julio

Lisboa, Portugal
[más información](#)



ECREA 2021. 8TH EUROPEAN COMMUNICATION CONF. COMMUNICATION AND TRUST: BUILDING SAFE, SUSTAINABLE AND PROMISING FUTURES
06-09 Septiembre

Braga, Portugal
[más información](#)





Obituario



Ralph Murphine

(1940-2020)

Pionero de la consultoría política en América Latina



GABRIELA ORTEGA
Cordinadora del
Centro Internacional
de Gobierno y
Marketing Político
de la Universidad
Camilo José Cela

Su cabello blanco inconfundible ya hablaba por sí solo de los años de experiencia de quien fue un pionero, un visionario y un maestro. Fundador de la consultoría en comunicación política en América Latina, gran parte de los consultores latinoamericanos hemos aprendido de él y ahora nos queda expandir su legado.

Nació en Estados Unidos, pero vivió en Ecuador durante 29 años, se llamaba así mismo 'gringo', pero era más ecuatoriano que la fritada y más latino que la salsa porque conocía a la perfección las dimensiones de nuestras sociedades, las tendencias sociales y políticas, y analizaba con exquisitez las coyunturas de nuestros países.

Siendo el más longevo de los consultores políticos con más de 50 años de experiencia, tenía a su haber más de 500 campañas en casi toda Latinoamérica y pasará a la historia como el primer consultor norteamericano en participar en unas elecciones en la Unión Soviética, el referéndum para la terminación del tratado de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas en 1991.

Muchas instituciones fueron fundadas, precedidas o contaron con Ralph como miembro. Fue presidente de la Asociación de Consultores Políticos de América

(AAPC) y miembro durante más de 50 años. Fue elegido vicepresidente de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP) y es presidente honorífico y vitalicio de la misma. Fundador y expresidente del Centro Interamericano de Gerencia Política. Miembro del Salón de la Fama de la revista Campaigns & Elections y de la Washington Academy of Political Arts and Sciences. Durante sus mandatos siempre promovió dos áreas: (1) la formación y hacer una carrera profesional de esta disciplina, y (2) las colaboraciones entre instituciones sin escatimar esfuerzos en unir a sus redes de amigos, que para él no eran contactos.

A pesar de sus múltiples reconocimientos, experiencia y cargos no dudaba ni un segundo en guiar los pasos de quienes empezábamos en la comunicación política. Era de esas personas a las que le pedías el currículum y te enviaba un párrafo, no se necesita más para describir la humildad de este gran profesional. Además, su disponibilidad absoluta para participar de cualquier proyecto que signifique profesionalizar la consultoría política hace inabarcable su lista de alumnos que, por su humor y carácter, nos convertimos en amigos que aprendimos junto a él. En la misma dosis de colaborativo era crítico con muchos aspectos que lo llevaban a posiciones controvertidas, por ejemplo llegó a afirmar que ser consultor político puede ser más un asunto de deseo que de hechos ya que no cualquiera podía serlo o que detrás de los premios del sector hay un gran pensamiento de negocio capitalista.

Llevo con especial cariño el recuerdo de estar empezando en esta profesión en una campaña electoral y recibir en mis manos un informe de Ralph Murphine, aún recuerdo el temblor de pensar que ese documento lo había redactado él y acto seguido apareció por la puerta de la oficina para explicarlo y contarnos con toda claridad la estrategia a seguir. ▶



▽ Fue ahí donde lo conocí y cumplió su palabra de “cualquier cosa que necesites, me escribes”, siempre respondió a todos los correos, siempre se sumó a todas las ideas y siempre estuvo dispuesto a colaborar. Años más tarde, desde el Centro Internacional de Gobierno y Marketing Político de la Universidad Camilo José Cela (CIGMAP-UCJC) le pedimos que fuera padrino en la presentación de nuestro libro 'Consultoría Política' en Quito junto a su amigo, Alfredo Dávalos; antes pidió revisarlo y luego aceptó. Participó brevemente con una intervención en la que bromeó con que era el único en la sala que conocía al “señor de la portada” (Abraham Lincoln) y acto seguido

dijo que estaba seguro de que ese libro sería un “long seller de la comunicación política”, un libro que no será el más vendido del mundo, pero que quienes lo tengan, recurran a él cada vez que tengan una duda sobre consultoría política. Y con esa frase sentí que el trabajo que habíamos hecho recibió la aprobación de todo el sector de la consultoría política.

Sus textos se pueden encontrar en distintas obras colectivas y artículos, pero no tiene un libro propio en el que nos haya dejado plasmada su experiencia, por eso resulta un privilegio para quienes pudimos compartir con él charlas y conocimiento. Murphine brindó

seminarios, clases, cursos, y talleres en innumerables universidades del mundo. Aunque no fue un académico, la combinación de su lucidez intelectual y su experiencia lo convertían en una fuente de información inagotable.

En [La Revista de ACOP tuvimos el honor de entrevistarle](#), qué mejor homenaje que volver a leer sus enseñanzas. “Los consultores políticos han existido desde el comienzo de la humanidad” nos decía. Pero ninguno como tú, seguro. Escribiste la historia de la consultoría política con tu vida y nos queda un recuerdo imborrable de tus enseñanzas, tus consejos y tu cariño. Gracias por todo, maestro. ✎





Lapidarium

Año bisiesto, año siniestro



ALBERTA PÉREZ
@alberta_pv

Aunque no sea uno supersticioso, es un hecho que podemos sumar este año a los ejemplos que sustentan este refrán popular. 2020, *also known* as el año de peli y manta eterno, en el que hemos comprobado que todos somos muy modernos hasta que tenemos que silenciar nuestro micrófono durante la reunión de Zoom. Entre los personajes ilustres que fallecieron en años bisiestos se encuentran Miguel de Cervantes y Shakespeare (ambos en el 1616), Martin Luther King y Robert F. Kennedy (1968), John Lennon (1980) o Mahatma Gandhi (1948)... Trágicamente, no había pasado ni un mes desde que estábamos felicitando el año nuevo a familia y amigos, cuando introdujimos a Kobe Bryant en esta lista, que con el comienzo de la pandemia mundial se ha llenado de demasiados nombres, sonados y anónimos, que no esperaban estar ahí.

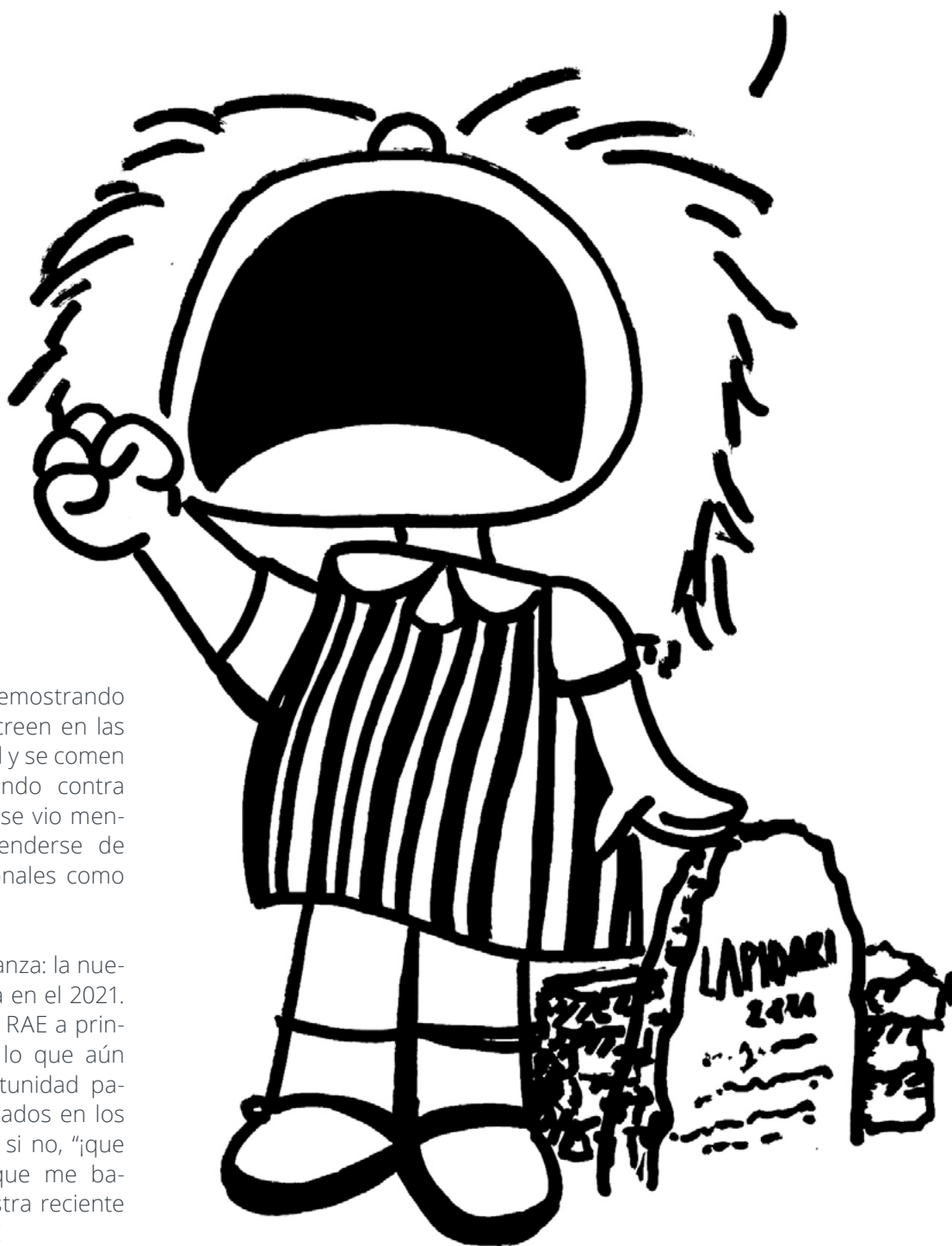
Es curioso que los años con “un día de más” estén asociados a catástrofes, como si no supiésemos gestionar las horas extra. Aunque querría destacar, que teniendo en cuenta lo que nos cuesta adelantar y atrasar el reloj para ceñirnos al horario de verano e invierno, puede que añadir un día al calendario sea sobrepasar nuestros límites. Ya se sabe que el que busca, encuentra, y es peligroso confundir correlación con causalidad cuando uno atraviesa la lista de sucesos trágicos (el hundimiento del

Titanic, por ejemplo, el comienzo de la guerra civil española o el gran incendio de Londres) ocurridos en los años con 366 días. El origen de esta creencia popular no se sustenta, como apuntaba al principio, en mi teoría de la incapacidad social de gestionarse a sí misma (al menos por ahora), sino que se remonta a la época de los romanos, que tenían el mes de febrero asociado a los muertos, y no consideraban que alargarlo fuese buen augurio.

Este año que comenzó con Australia en llamas, se despide con Centroamérica inundada, tras el paso del huracán Iota. La isla colombiana de Providencia, en aguas del Caribe, ha perdido aproximadamente, según apuntaba el presidente Iván Duque a mediados de noviembre, el 98-99% de su infraestructura. Honduras y Nicaragua han quedado a la merced de las previsiones meteorológicas que amenazan con fuertes lluvias tras el ya devastador paso del huracán.

Mientras, en Asia, tras una década de negociaciones, se ha hecho efectivo el mayor acuerdo de libre comercio nunca firmado en el mundo, que involucra a los diez miembros de la Asociación de Países del Sudeste Asiático (Asean), con China, Japón, Corea del Sur, Australia y Nueva Zelanda. Todos ellos equivalen al 29% del PIB del planeta. El acuerdo recibe el nombre de RCEP, siglas de *Regional Comprehensive Economic Partnership*, e implica la eliminación y reducción de ciertos aranceles, facilitando convenios previos ya existentes de libre comercio. Además, trata otros temas referentes a propiedad intelectual, telecomunicaciones, servicios financieros, comercio electrónico... Eso sí, sin compromisos laborales ni medioambientales. Este es un paso que se espera que revolucione la economía y beneficie geopolíticamente a China, como mayor exportador de la región, contrarrestando la influencia de EEUU, que durante el mandato de

¡NO ME HA GUSTADO EL LAPIDARIUM 2020!



▽ Trump (que está demostrando ser de los que no creen en las fechas de caducidad y se comen los yogures atentando contra su propia salud) ya se vio menguada tras desentenderse de acuerdos internacionales como el TTP.

Pero aún hay esperanza: la nueva década comienza en el 2021. Así lo confirmaba la RAE a principios de año, por lo que aún tenemos otra oportunidad para salir mejor retratados en los libros de historia. Y si no, "¡que paren el mundo, que me bajo!" como diría nuestra reciente huérfana Mafalda. ✘



Querido socio, querida socia:

Este mes de diciembre acabamos un año 2020 atípico, marcado de manera especial por la pandemia mundial que nos afecta, y que nos ha obligado a trasladar la mayor parte de nuestra actividad a plataformas online. Queremos agradecerte especialmente el apoyo a las actividades de ACOP en este formato, que ha sido muy importante, y esperamos poder reencontrarnos contigo, ya físicamente, en 2021.

Para cerrar el año, el Consejo Directivo de ACOP ha decidido celebrar en una misma fecha dos actividades muy relevantes, en las que esperamos que nos puedas acompañar. Así pues, el próximo **17 de diciembre** celebraremos:

A continuación, te facilitamos más información sobre este acto y esperamos contar con tu asistencia.

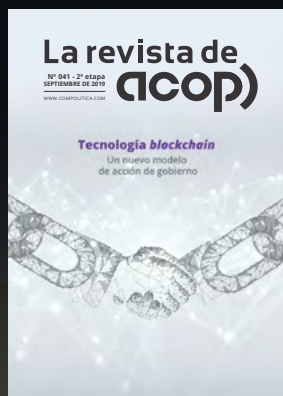
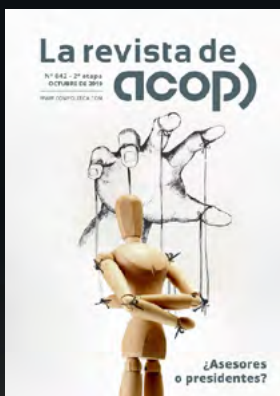
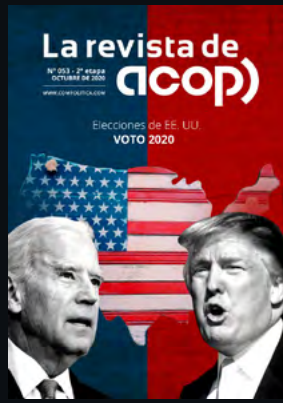
Respecto a la Asamblea General de Socios, en los próximos días se te enviará la convocatoria formal con el orden del día aprobado por el Consejo Directivo de ACOP.

19h

EL ACTO "LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL ÁMBITO LOCAL"
Enmarcado en las I Jornadas ACOP de Asuntos Públicos.

20h

LA ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS
En que daremos cuenta de la actividad del año 2020 y podremos encarar el 2021 con fuerza.



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



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



@compolitica



/user/compolitica

La revista de
acop)