

La revista de ncop)

Nº 069 - 2ª etapa
MARZO DE 2022

WWW.COMPOLITICA.COM

¿Son todas iguales?



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 POLITICA**

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)

Alberto Pérez, [@despachooval](https://twitter.com/despachooval)

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

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

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

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

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

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

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

Ignacio Martín Granados, [@imgranados](https://twitter.com/imgranados)

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



¿Son todas iguales?

05



Entrevista a Silvia de Félix

21

05
FEMINISMO
¿Son todas iguales?
Virginia García Beaudoux

17
FEMINISMO
La razón liberal: Soy mujer, ¿y?
Alba María Sánchez

33
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
Errores de comunicación política
Marta Marcos

46
CULTURA POLÍTICA
Música y política
Ignacio Martín Granados

09
FEMINISMO
Leila Ahmec Hmada. Activista a favor de los derechos de la mujer en Senegal
Leila Ahmec Hmada

21
ENTREVISTA A
Silvia de Félix
José Luis Izaguirre

34
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
Calendario Electoral
Claudia Ortega

49
TECNOLOGÍA
Social Media Compol
Daniel García

11
FEMINISMO
Valor femenino en la consultoría política
Verónica Valdivia Alfaro

27
INTERNACIONAL
Guerra en el Este de Europa
Ruth Ferrero-Turrión

37
CULTURA POLÍTICA
Cartel Electoral
Beers & Politics

52
TECNOLOGÍA
Los papers de ACOP
Redacción

13
FEMINISMO
Simplemente consultoras políticas
Daniela Calderón

28
INTERNACIONAL
Comunicar en tiempos de guerra, o cómo ganar la batalla de la información en 3 días
Vita Kobiela

39
CULTURA POLÍTICA
Reseña y Libros
Emilia Malacalza

54
OBITUARIO
Todd Gitlin
Francisco Seoane

15
FEMINISMO
Las mujeres también queremos ir a New Hampshire
Ángela González Montes

30
INTERNACIONAL
Colombia en elecciones al rojo vivo
María Alejandra Trujillo

42
CULTURA POLÍTICA
Lapidarium
Alberta Pérez Mesa

57
NOTICIAS
Redacción

44
CULTURA POLÍTICA
La foto
Alejandra Artero

59
TABLA DE VALORACIÓN
Febrero 2022
Redacción



Feminismo

Especial Día Internacional
de la Mujer





¿Son todas iguales?



**VIRGINIA GARCÍA
BEAUDOUX**
@virgbeaudoux
Doctora en Psicología.
Investigadora
y estratega en
comunicación,
liderazgo y mujer



Se suele afirmar, sin mayor sustento probatorio, que existe “un estilo de liderazgo femenino”. Se dice también, sin evidencia suficiente, que dicho estilo de liderazgo se caracteriza por el predominio de habilidades blandas como la empatía y la inteligencia interpersonal, así como por un bajo grado de personalización en la toma de decisiones y en la comunicación.

Siempre he creído en el valor de contar con datos empíricos que guíen los debates que nos apasionan, como las reflexiones y aprendizajes que derivamos de ellos. Por ese motivo, propuse un proyecto de investigación en el que nos embarcamos junto a colegas. ¿El objetivo? Explorar los estilos de liderazgo político comunicados por catorce mujeres con desempeño en cargos gubernamentales ejecutivos electivos.

Siete mujeres con actuación como jefas de Gobierno (Angela Merkel en Alemania, Jacinda Ardern en Nueva Zelanda, Sanna Marin en Finlandia, Mette Frederiksen en Dinamarca, Erna Solberg en Noruega, Katrin Jakobsdóttir en Islandia, y Tsai Ing-Wen en Taiwan), una presidenta de comunidad (Isabel Díaz Ayuso en Madrid), y seis alcaldesas de grandes ciudades (Anne Hidalgo en París, Virginia Raggi en Roma, Ada Colau en Barcelona, Claudia López en Bogotá, Claudia Sheinbaum en Ciudad de México, y London Breed en San Francisco). Analizamos las más de dos mil trescientas publicaciones que realizaron en Instagram entre el 1 de enero y el 30 de junio de 2021. Encontramos sustanciales diferencias entre ellas. Como muestra, comparto tres botones de nuestros hallazgos.

No todas comunican un estilo de liderazgo blando. Algunas revelan competencias duras, técnicas y estratégicas; otras privilegian comunicar habilidades blandas, centradas en sus destrezas sociales. En esta dimensión, no resulta posible categorizar sus estilos de liderazgo en razón de su ideología política o de su pertenencia generacional. Marin, *millennial* que lidera una coalición de centro-izquierda; y Merkel, *baby boomer* con una enorme trayectoria política a sus espaldas quien se define a sí misma como una política demócrata cristiana, de centro, liberal y conservadora; coinciden en la comunicación de un estilo de liderazgo principalmente caracterizado por atributos duros; mientras que Solberg, mucho más cercana en edad y experiencias generacionales a Merkel, enfatizó atributos blandos de liderazgo en el 75% de su comunicación. **Primera lección aprendida: no todas las mujeres políticas se caracterizan por un estilo de liderazgo blando.**

Tampoco son iguales sus prioridades y temas de agenda. Las cuestiones de género constituyeron el tercero de los temas más importantes de la variada agenda comunicada por la alcaldesa de Barcelona; pero estuvieron por completo ausentes en la comunicación de la igualmente nutrida agenda de la presidenta de la Comunidad de Madrid. **Segunda lección aprendida: no todas las mujeres políticas, por el mero hecho de serlo, otorgan alta importancia a las agendas de género.**

Tampoco son todas iguales en el grado de personalización de su comunicación. Si bien encontramos una mayor tendencia a la personalización entre aquellas que lideran Gobiernos nacionales en comparación con las que lideran Gobiernos locales, sus estilos en esta variable difieren mucho. Mientras que más de 96% de la comunicación de Marin, 92% de la de Merkel, y 90% de la de Jakobsdóttir incluyó sus rostros y personas, en el caso de Ardern solo el 44% de su comunicación tuvo su imagen como protagonista. Tampoco las iguala en sus estilos el hecho de que gobiernen en una misma región geográfica. Si comparamos en esta variable, por ejemplo, a las alcaldesas de América Latina, más ▶



de 69% de la comunicación de Claudia López desde la alcaldía de Bogotá la tuvo como protagonista, y Claudia Sheinbaum protagonizó apenas 24% de sus comunicaciones al frente de Ciudad de México. **Tercera lección aprendida: las mujeres políticas varían en los grados de personalización en la comunicación de sus acciones de Gobierno.**

En la política, como en la vida, a menudo no existen las soluciones simples para los problemas complejos. Nuestra baja tolerancia a la incertidumbre y a aceptar las escalas de grises, nos suelen hacer caer en la tentación de dar respuestas simplistas a fenómenos que, por su naturaleza, son

multivariados. No, no existe un único estilo de liderazgo femenino, y las mujeres políticas no son todas iguales. ¡Y qué fortuna que no lo sean! Como solía decir un gran profesor de mis años de estudiante universitaria, monocultivo y subdesarrollo suelen ir de la mano. El esfuerzo por encasillarlas y encorsetarlas dentro de un tipo de liderazgo monovalente y definido de manera estereotipada, es un capítulo más de nuestro temor a la diversidad.

Evitar las posturas esencialistas y universalistas significa admitir que las mujeres, al igual que sus pares hombres, están en capacidad de ocupar posiciones que requieren diferentes habilidades, competencias,

destrezas y talentos. Eso resulta de la mayor importancia, dado que la unificación y estandarización que se esconde en frases como “las mujeres políticas son así” o “son todas iguales”, terminan siendo los justificativos que muchas veces se esgrimen para excluirlas de las posiciones de liderazgo estratégico, de los espacios de toma de decisiones y de poder.

Las mujeres le aportan diversidad a la política, y además son diversas entre sí. Las mujeres políticas no lideran todas igual y, justamente, en la diversidad de sus liderazgos reside su riqueza y su mayor potencial para enfrentar los grandes desafíos de nuestro tiempo. 







Leila Ahmec Hmaida

Activista a favor de los derechos de la mujer en Senegal



**LEILA AHMEC
HMAIDA**

biramdahabeid.org
Activista por los
derechos de la mujer
en Senegal

~ SENEGAL ~

Laaila Hmeida es una de las primeras militantes del IRA (Initiative for Resurgence of the Abolitionist) y esposa de Biram Dah Abeid (Presidente del IRA). Hija de militantes antiesclavitud, ha acogido y educado en su casa a decenas de esclavas huidas. Esto le hizo ganarse el sobrenombre de 'Madre de la esclavitud'.

Cuando su marido estaba en prisión, ella se puso al frente de las manifestaciones. Este activismo la ha colocado en el punto de mira de las autoridades, de las que ha sido víctima y conserva las secuelas de la violencia de la represión gubernamental.

TESTIMONIO

Cuando nací, a mediados de los 80, vi a mi madre luchar y hacer campaña militar contra la esclavitud por ascendencia, sexual y doméstica de la que son víctimas decenas de mujeres, jóvenes y niñas, estableciendo sus modos de vida y sus códigos de honor en mi sociedad. Estamos en Mauritania, una república islámica ubicada entre Senegal y Marruecos.

Este país está poblado en su mayoría por subsaharianos autóctonos negroides y una minoría mestiza de bereberes y árabes.

La minoría árabe bereber heredó el po-

der de su aliado colonial francés en la nueva república independiente en 1960. Antes de la entrada de los franceses en este territorio, al comienzo del siglo XX, los árabe-bereber, así como las otras etnias negras del Sahel-Sahara, habían establecido sus modos de vida y sus códigos de honor, así como sus sistemas económicos, sociales y religiosos sobre la esclavitud.

Era la versión local de la ley islámica de estas sociedades muy religiosas. La mujer es considerada como menor de edad de por vida. Su tutor en la vida, el marido generalmente, debía ser un hombre, aunque fuera su hijo. La niña o la mujer no pueden elegir a su marido, se le elige. Sufre desde su nacimiento o desde el comienzo de su adolescencia, mutaciones genitales.

Pero la mayor injusticia es sufrida por la mujer esclava en nuestra sociedad. La esclavitud entre nosotros ha sido larga y profundamente justificada y arraigada por su legitimación religiosa e islámica. El esclavo en nuestra sociedad es un bien como cualquier otro; es susceptible de ser vendido, alquilado o regalado. El esclavo entre nosotros es una condición hereditaria, pero hereditaria a través de línea materna, por tanto, quién nace de madre esclava, automáticamente nace esclavo y se convierte en posesión del dueño de su madre. Porque en esta sociedad, son las mujeres quienes son dadas como esclavas. Es el código islamista de la esclavitud, código que mi marido Bram Dah Abeid, quemó públicamente en abril de 2012 en un acto de disidencia ideológica, religiosa y política contra la opresión esclavista. Se estipula, como digo, en este código que el dueño de esclavos tiene derecho a utilizar sexualmente a todas las mujeres, jóvenes y niñas que sean sus esclavas, sin restricción de número y sin tener en cuenta su edad.

Yo misma, en el marco de la lucha que ►



▼

he llevado a cabo en el seno de la organización IRA Mauritania que dirige mi marido desde 2008, he sido testigo de la liberación de la esclavitud de mujeres, jóvenes y niñas. Trabajaban sin salario, sin descanso, sin cuidados médicos; estas niñas, jóvenes y mujeres esclavas han vivido dentro de la violación diaria y colectiva, legalizada, legitimada y banalizada por la sociedad.

Las mujeres que hemos liberado ha sido el resultado de nuestra lucha, muy costosa en cuanto a la prisión que mi marido y sus compañeros han sufrido y de las graves lesiones y agresiones policiales que yo misma y otras mujeres hemos sufrido. Estas mujeres no saben quiénes son los padres de los hijos que comienzan a dar a luz desde los diez años más o menos. Y eso ocurre por la sencilla razón de que muchos hombres las han violado una vez o dos repetidamente.

Hemos presentado denuncias ante los tribunales de Mauritania, quienes han dictado leyes prohibiendo la esclavitud desde 2007, pero no ha habido ninguna aplicación práctica. Sus leyes se convierten en una herramienta de consumo internacional.

Actualmente, en la República Islámica de Mauritania, hay un 20% de personas esclavas sobre un total de cuatro millones de habitantes que constituye la población. De este 20% de esclavos, el 90% son mujeres y niñas.

■

Valor femenino en la consultoría política



**VERÓNICA VALDIVIA
ALFARO**

@verovacarpediem
Consultora política y
Regidora en Acámbaro

~ MEXICO ~

Creo que tome la decisión correcta al estudiar comunicación y dedicarme a la comunicación política. Considero que existe una disonancia entre lo que la consultoría dice y lo que la política hace y lo que los ciudadanos perciben y quieren. Abrirme camino como mujer en la consultoría ha sido un cambiar por recorrido lento pero he tenido la fortuna de hacer sinergia con otras mujeres exitosas y grandes aliados. De esa forma he podido trazar la ruta que creo correcta para abrirme camino y labrar una buena reputación de forma profesional, leal y honesta.

El proceso en el que las mujeres van tomando puestos de decisión va afortunadamente en aumento. En consultoría creo que ha sido más real y honesto que como lo es en la política.

En la consultoría las mujeres se han ganado su espacio por sus resultados, ya que el cliente no te va a contratar por cuota o por queda bien, te contratará para hacer valer su inversión. El cliente busca resultados y como todo negocio, el capital humano capacitado y profesional es el mejor activo. Muchas mujeres trabajan en la consultoría política para otras empresas, menos lo hacen para las suyas propias, pero observo que todas están en la ruta de desarrollar su actividad, también en igualdad de derechos y condiciones.

En política, aun con las cuotas de género, muchas de ellas están todavía llenas de vicios. Vemos que en muchos espacios se deciden por hermanas, esposas, parientas o mujeres que ellos decidan, simulando una elección interna. A las mujeres políticas aun les falta trabajar mucho para desarrollar una verdadera sororidad, una voz propia que las empoderaría más y nos haría ganar más y mejores espacios.



He tenido la fortuna de trabajar en muchas áreas, tanto gubernamentales como servidora pública. Después de 10 años en la consultoría y en este momento como funcionaria electa, creo que cada día asumimos una responsabilidad muy importante. Hay temas que logras sacar adelante más fácil y otros aun estamos en la lucha, pero también día a día el mismo trabajo te pone en el camino nuevas formas, nuevos conocimientos, nuevos aliados y aliadas y entonces pienso que vale la pena poner mi actividad al servicio de la comunidad en la que vivo.

Creo que aun hay muchas barreras salariales, de confianza y machismos que combatir pero estamos en la ruta y no vamos a claudicar.



Simplemente consultoras políticas



DANIELA CALDERÓN
(CEO Asterisco)

~ BOLIVIA ~

"Y o no deseo que las mujeres tengan poder sobre los hombres, sino sobre ellas mismas". Lo dijo Mary Wollstonecraft, qué sabias palabras. Gobiérnate para gobernar.

Existen barreras visibles e invisibles que las mujeres han ido venciendo en sus sociedades, quedan aún muchas y la participación de las mujeres en política tiene peculiaridades que han marcado grandes diferencias. ¿Qué las impulsa, qué las mueve, qué las provoca?

La necesidad de hacer, para eso estamos las consultoras preparando mujeres de la política que saben vencer sus miedos y están listas para ejercer el poder de tú a tú con cualquiera. Que pueden marcar su agenda y visibilizar las necesidades y que construyen un mundo con cultura de equidad.

Hoy no se trata de cumplir una cuota, sino de la capacidad de mostrar esta visión, así como las habilidades que nos marcan la diferencia entre el reino del corazón y el de la razón, venciendo el individualismo con el sentimiento más profundo de solidaridad, aplicando la sensibilidad y pensando más en el ser que en el parecer.

La consultoría política no es muy diferente en temas de sesgo de género, pero esta es una tarea pendiente en la que trabajamos tejiendo redes. Iniciamos en Latinoamérica y nos extendemos. Cultivamos la sororidad como principio activo

de equilibrio y a la vez cimentamos la capacidad que cada líder tiene para el ejercicio justo del poder.

Las mujeres en ejercicio de poder tienen los más grandes retos en un mundo de desigualdades: entrar a la arena política como vencedoras, cambiar los paradigmas, construir nuevas realidades, transformar el mundo; estos son los desafíos diarios en la sociedad civil. Por otro lado, están las acciones al interior de los partidos, así como trascender en la opinión pública y hacer historia.

Las consultoras también vencemos barreras: la primera, motivamos a las mujeres, las capacitamos y también a los hombres, pero no desde lo maternal – como muchos lo hacen desde el sentimiento patriarcal- sino desde la equidad. “De cada quién, según su capacidad y a cada quién, según necesidad”. La segunda, nos acostumbraron a pensar que los grandes consorcios deberían estar liderados por hombres, ¡pues NO!, por eso creamos CICOPOL (Consultores Iberoamericanos en Comunicación Política). La tercera, convencernos entre consultoras que sí podemos y lo logramos, lo estamos haciendo a diario, en cada actividad que promovemos para consultoras, en cada ejercicio de visibilización de nuevas líderes, en cada capacitación de mujeres que sueñan con cambiar sus realidades.

Ver a diario acciones que resultan positivas para el mundo, como nuestro proyecto #LasNiñasPueden, un espacio de empoderamiento para romper la cadena de maltrato a las mujeres en la que niñas de seis a doce años, adquieren independencia emocional y aumentan sus potencialidades para ser independientes económicamente, además de hilar sus propias redes sororas. Nuestro sueño, lograr que diez mil niñas sean beneficiarias de este proyecto, se imaginan ¡cómo cambiaría Latinoamérica!

¿Qué hacemos las mujeres consultoras políticas? ¡Solo eso! ✎



DISSENT IS
PATRIOTIC



Las mujeres también queremos ir a New Hampshire



**ÁNGELA GONZÁLEZ
MONTES**

@angelaglmontes
Administradora Civil
del Estado. Experta
en Comunicación

~ ESPAÑA ~

Yo iba para guionista o productora de audiovisuales, pero en 2008 dos cosas se cruzaron en mi camino; unas prácticas en el Parlamento Europeo durante mi beca Erasmus y *The West Wing*. Fue cuando me di cuenta de que en lugar de ir a Hollywood quería ir a New Hampshire. Desde entonces he trabajado y colaborado con personalidades políticas muy diferentes; desde el ámbito local hasta la Vicepresidencia del Gobierno. Excepto en alguna ocasión, casi siempre me he encontrado con una alta predominancia de hombres en el mundo de la asesoría política o “mundo gabinetero”.

La presencia o ausencia de las mujeres en el mundo de la asesoría y comunicación política está llena de clichés. Desde estas líneas, con motivo del Día Internacional de las Mujeres, me gustaría hacer dos breves reflexiones; una para contribuir a desmitificar nuestro papel como profesionales y, la segunda, sobre la importancia de que las mujeres estemos en el centro de toma de decisiones políticas.

Respecto a los mitos, se suele decir que las mujeres somos más sensibles, más colaborativas, que escuchamos y cuidamos mejor, y que estas cualidades supuestamente femeninas juegan a nuestro favor (o en nuestra contra) a la hora de dedicarnos a la asesoría política.

Claro que los siglos de socialización de género han hecho mella, pero es inaceptable que se hable de cerebros rosas y azules en la asesoría política. Quien conoce los entresijos sabe que este es un mundo agresivo. Trabajar en asesoría de alto nivel requiere colmillo y una serie de características profesionales muy concretas independientemente del sexo del profesional que asesora. Ahora bien, las formas del liderazgo político actual que cotizan al alza, como la empatía, aunque se asocian a la aportación de las mujeres, transforman todos los aspectos de la vida política. Es un cambio cultural, pero no es solo “cosa de mujeres”.



Siguiendo con los mitos, muchas veces se nos acusa a las mujeres de estar en un segundo plano, de no querer ser protagonistas en el mundo de la comunicación política, de dejarles todo el espacio a los hombres. No obstante, lo de querer tener más protagonismo que tu jefe/a no es síntoma de buena asesoría, desde luego.



V

Tomemos nota. No es que no nos sepamos vender, es que tenemos que saber vender un producto que no somos nosotras. Tras los mitos, una de realidad: quien conoce el trabajo 'gabinetero', cada vez más condicionado por la aceleración de los tiempos- también los políticos- sabrá que es un 24/7. Puede sonar el teléfono o la alerta mediática a cualquier hora. Y, para qué negarlo, también engancha. Esto, queridas colegas de profesión, nos afecta porque, a pesar de los grandes avances en materia de conciliación y corresponsabilidad, las mujeres seguimos soportando el mayor peso de la carga de los cuidados.

En pleno siglo XXI, las mujeres también queremos dedicarnos a la asesoría política porque si no estamos la democracia es menos representativa y nuestras reivindicaciones específicas se ven desplazadas y olvidadas, como ya podemos observar.

Las mujeres queremos y debemos estar en la toma de decisiones políticas. Las que nos dedicamos a esto sabemos perfectamente que es asesorando a quienes las toman como se pueden conseguir grandes cambios en nuestras sociedades.

A pesar de los obstáculos, cada vez somos más mujeres en la profesión, cada vez hay más referentes, desde diferentes ámbitos (sí, no solo asesoran las eventuales o las empresas, también lo hacemos las funcionarias de los Cuerpos Superiores) y hemos ganado capacidad de influencia. Las escenas de C. J. Cregg lidiando sola contra el peligro por los pasillos del Ala Oeste se han acabado. Nos hemos subido al tren a New Hampshire y ya no nos van a hacer bajar.

La razón liberal: Soy mujer, ¿y?



**ALBA MARÍA
SÁNCHEZ**

@_sanchezalba
Periodista
especializada en
Comunicación
Política. CEO de
Saturno Política.

La comunicación política feminista liberal y conservadora existe.

Para dilucidar esta premisa primero debemos entender que, en la actualidad la comunicación apunta un poco más lejos de un hecho básico: la relación entre el poder público y la sociedad. Atrás queda la teoría simplista que reduce el canal de comunicación a la unidireccionalidad del político con su diplomacia apartando del panorama sociopolítico a una sociedad ávida de ser escuchada.

Es pues la realización de un análisis exhaustivo del entorno en que vivimos la parte principal y fundamental de esta nueva comunicación, donde la creación de multiversos entre la ciudadanía/candidato/gobierno y viceversa, dan lugar a la generación de unas condiciones acogidas como óptimas en bienestar para la población en su totalidad.

La segunda premisa está en atender que toda comunicación tiene una ideología basada en la unificación de la retórica y el discurso a quien se dirige, conformando, por tanto, un círculo que entendemos como 'comunidad'.

No menos, la comunicación política feminista sucede bajo el amparo de la ideología que, en España ha dado lugar a los liderazgos espejo basados en la proliferación de arquetipos femeninos progresistas, liberales y conservadores. Su discurso en el "tú a tú", de mujer a mujer y "para nosotras porque somos

mujer" ha desembocado en un modelo de liderazgo femenino cuasi-dogmático electoralmente hablando.

Lo femenino que simpatizase con el conservadurismo o el liberalismo no ha encontrado sino una férrea batalla contra las diversas imposiciones del modelo social, que enquistaba lo progresista como vértice de la verdad, sin intervalo a error. Pues si es lo femenino quien impone la pauta, es la pauta quien corrige tu error y no a la inversa.

Según indican los datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) un 8,2% de mujeres se definen políticamente como 'feministas'. Sin embargo, destaca que el número de estas que se consideran 'liberales' y 'conservadoras' es aún mayor, 9% y 12% respectivamente.

De nuevo, España es un caso particular pues las formaciones entendidas como liberal y conservadora se hallan en plena competición electoral con apenas diferencias en sus discursos, a excepción de matices tales como el estilo de liderazgo, la personalidad o la propia creación del *storytelling* del personaje.

El liberalismo que defiende el poder del individuo –que no la individualidad total– dota a la comunicación política femenina de preceptos como la diversificación de la masa, entendida a cuáles divergencias existan entre las personas, preocupaciones o discriminaciones de su entorno de desarrollo.

Una receta comunicativa que responde a la no aceptación de la situación contrafáctica en que las mujeres han de ser protegidas por el Estado para preservar su competencia y obtención de derechos, frente a la clase dominante patriarcal, donde los hombres quedan obsoletos a su vez de supeditarse a la categorización.



El ideal liberal sostiene como pilar que el individuo es libre de ascender socialmente por vías de capacitación propias, sin concebir discriminación alguna. Hecho que nos lleva a comprender el cómo la ideología a la que se supedita lo femenino en función del discurso adherido al desarrollo primario de la misma, ha supuesto entonces para lo liberal un rechazo absoluto del imaginario patriarcal que impide el ascenso meritocrático.

Es decir, para lo aplicable de esta comunicación se establece como vértebra el hecho de que la posición dominante se base en el propio esfuerzo-mérito-recompensa. Y por ende, rechaza la premisa por la cual el Estado ejecuta como regulación positiva la imposición de cuotas homogéneas diferenciales como premio por una presunta descompensación natural.

Así pues, las liberales aceptan las exigencias de un mercado efectivo atendiendo la competencia interna como 'El Sistema de Retribuciones' por el cual un valor personal nunca se verá mermado por el dominio de lo biológico, pues la existencia del liderazgo femenino no concibe la competencia como una desventaja que deba ser intervenida por entes externos.

La figura de líder espejo para estas mujeres se encuentra personificada en Margaret Thatcher. La también conocida como 'Sargento de Hierro' por la combinación de distintos tipos de liderazgo considerados pioneros para una mujer de poder.

"Women are tired of being patronised and condescended to. We are bored by being considered as a curious and endangered species"

Speech celebrating 50th anniversary of equal female suffrage – Margaret Thatcher ►

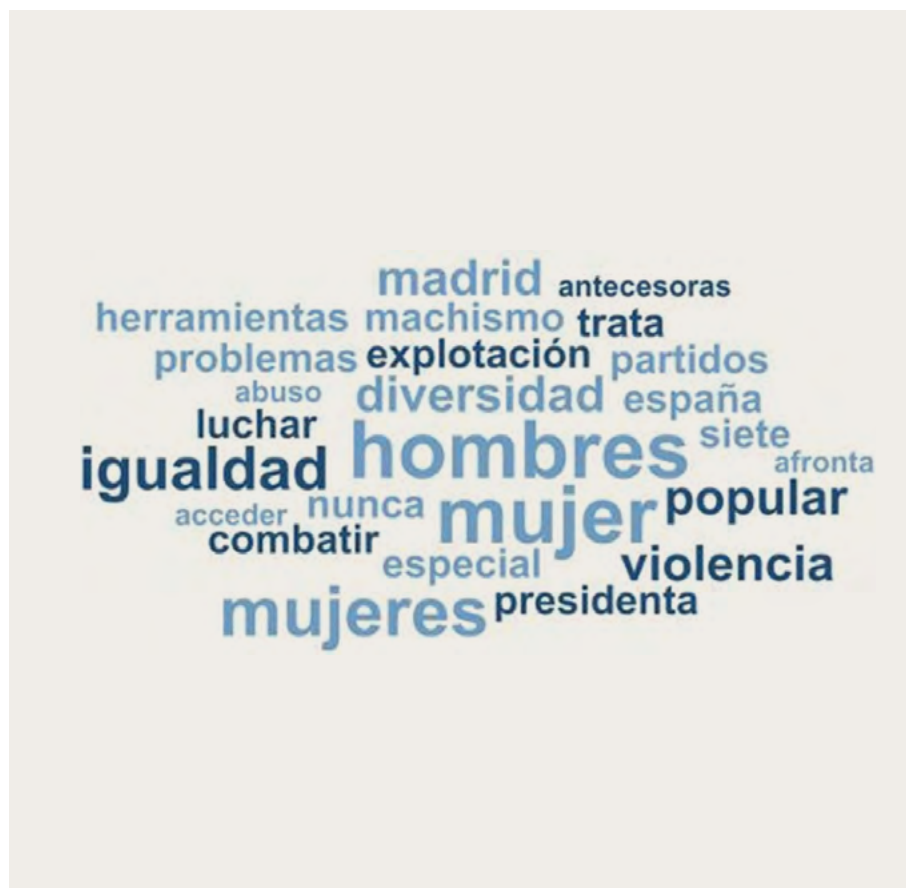
▼

En la actualidad las mujeres liberales fomentan la existencia de una pauta comunicativa femenina muy marcada a la que he denominado 'la réplica contraofensiva'. Atrás queda aquel marco teórico por el cual eran definidas bajo un liderazgo blando, entendido como el conciliador, familiar y cercano, cuya pretensión era la de doblegar el ímpetu social frente al liderazgo duro del hombre que atendía las necesidades sociales como una contienda.

La frontera entre la comunicación política liberal y conservadora apenas encuentra diferenciación mínima, pues es dentro de los partidos representativos de estas ideologías – entendidos en España bajo el marco del Partido Popular y Vox- donde encontramos que las votantes femeninas prefieren denominarse conservadoras en su mayoría con un 37,3%. Hecho que, sin duda, es el producto de una incipiente crecida de los discursos que disocian la ideología y el género, pues así las votantes de estos partidos también se autodenominan 'apolíticas' (en torno al 10%).

Particularmente, Isabel Díaz Ayuso es la figura que mejor reúne ambas condiciones y representa ese *thatcherismo* como un término no peyorativo. La presidenta de la Comunidad de Madrid basa su liderazgo en una fortaleza: señalar al "enemigo común" de España, el presidente Pedro Sánchez. La figura de una mujer contra un hombre, pero siempre en igualdad de condiciones.

La estrategia de señalar un antagonista que hace peligrar el orden de bienestar es generalmente efectiva, pues este mismo repre-



Nube de palabras del discurso de investidura de Isabel Díaz Ayuso. (2019).
Elaboración propia.

senta una amenaza al *status quo*, cuya respuesta representa el conservadurismo a fin de salvaguardar los derechos.

En comunicación se entiende como un círculo de influencia y afluencia por el cuál, un grupo altamente homogéneo pulula en un punto base común, convirtiendo una opinión en un relato inquebrantable que genera movimientos sociales.

Conocidas son las intervenciones de la presidenta madrileña, para quién es común la introducción en debates y discursos de temas de índole nacional, a pesar de no es-

tar dotada de competencias para realizar ningún cambio en ellas. Es precisamente esto lo que ha hecho considerar su figura como un ejemplo a seguir por los 'buscadores de la alternativa' a los poderes actuales en España.

La representación de este conjunto de mujeres al frente de los liberales y conservadores en España sirve como reflejo para las futuras generaciones con ambición en el mercado – a cual índole prefieran-. Son las que han propulsado que lo femenino no se supeditará a su condición natural, pues en sus designios vemos que el esfuerzo se premia con el mérito y su libertad.



Entrevista

Charla en profundidad con los protagonistas de la actualidad



ENTREVISTA

Entrevista a Silvia de Félix

@silviadefelix

"La observación internacional de elecciones contribuye al fortalecimiento de las instituciones democráticas"



JOSÉ LUIS
IZAGUIRRE

@jl_izaguirre92

Silvia de Félix es periodista y consultora internacional en materia de elecciones, medios de comunicación y redes sociales. Trabaja en misiones de observación de elecciones y proyectos de asistencia técnica y evaluación electoral con organizaciones internacionales y fundaciones desde hace más de quince años, en concreto, como responsable de prensa y analista de medios y redes sociales. Ha formado parte de las redacciones de medios nacionales en El País, ABC, Expansión y CNN+ y ha contado la actualidad desde Bruselas para la Agencia EFE y desde Turquía para el Grupo Prisa.

Nos encantaría que nos comentaras un poco sobre tu trayectoria profesional.

Soy licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y comencé haciendo prácticas de Periodismo en la delegación de ABC en Aragón, ya desaparecida. Mi último trabajo me ha llevado a Dili, capital de Timor Oriental, así que... ¡Muchos kilómetros que contar!

Siempre me ha interesado la política internacional y, en concreto, la Unión Europea y sus instituciones, por lo que tras mi licenciatura realicé un máster de especialización en temas comunitarios. De ahí hice unas prácticas en la Comisión Europea en Bruselas, donde trabajé durante un año y medio. Después regresé a Madrid, al diario económico Expansión, y más tarde viajé a Turquía para colaborar como corresponsal con el Grupo Prisa. Para cerrar el círculo retorno a Madrid, luego Bruselas y finalmente fijo mi base en España, desde donde enlazo proyectos relacionados con la observación internacional de elecciones. Haciendo un balance para

vuestra revista repaso el número de elecciones en las que he participado y sumo más de 20 en cuatro continentes.

“ *El apoyo a la democracia, la buena gobernanza y los derechos humanos forman parte de los pilares fundacionales de la Unión Europea* ”

¿Cómo llegaste a participar en tu primera misión de observación electoral?

Siempre he estado vinculada a Bruselas y, tras una sustitución en la delegación de la Agencia EFE, un contacto me comenta que la Comisión Europea tiene dificultades identificando un experto con mi perfil para participar en una Misión de Observación Electoral (MOE) en República Democrática del Congo. Se acercaba la época navideña y ¡Kinshasa no es el mejor destino para pasar esas fechas! No tenían candidatos, así que presenté ►



mi currículum y me seleccionaron. Era el año 2005. Participé en este proyecto en calidad de responsable de prensa y comunicación externa y por aquel entonces, creedme, era complicadísimo identificar un webmaster local para poner en marcha nuestra página web – todavía no existían las redes sociales. A pesar de las dificultades salió adelante el proyecto y me enganchó de tal manera que sigo en el circuito electoral quince años después.



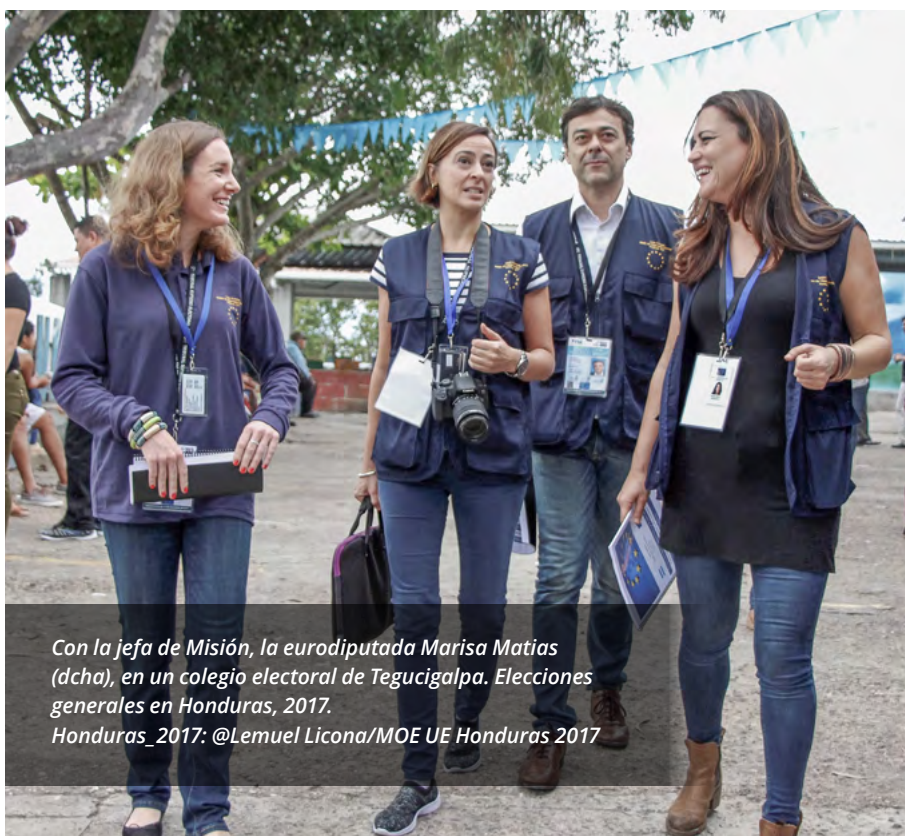
El momento de mayor exposición mediática llega con la votación y la presentación pública de las conclusiones preliminares, que, en general tiene lugar dos días después"

¿Hasta dónde llega vuestro papel? ¿Dónde empieza y dónde acaba vuestro trabajo?

Las MOE de la Unión Europea, que es la institución con la que más he colaborado, son uno de los principales instrumentos de diplomacia del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE). El apoyo a la democracia, la buena gobernanza y los derechos humanos forman parte de los pilares fundacionales de la Unión Europea, que desde el año 2000 ha desplegado más de 300 misiones. El SEAE, junto con la Comisión Europea, los Estados miembro y el Parlamento Europeo, seleccionan los países prioritarios a los que enviarán una MOE, ►



Con la jefa de Misión, la eurodiputada Véronique De Keyser, saludando a la presidenta de una mesa de voto durante la votación en Malawi, 2014. Primeras elecciones tripartitas. Malawi_2014: @Eldson Chagara/EU EOM Malawi 2014



Con la jefa de Misión, la eurodiputada Marisa Matias (dcha), en un colegio electoral de Tegucigalpa. Elecciones generales en Honduras, 2017. Honduras_2017: @Lemuel Licona/MOE UE Honduras 2017



siempre previa invitación del país que organiza elecciones.

La observación internacional de elecciones contribuye al fortalecimiento de las instituciones democráticas, potencia la confianza en el proceso electoral y puede funcionar como efecto disuasorio en casos de fraude, intimidación y actos de violencia. Los equipos de expertos realizan un exhaustivo trabajo de análisis que comienza un mes antes de la celebración de elecciones y finaliza con la redacción de un informe final que incluye una serie de recomendaciones destinadas a la mejora de futuros procesos electorales. Las áreas de análisis contemplan el marco legal, la administración electoral, el registro de candidatos, la calidad del censo, la campaña electoral, el comportamiento de los medios de comunicación y de las redes sociales, así como la observación de los procedimientos de voto, recuento y compilación de resultados. Es una labor pormenorizada que se apoya en una metodología muy precisa y afinada tras muchos años de experiencia sobre el terreno.

La observación internacional de elecciones tiene una línea roja muy clara: la no injerencia. Los observadores no participan ni interfieren en el desarrollo del proceso electoral. Para ello firman un Código de Conducta por el que se comprometen a respetar una serie de obligaciones, entre ellas, el respeto a las leyes del país.

¿Consideras que el público general conoce realmente la labor que desempeñáis las y los profesionales que os encargáis de velar por los procesos electorales democráticos?



Con la jefa de Misión, la eurodiputada Renate Weber, en un centro de voto en Asunción. Elecciones generales en Paraguay, 2018. Paraguay_2018: @Nathalia Aguilar /MOE UE Paraguay 2018

En las misiones de observación electoral el/la responsable de comunicación externa se encarga del trabajo de difusión de las actividades del grupo de observadores en el país anfitrión. Al estar apoyadas en una metodología muy precisa, las misiones atraviesan unos momentos clave que facilitan la diseminación de información sobre la naturaleza, el objetivo y la estructura de los equipos. El primer impacto mediático tiene lugar cuando llegan los observadores de largo plazo al país, que suele coincidir con la llegada del jefe de los observadores, en el caso de la Unión Europea, un miembro del Parlamento Europeo. Cuando el europarlamentario abandona el país, el jefe/jefa técnico toma el timón de la portavocía y se organiza una agenda de medios para dar visibilidad al trabajo de la MOE. El momento de mayor exposición

mediática llega con la votación y la presentación pública de las conclusiones preliminares, que, en general tiene lugar dos días después. El informe final con las conclusiones definitivas toma más tiempo y se presenta varias semanas después, con el regreso de parte del equipo al país. Si bien el trabajo de comunicación externa es muy intenso en los países anfitriones, en Europa nuestra labor es bastante desconocida, algo que ya ha identificado Bruselas y está destinando más recursos para multiplicar el impacto mediático entre los europeos.

Tu última misión ha sido en Timor Oriental, donde el 17 de marzo de celebran elecciones presidenciales. ¿En qué ha consistido y a qué dificultades os habéis enfrentado para realizar vuestro trabajo?





En Timor Oriental participé en una Misión Exploratoria, un paso previo al despliegue de una MOE completa dentro de la metodología de la Unión Europea. Estas misiones previas analizan la oportunidad, utilidad y viabilidad de un futuro despliegue tomando en cuenta variables como el nivel de preparación de la administración electoral, los avances logísticos o el contexto de seguridad.

Timor Oriental es un país que organizará elecciones en el marco de la post-pandemia. Resultó complicado desde el punto de vista logístico, ya que en noviembre del año pasado solo se podía llegar a Dili con un vuelo cada 15 días. Fue una experiencia complicada: los test PCR a pie de pista nos llevaron largas horas de espera. ¡Y a eso sumamos el intenso calor del trópico y el uso de mascarillas!

“ *Este nivel de compromiso con la obligación cívica de votar es un ejemplo que me llevo guardado en el bolsillo cuando regreso a Europa*”

África y América Latina son dos zonas geográficas en las que has trabajado intensamente. ¿Cómo han sido las experiencias? ¿Algún caso que te haya resultado especialmente interesante?

La organización de elecciones nunca es comparable, ni en el marco de la observación ni en el de la experiencia profesional y personal porque depende de multitud de



*Con el jefe de Misión, el eurodiputado Cristian Preda (centro), a la salida de un colegio electoral en Antananarivo. Elecciones presidenciales en Madagascar, 2018.
Madagascar_2018: @Njaka Rajaonisaona/MOE UE Madagascar 2018*

variables. Además, África y Latinoamérica son dos realidades completamente diferentes. Me marcó el país donde comencé mi labor como observadora internacional de elecciones, República Democrática del Congo, donde he participado en tres procesos electorales: el referéndum constitucional de 2005 y las elecciones generales de 2006 y de 2011. En 2011, RD Congo celebró los segundos comicios libres de la transición democrática y, además, de forma autónoma, ya que en 2006 obtuvo el apoyo logístico de Naciones Unidas. El desafío era inmenso. Cerca de 32 millones de electores en un país del tamaño de Europa occidental. Un total de 347 partidos políticos, más de 18.000 candidatos al Parlamento y 11 a la presidencia. En Kinshasa, la capital, la papeleta de

las elecciones legislativas tenía 56 páginas con más de 1.400 nombres, quizá la de mayores proporciones de la historia democrática. La jornada electoral se prolongó a lo largo de tres días en algunas provincias y los datos provisionales de las presidenciales se anunciaron con retraso. Durante los días previos a la publicación de resultados, el Ministerio de Comunicación decidió bloquear el envío de SMS en todo el país con el pretexto de evitar manifestaciones de violencia. La Comisión Electoral Nacional Independiente (CENI) comenzó a difundir cifras provisionales con tan solo un 15 por ciento del total escrutado y la oposición no tardó en denunciar un fraude y solicitar la anulación de los comicios. Finalmente Joseph Kabila se proclamó ganador, con un 48,9 por ciento ▶



de los votos, frente a su principal opositor, Étienne Tshisekedi, que quedó atrás con el 32,3 por ciento.

De todos los comicios en los que has participado, ¿cuáles son las lecciones que deberíamos incorporar en España?

Un aspecto que me sigue sorprendiendo en países en vías de transición democrática es el compromiso de los votantes con su deber cívico de acudir a las urnas. Países que han vivido recientes guerras civiles o golpes de estado, en vías de desarrollo, con una población que lucha diariamente por subsistir, y, sin embargo, la ciudadanía tiene la firme convicción de que su voto cuenta. Este nivel de compromiso con la obligación cívica de votar es un ejemplo que me llevo guardado en el bolsillo cuando regreso a Europa.

Otra de tus áreas de especialización es el análisis de medios de comunicación. ¿Cuál es el papel de la prensa internacional a la hora de cubrir comicios en diferentes países?

La metodología de observación electoral incluye el análisis del comportamiento de los medios de comunicación locales en campaña electoral, su compromiso con la difusión de mensajes de educación al votante y el nivel de debate que generan para que la ciudadanía pueda ejercer un voto informado. Ponemos en marcha una Unidad de Monitoreo de Medios que analiza el comportamiento de una muestra ponderada de medios de comunicación. Las conclusiones preliminares y el informe final contienen apartados específicos so-

bre los medios de comunicación y las redes sociales: el marco legal al que deben ceñirse en período electoral, la cobertura informativa y editorial de los diferentes candidatos y partidos políticos, el respeto al silencio electoral previo a la jornada de voto (en caso de que se aplique), la propaganda contratada por cada una de las candidaturas en liza... La prensa internacional se acerca a las elecciones pocos días antes de la jornada de voto y recoge, básicamente, el contexto del día de la votación, la proclamación de resultados preliminares y las primeras reacciones de los observadores nacionales e internacionales.

Eres también socia de la Asociación Periodistas por la Igualdad, cuyos objetivos, entre otros, son “visibilizar y poner en valor el trabajo de las mujeres periodistas” y mejorar sus condiciones laborales. ¿Cómo valoras la situación de las mujeres periodistas en España? ¿Es el asociacionismo clave en la reivindicación de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en los sectores profesionales?

Tenemos todavía mucho camino por recorrer. Los puestos directivos en los medios de comunicación españoles siguen estando en manos de ellos y, sin embargo, en las redacciones hay mayor número de mujeres periodistas. Comparto algunos datos: tan solo hay un 11,5 por ciento de mujeres en cargos directivos, el 73 por ciento de las mujeres periodistas cobran menos de 2.000 euros y el paro nos afecta en un 62 por ciento. Son cifras muy recientes, de 2020, extraídas de un informe de

la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PLI). A lo largo de los años, estos porcentajes varían menos de lo que nos gustaría, constatando que se mantiene el desequilibrio en el reparto de categorías profesionales, principalmente en los cargos directivos, ocupados mayoritariamente por hombres. Las asociaciones de periodistas debaten posibles soluciones, entre ellas, establecer políticas de igualdad que allanen los obstáculos de las mujeres para acceder a cargos de decisión. El asociacionismo es una herramienta más pero la clave está en la educación, en los centros de primaria, secundaria, en las universidades, en los medios de comunicación, en los contenidos audiovisuales, en los videojuegos... La igualdad no es un tema solo de mujeres sino que implica a toda la sociedad y veo el horizonte aún lejano.

Si algún o alguna profesional quiere formarse para participar en misiones de observación internacional, ¿hay que seguir unos pasos concretos?

El Ministerio de Asuntos Exteriores, a través de la Oficina de Derechos Humanos, es el encargado de seleccionar observadores de corto y de largo plazo para misiones de observación internacional, principalmente con la Unión Europea, la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) y la Organización de los Estados Americanos (OEA). Esta Oficina organiza periódicamente cursos de formación y los profesionales que asisten a ellos pueden optar a las cuotas por país asignadas por las diferentes organizaciones internacionales. ✎



Internacional

Conflictos y elecciones mundiales



Guerra en el Este de Europa



RUTH FERRERO-TURRIÓN

@RFT2

Profesora
Ciencia Política,
investigadora
adscrita al
ICEI (Instituto
Complutense
de Estudios
Internacionales)

Una vez más tenemos guerra en Europa. Tras la II Guerra Mundial, el comienzo del proceso de construcción europeo y, más adelante, con el fin de la Guerra Fría pensamos que nunca veríamos algo similar. Pero sucedió, y sucedió enseguida, llegaron las guerras de disolución de Yugoslavia. Entonces la UE no reaccionó a pesar de que lo que sucedía estaba apenas a 1 hora de Roma. Ahora la guerra está a dos horas de Berlín y, de nuevo, miramos con incredulidad lo allí sucede.

Para entender lo que sucede en Ucrania en febrero de 2022, es fundamental huir de las explicaciones sencillas que plantean la situación en términos de blanco y negro, o buenos y malos. Una respuesta fácil y plana sería: Rusia ha invadido este país porque está en las manos de un megalómano enfermizo que busca la gloria como el líder que consiguió reconstruir un Imperio perdido. Esta respuesta tiene mucho predicamento. Pero nada es así de sencillo.

Putin es un líder con unas ideas que han ido tomando forma a lo largo de los años en función de su propia experiencia, primero como agente de la KGB, más adelante como parte de la elite política del gobierno, y finalmente como Jefe de Estado y Primer Ministro. Tras más de veinte años en el gobierno ha construido un marco ideológico que reconstruye la historia en términos mesiánicos y que apela a la grandeza de lo ruso y a la recuperación de la grandeza perdida tras el colapso de la URSS. Este constructo ideológico además de rasgos nacionalistas, también incorpora

un sentimiento irredentista frente a un occidente que es el principal responsable de todos los males que le han ocurrido a la Gran Rusia. Realiza de manera explícita una reivindicación a la construcción de una Rusia amplia que incorpora los territorios de Bielorrusia o la Rusia Blanca, y de Ucrania, las tierras de las *krajin* (fronteras) haciendo válido el proverbio «Novgorod, el padre; Kiev, la madre; Moscú, el corazón, y San Petersburgo, la cabeza», es decir la recuperación de las tierras del antiguo principado de la Rus de Kiev, luego ampliado al imperio zarista y posteriormente el imperio soviético. Este discurso pone la responsabilidad de la pérdida de estatus imperial sobre factores exógenos y sobre la debilidad de los líderes que negociaron el fin de la URSS (si bien últimamente también incorpora a Lenin en su argumento). Pura subjetividad que le ha otorgado el marco discursivo para lanzar la ofensiva para retomar el control de Ucrania.

Pero este relato no hubiera sido posible sin que existiera parte de verdad en él. Efectivamente, la derrota de la URSS tras la Guerra Fría fue inapelable, pero las potencias occidentales no supieron actuar con las dosis de elegancia suficiente como para no humillar al vencido y generar en él un sentimiento irredentista motor de la agresión a Ucrania. El propio Solana ha reconocido en estos días que hoy estamos viendo las consecuencias de la política expansiva de la OTAN en los años 90 así como de la oferta a unirse a la alianza atlántica a Ucrania y Georgia en 2008. Desde entonces la obsesión de Putin fue la desestabilización de estos países para evitar a toda costa que entraran a formar parte de una organización militar que entiende que es una amenaza a la propia seguridad de Rusia.

Todos estos datos son importantes para entender el origen de la rabia y el revanchismo de Putin, pero nunca pueden justificar una agresión como la que estamos viviendo estos días. Nadie sabe lo que pasará, sólo queda esperar a ver si las medidas de aislamiento con el que la UE y EEUU están castigando al régimen de Putin tienen un efecto sustantivo en el mismo y consigue derrumbar los pilares que lo sostienen que no son otros que las redes clientelares que han florecido en torno al Kremlin, los oligarcas de los que todo el mundo habla a estas horas. ■

Comunicar en tiempos de guerra, o cómo ganar la batalla de la información en 3 días



VITA KOBIELA

Ucraniana residente en Bruselas. Experta en relaciones entre la UE y las regiones del este de Europa y Asia central.

Da la casualidad de que, en tiempos de guerra, la batalla por la mente de las personas, conocido como el Frente de Información, se convierte en uno de los elementos más importantes y decisivos. Es "más importante quién ganó la guerra de las palabras y la narrativa que quién tuvo el arma más poderosa".

Esta es la cronología de cómo el presidente ucraniano Zelensky está ganando la guerra de las palabras en Ucrania.

23 DE FEBRERO, EL DÍA ANTES DE LA AGRESIÓN RUSA

El presidente ucraniano Zelensky hizo un llamamiento a los ciudadanos vistiendo traje, con la bandera ucraniana y un mapa de Ucrania antes de la anexión de Crimea de fondo. Expuso el reconocimiento de Rusia de las regiones de Donetsk y Lugansk y la tensa situación en esas regiones. Estaba serio, incluso deliberadamente serio, y hablaba de forma amenazante con frases evocadoras en un momento en que sus cuentas de redes sociales están llenas de fotos de reuniones y llamadas con líderes europeos, lo que demuestra que todos los ojos están puestos en Ucrania.

24 DE FEBRERO, PRIMER DÍA DE INVASIÓN

En la mañana del 24 de febrero, después de que las bombas comenzaran a caer en casi todas las ciudades de Ucrania, tanto el primero como los siguientes discursos de Zelensky del día fueron filmados con su teléfono. Parecía un poco confundido y estaba claro que había pasado una noche de insomnio.

En su primer mensaje dijo que inmediatamente llamó al presidente Joe Biden e inició una reunión de apoyo internacional para Ucrania. Pidió a la población a mantener la calma y alejarse de las calles, asegurándoles que tanto él como el ejército, así como todo el sector de defensa del Servicio de Seguridad ucraniano, trabajarían las 24 horas del día, los 7 días de la semana en alerta máxima. Aseguró que estaría en contacto constante y se dirigiría a la población cada hora.

Posteriormente, el presidente habló a la nación varias veces más aportando información actualizada y calificando dicha guerra como "una guerra contra todo el mundo democrático". Sus vídeos eran cortos, de 1 minuto y 30 segundos, hablaba rápido y emotivo, vestía el mismo traje que el 23 de febrero pero sin corbata.

Inmediatamente después de varias de estas apariciones por teléfono, corrieron rumores en Ucrania de que el presidente estaba solo, que no tenía el control total de la situación y que no entendía lo que estaba sucediendo sobre el terreno. La respuesta del Gobierno fue rápida: comenzaron a aparecer en su Instagram e Instagram Stories fotos del presidente discutiendo la situación actual con representantes de empresas, el Gabinete de Ministros, el servicio de seguridad, etc. A continuación, las emisiones grabadas con el móvil llegaron a su fin.



Ya durante su sesión informativa oficial vespertina del 24 de febrero, el presidente pidió una movilización general y, ante todo, una movilización informativa. Zelensky pidió a los periodistas que se pararan en el frente de información del país y mostraran solo la valentía de los soldados ucranianos luchando para elevar el nivel de solidaridad nacional de la población. A partir de ese momento, todos los canales ucranianos se unieron y comenzaron a trabajar juntos para crear noticias y una agenda de información.

Desde entonces, todos los canales ucranianos han estado mostrando imágenes para levantar la moral: piezas sobre las colas de voluntarios en la oficina de registro y alistamiento militar; noticias que muestran a estrellas del mundo del espectáculo y personas mayores alistándose como voluntarios al ejército; una entrevista con un médico diciendo que no era necesario donar sangre, ya que todas las reservas estaban llenas... Al día siguiente, las noticias habituales se complementaron con vídeos de soldados rusos detenidos, en los que admitían francamente que no sabían a dónde iban y no entendían cómo terminaron en Ucrania. Y no sin humor: recientemente, se retransmitió por todo el país un vídeo de personas de etnia gitana robando un tanque ruso; una señora mayor dando pastillas para dormir a los soldados del Kremlin o un anciano robando un tanque ruso con un tractor. Ni una palabra sobre saqueos o bajas en el lado ucraniano.

Todos los discursos del presidente estaban redactados con claridad y

transmitían un mensaje claro: pidió a todos los ucranianos que defendieran su patria, prometió levantar las sanciones a todos los empresarios si defendían su patria, o comparó el ataque ruso al amanecer con el ataque de la Alemania nazi sobre la Unión Soviética (una comparación emocionalmente fuerte que influyó en la calificación del enemigo).

Los mensajes emitidos desde los perfiles de altos funcionarios, diputados y empresarios eran exactamente iguales y coincidían, de manera coordinada, tanto con lo que decía el presidente como con lo que se decía en los medios. Algunas frases como “barco ruso: vete a la mierda” o “necesito munición, no un paseo” se convirtieron en frases pegadizas y en seguida comenzaron a ser utilizadas por la comunidad internacional, desde las celebridades hasta los marineros georgianos ordinarios.

25 DE FEBRERO, SEGUNDO DÍA DE LA AGRESIÓN RUSA

Al día siguiente, el 25 de febrero, Zelensky cambió su chaqueta por ropa de color caqui: una camiseta o suéter y pantalones militares. Y continuó grabando vídeos con su teléfono desde diferentes lugares, sin tener miedo de salir a las calles de Kyiv y estando en contacto constante para mantener la moral de la población. Estaba tranquilo, su voz era fuerte y confiada, y sus ojos desprendían amor. Con cada mensaje, imagen y aparición transmitía compromiso con la defensa del país y cercanía.

Fue una comunicación tan brillante la de Zelensky que tuvo un impac-

to directo en el apoyo colosal de la UE. Según POLITICO, la solicitud personal de ayuda del presidente ucraniano, realizada directamente a los jefes de Estado y de Gobierno de la UE a través de un enlace de vídeo durante una cumbre de emergencia en Bruselas el jueves pasado por la noche, es considerada ahora como una intervención clave que contribuyó a acelerar de forma asombrosa la voluntad occidental de ayudar, incluso dando el paso histórico de suministrar armas a Ucrania.

EN CONCLUSIÓN

1. Al principio, Zelensky comenzó a comunicarse con la gente de una manera muy formal, que parecía artificial y poco realista. Estaba demasiado confundido, su voz demasiado severa; lo que empezó a sembrar pánico y rumores.

2. En solo unas horas logró tomar el control no solo de sus emociones, sino también del campo de la información en el país: la velocidad es uno de los elementos más importantes en la guerra.

3. Logró movilizar la comunicación de toda Ucrania: todos los medios, políticos, empresarios hablaban con una sola voz y repetían lo mismo. Incluso podría decirse que logró crear una cúpula de información en el país.

4. En cuestión de horas, pasó de ser un político serio a ser él mismo: un hombre honesto, valiente, sincero y sencillo por el que la gente lo votó en 2019. Es su sinceridad lo que lo ha hecho tan popular en Europa, en su casa y en todo el mundo. 

Colombia en elecciones al rojo vivo



MARÍA ALEJANDRA TRUJILLO

@MarialeTrujillo
Consultora Política
experta en Gerencia
Electoral y Política,
Manejo de crisis,
negociación y Gestión
de Gobierno. "GLOBAL
DEMOCRACY AWARD
2021"

Colombia pasa por la mejor temporada política de las últimas décadas. Nunca se había visto una elección presidencial en el país que opacara de esta manera las elecciones del Congreso, que son las primeras en celebrarse este 2022.

2835 candidatos se inscribieron para la elección de Congreso, en donde los partidos tradicionales deberán demostrar su talante para mantener las curules de sus partidos y a su vez, su burocracia. Partidos significativos como el Liberal, Conservador, Cambio Radical, Mira y Colombia Justa y Libres conservarán la mayoría de sus posiciones, ya que es un voto disciplinado y con estructura, lo que les lleva a tener una estrategia enfocada en conseguir votos de opinión con posturas más frescas y acordes a la realidad de nuestro país.

El Centro Democrático es un partido en decadencia por los escándalos que lo han rodeado en estos últimos meses. Por ejemplo, la elección de su candidato presidencial, que no tiene la acogida de la militancia, el nombramiento como cabeza de lista al Senado al hijo de un amigo del expresidente Uribe, el desencanto por el incumplimiento de sus propuestas, los ataques jurídicos a Uribe que lo sacaron de la contienda electoral y la polarización causada a su Gobierno por la oposición...; tienen al partido en aprietos logrando posiblemente solo la mitad de sus senadores.

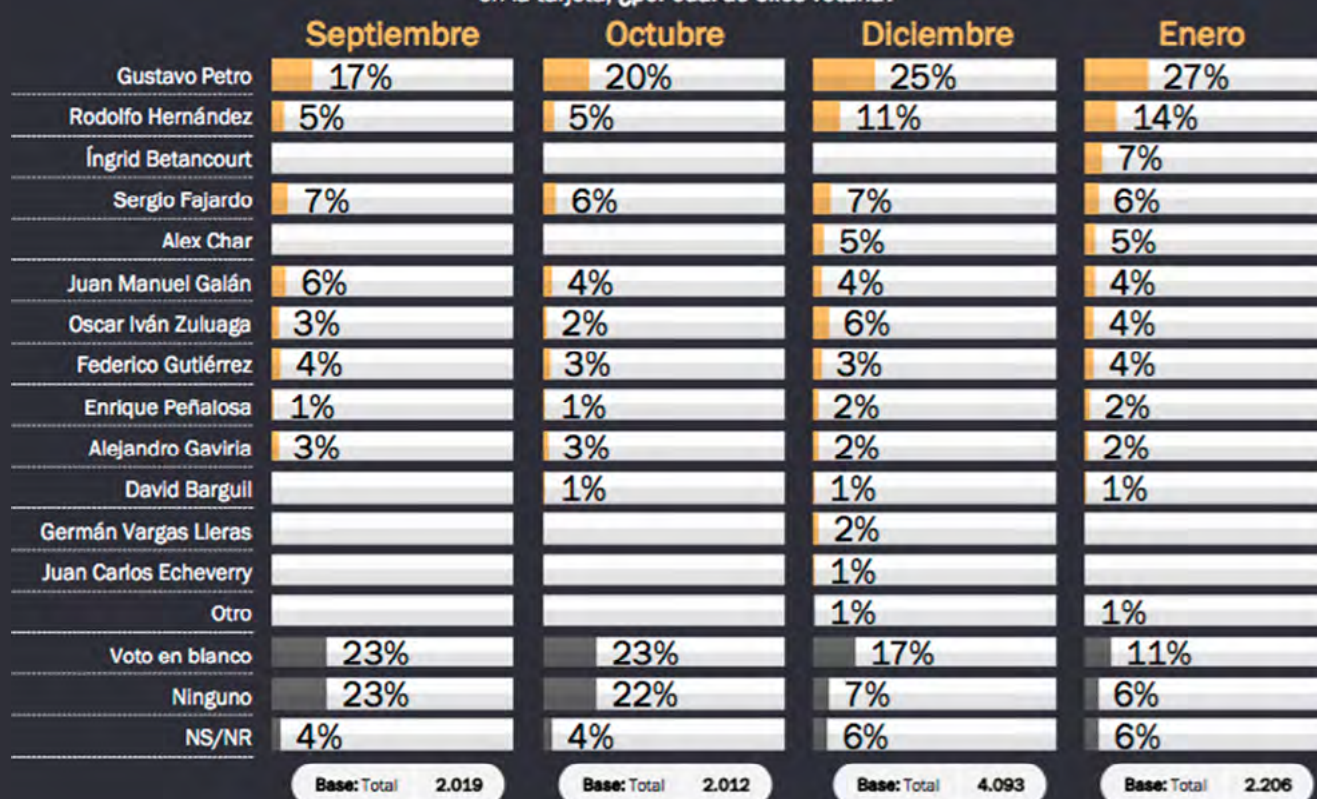
El Partido Verde que lidera la alcaldesa de Bogotá tendrá una mayor participación y de igual forma parece que logrará la alianza de la Colombia Humana, El Polo y otros partidos alternativos que se unieron en la lista del Pacto Histórico. Toda esta estructura política que se mueve el próximo 13 de marzo será el abrebocas a una contienda presidencial compleja, de ataques, más de anti-voto que de propuesta.

Empezamos con más de 35 precandidatos y hoy tenemos en el partido un mínimo en la primera vuelta de seis candidatos que no cuentan con el reconocimiento ni son favoritos. A todos ellos, hoy les supera en las encuestas Gustavo Petro.



Gustavo Petro demostró una buena jugada al ser el precandidato de una alianza donde no tenía competidor. Eso le permitió, jurídicamente, salir a hacer campaña meses antes que el resto de fórmulas presidenciales. Hoy lo demuestra su crecimiento en las encuestas.

2. Si las elecciones a la Presidencia fueran mañana y los candidatos los que están en la tarjeta, ¿por cuál de ellos votaría?



Fuente: Encuesta Centro Nacional de Consultoría (febrero 2022).

▼

En la gráfica se puede observar como Petro fue consolidando su campaña meses atrás como precandidato, logrando ser hoy, el candidato con mayor intención de voto y un crecimiento exponencial. A diferencia de lo que muchos creen, aún no toca su techo.

Petro se perfila como el posible presidente de Colombia en primera vuelta, por su apertura a recibir en el pacto histórico diferentes vertientes políticas, sociales y económicas que generan más seguridad y compromiso.

El 27 de mayo, Colombia tendrá la primera vuelta presidencial y posiblemente se llevará una gran sorpresa si la oposición y el candidato de la izquierda logran convencer a la bolsa de indecisos con un discurso más moderado, pero sobre todo más conciliador, que es lo que la gente hoy esta esperando.

El ingeniero Rodolfo Hernández ha logrado ganar reconocimiento por sus excentricidades que llaman la atención por momentos, pero con poca profundidad en sus propuestas. Lo que lleva a la clase

política a pensar que no es una buena opción en porque con él no tendrían ningún juego en Gobierno, y además unos cuestionamientos jurídicos que le enredan el panorama.

De los otros candidatos no hay mucho que hablar por hoy, solo esperemos que las consultas interpartidistas arrojen a candidatos con talante, preparación y conocimiento, pero sobre todo el carácter para enfrentar a un puntero como es Gustavo Petro.



El cajón del consultor

El lugar de los amantes de
la comunicación política





EL CAJÓN DEL
CONSULTOR

Errores de comunicación política

✕ Pablo Casado y el camino frustrado hacia la Moncloa



MARTA MARCOS

@MartaMarcos5

Politóloga y
socióloga.

Consultora de
comunicación

Pablo Casado avanzaba hacia la Moncloa. Al menos eso explicaban las encuestas a nivel nacional desde, aproximadamente, mediados del año pasado. La política nunca estuvo dispuesta a poner una alfombra roja a nadie. Ni a quienes lograron alcanzar sus metas, ni una vez alcanzadas. A Pablo Casado le faltaron muchos ingredientes pese a tener el viento a favor, pero se podrían destacar especialmente tres: estrategia, paciencia y consciencia.

Las elecciones de Castilla y León podrían haber sido un trampolín para su liderazgo, pero la realidad es que, desde el principio, esta campaña electoral estuvo marcada por la torpeza de quienes evidencian sentirse en inferioridad, pero tratan de demostrar lo contrario. Tampoco fue muy acertado disputar liderazgos enfrentándose al mayor activo del Partido Popular en la actualidad: Isabel Díaz Ayuso.

Aunque a veces parezca lo contrario, en política, como en la vida, nadie nunca está seguro de lo que está haciendo al cien por cien. La realidad es que, más allá de rodearse de un buen equipo y de querer escuchar, uno debe confiar en su estrategia hasta el final. Primer error.

Ser presidente de un partido no te convierte en líder. Ni aunque el viento sople



a tu favor. Trabajar en forjar esa imagen es un deber, con todas las letras. Pero analizando la coyuntura, a Pablo Casado, con sus inseguridades, le hicieron creer intocable. Segundo error. Los últimos errores de Pablo Casado se forjaron en cuestión de días. No fue mera casualidad. La entrevista en Cope fue la culminación de la falta de estrategia y de un relato poco convincente.

El último error ya no es de Pablo Casado, sino de un Partido Popular que decide alargar la agonía en un momento decisivo. ✕



Calendario electoral MARZO - ABRIL



CLAUDIA ORTEGA

@claudia_chvl

Con el mundo mirando a Ucrania y en un contexto político en el que en menos de una semana un partido pasa de ganar unas elecciones regionales –en España– a la salida abrupta de su líder, hablar de elecciones se antoja, cuanto menos, atrevido. La realidad atropella cualquier previsión, pero, para los todavía fieles al calendario, ahí va nuestro repaso a las citas más destacadas del mes.

Este marzo, la gran protagonista es Colombia, que renueva su Congreso antes de hacer lo propio, en mayo, con la presidencia del país. Las elecciones legislativas serán un buen termómetro para medir el desgaste del derechista Iván Duque y reconducir estrategias de cara a la contienda presidencial, a la que ya no aspira el propio Duque, pero sí su sucesor, el exministro Iván Zuluaga, como candidato de Centro Democrático. Antes, este mes de marzo podríamos presenciar la creación de uno de los parlamentos más progresistas de la historia de Colombia. O no.

Cambiamos de continente para hacer parada en Corea del Sur, que estrena presidencia este mes tras cinco años de mandato de Moon Jae In. En las papeletas, catorce candidatos. En las quinielas, solo dos con opciones: el conservador Yoon Seok-youl y el demócrata Lee Jae-myung, que aspira a continuar la línea de su antecesor en cuestiones tan relevantes como la política internacional y, especialmente, la relación con sus vecinos de Corea del Norte. En frente, Yoon



COLOMBIA
Elecciones
legislativas
13 / 03

se postula como el cambio – a la derecha– que anhela buena parte de la sociedad surcoreana, cada vez más descontenta por los altos precios de la vivienda, los escándalos de corrupción o la ►



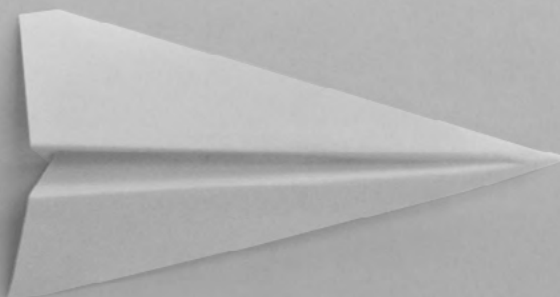
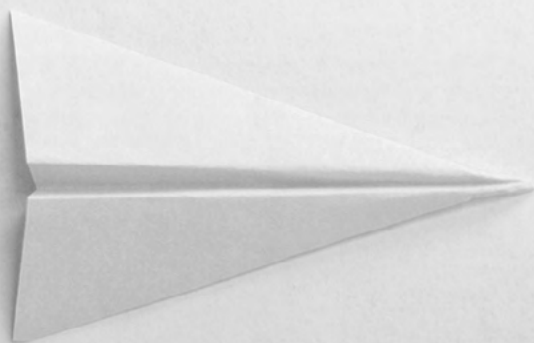
▼
desigualdad social. Las encuestas sitúan al aspirante conservador por delante del continuista Lee y los expertos hablan de una de las elecciones más ajustadas de las últimas dos décadas.

Y un doble aplazamiento. Las elecciones previstas para este mes de marzo en Hong Kong y el Líbano se emplazan al 8 y 15 de mayo, respectivamente. ▢



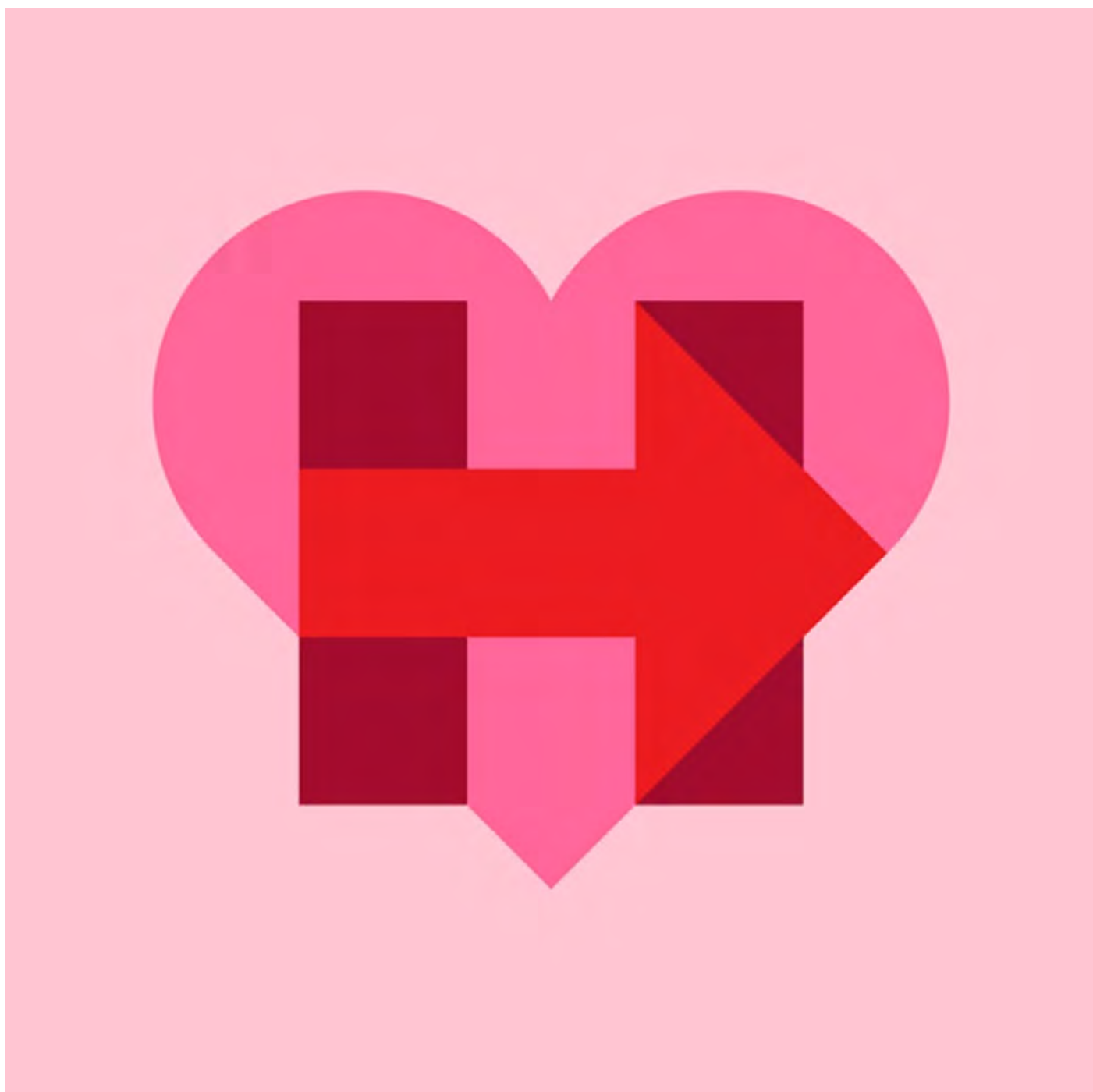
Cultura política

Ideas y recomendaciones
que forjan campañas





Cartel electoral



BEERS & POLITICS
@beerspolitics

San Valentín.

Hillary Clinton

Elecciones presidenciales
de Estados Unidos de 2016.
Infografía



«Su propuesta es tan amplia
como poco habitual: un relato
nuevo y convincente sobre
cómo crear un futuro mejor.»
The New York Times

MARIANA MAZZUCATO

MISIÓN ECONOMÍA

UNA GUÍA PARA CAMBIAR EL CAPITALISMO



Autores: Mariana Mazzucato
Editorial: Taurus
Páginas: 256



Reseña destacada

Misión Economía:

Una guía para cambiar el capitalismo



**EMILIA
MALACALZA**
@EmiliaMalac

¿Y si aplicáramos a nuestros desafíos actuales el espíritu, la audacia y los medios que nos llevaron a la Luna? Se pregunta en su último libro Mariana Mazzucato,

economista y catedrática de Economía de la Innovación del University College de Londres. *Misión Economía: Una guía para el capitalismo* propone un cambio radical para afrontar los desafíos económicos y sociales incapaces de resolver por el actual sistema capitalista. Una obra escrita durante un momento decisivo en la historia de la humanidad, la autora plantea repensar el rol de los Estados y, en consecuencia, los instrumentos, las estructuras y las competencias que estos necesitan para recuperar su función social y sentido del interés público.

Según Mazzucato, una enseñanza que nos dejó la crisis financiera del 2008 es que inyectar billones en la economía apenas supone efecto si las estructuras en las que se gastan son débiles. Resolver los desafíos de la sociedad actual -cambio climático, crisis sanitarias, movilidad, desigualdad- dependería más de la organización de nuestra economía que de la cantidad de dinero que se le inyecte.

La catedrática expone cómo los gobiernos han relegado su papel hasta convertirse en solucionadores de los problemas cuando surgen y meros prestamistas pasivos en lugar de inversionistas a largo plazo, menoscabando

su capacidad de innovación. La creencia general continúa presentando a los gobiernos como torpes máquinas burocráticas incapaces de innovar cuyo rol es el de solucionar, regular, redistribuir y corregir los mercados cuando estos funcionan mal.

Los Estados se han convencido de que su papel es el de arreglar los problemas y no el de alcanzar objetivos audaces. En mayor o menor medida, todos los gobiernos han erigido su aparato gubernamental bajo la premisa de reaccionar cuando el sistema comienza a resquebrajarse, realizando reparaciones sobre la marcha como durante la crisis desatada por la COVID-19. Como solución, la autora propone que los Estados se orienten por misiones. El enfoque de las misiones sostiene que la economía política y la actividad empresarial deben estar orientadas por un propósito público que genere beneficios tangibles a los ciudadanos en vez de beneficio a los accionistas.

Las misiones son historias inspiradoras, ambiciosas, capaces de catalizar la innovación entre múltiples actores y sectores de la economía, utilizando inversiones públicas y privadas para lograrlo. Mazzucato lo cataloga el pensamiento moonshot, basándose en el programa Apolo, la apuesta del presidente John F. Kennedy para superar a la Unión Soviética en la carrera espacial durante la Guerra Fría en la década de 1960. Sin embargo, el ambicioso proyecto no fue bien recibido por todos los sectores de la sociedad en sus comienzos. Debido al supuesto de que si se destina más a un área se está relegando otra, muchas personas en los Estados Unidos cuestionaron el uso de recursos públicos para hacer llegar al hombre a la luna en lugar de atender las necesidades de los ciudadanos más pobres con el mismo dinero.

La hermana misionera en Zambia, Mary Jacunda, escribió al entonces director científico de la NASA pidiéndole justificar las misiones espaciales mientras tantos niños pasaban penurias en África. La respuesta que recibió la hermana misionera fue que proyectos como el Apolo habían contribuido



históricamente a solucionar los grandes problemas de la humanidad, produciendo el efecto “spillover positivos” (beneficios que se trasladan a terceros en forma de externalidades positivas). El programa Apolo trajo consigo innovaciones tecnológicas que no hubieran sido previstas al comienzo como los paneles solares, la resonancia magnética, los sistemas de purificación de agua, los teléfonos con cámara y el ordenador portátil.

La idea principal que se extrae del libro es que, para alcanzar un capitalismo más inclusivo y sostenible, se hace necesario plantear previamente qué clase de mercados queremos en vez de qué problemas se deben corregir, y el ente que puede producir un cambio a tal escala serían los Estados. En palabras de la autora, “el propósito público debe ser un elemento fundamental en la manera de generar riqueza colectivamente”.

Para comprender la escala del desafío la catedrática puntualiza en cuatro fuentes claves que han conducido a una forma disfuncional del capitalismo. Estas son: 1) el cortoplacismo del sector financiero, 2) la financiarización de las empresas, 3) la emergencia climática y 4) los gobiernos lentos o ausentes. La solución a estos problemas implica una transformación desde dentro del gobierno y el fortalecimiento de sus sistemas, en definitiva, un capitalismo que logre funcionar de otra manera y sea capaz de crear relaciones entre el gobierno, las empresas y la sociedad civil.

El libro posee un tono optimista y basa su tesis en la necesidad de un rol proactivo por parte de los Estados, apelando a la inversión pública como catalizador de la innovación entre múltiples sectores y actores de la economía. Para lograrlo, se hace imprescindible la participación de la ciudadanía y consolidar el pensamiento catedralicio a largo plazo.



Este concepto se remonta a la época medieval, cuando arquitectos y artistas comenzaban obras trascendentales sin tener en claro cuánto costarían, cuánto tiempo llevarían o, incluso, si llegarían a ver sus obras terminadas. A pesar de ello, el propósito de las obras iba más allá y consistía en mostrar la gloria del Creador mediante la creatividad.

Mazzucatto recurre a este concepto para ejemplificar que hoy, para dar solución a los desafíos de la humanidad y del planeta, se hace necesario un tipo de pensamiento largoplacista que premie la creación de valor en vez de la extracción de valor. La tarea que los gobiernos tienen por delante no consiste en dar ayudas, subsidios o garantías incondicionales, sino en escoger a los actores que estén dispuestos a imaginar nuevos ámbitos de exploración. 🏠



Libros



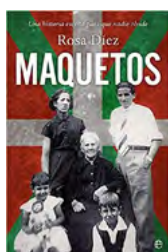
Votasteis gestos, tenéis gestos:
Sobre la decadencia de la democracia española

Autora: María Blanco González
Editorial: Deusto
Nº de páginas: 192

España vive en el imperio de los gestos. La democracia parlamentaria se ha convertido en un teatro y, en los últimos años, el Gobierno español, que ha hecho frente a una gravísima pandemia cuyos verdaderos efectos desconocemos aún, se ha dedicado a la escenificación, a las mentiras y a la normalización del abuso del poder.

Pero, ¿por qué los ciudadanos seguimos atrapados en esta visión espuria y miope, este predominio de los intereses de los partidos por encima de nuestros valores morales y nuestros intereses personales?

Esta pregunta, crucial para la supervivencia de la libertad individual, es la que María Blanco responde en este libro. Y lo hace recorriendo algunas nociones básicas de la vida, desde nuestra identidad política hasta el extraño juego de espejos que son la representación política y la rendición de cuentas, pasando por la influencia del nuevo marketing político, la importancia del liderazgo en la política y la manera en que aceptamos las mentiras de nuestros representantes. ❏



Maquetos:
Una historia escrita para que nadie olvide

Autora: Rosa Díez
Editorial: La Esfera de los Libros
Nº de páginas: 240

Escrito desde el corazón y la memoria, Maquetos es la historia de tres generaciones de una familia, la de Rosa Díez, que fueron tratados como extraños en el País Vasco. Es el ejemplo de cómo el franquismo, primero, y el nacionalismo, después, señalaron como extranjeros (maquetos) a quienes llegaban a esa tierra de otros lugares de España, expulsados de su casa por las penurias de la guerra o buscando una vida mejor, algo que ha continuado de generación en generación.

Más allá de los acontecimientos políticos en los que se enmarca el relato y de los hechos que acaecieron en esos años, la autora transmite con honda emoción el dolor por la doble injusticia que padecieron muchos miles de compatriotas a los que el franquismo consideró malos españoles y el nacionalismo señaló como malos vascos.

Una lectura imprescindible. Una historia escrita para que nadie olvide. ❏



El libro de las estratagemas
(Pliegos de Oriente)

Autor: Al-Harawi
Editorial: Editorial Trotta, S.A
Nº de páginas: 136

UN CLÁSICO INÉDITO DEL ARTE DE LA ESTRATEGIA POLÍTICA Y MILITAR. Esta «Tadkirat al-harawiyya fi'l-hiyal al-harbiyya» («El memorial de al-Harawi sobre estratagemas de guerra»), redactada en la época de las Cruzadas y destinada a consolidar el emergente Estado ayubí de Saladino, se erige como un muy singular ejemplo entre los espejos de príncipes arabo-islámicos. Representativa del alejamiento de las convenciones del género que tuvo lugar en el siglo XII —distanciándose de la continuada apelación anterior a la religión y al origen divino para justificar y legitimar el ejercicio del poder—, su característica más distintiva y novedosa es el casi provocador desparpajo con el que defiende, ya desde el propio título, el uso de las tretas y la manipulación en el ejercicio del poder. El Memorial ilustra así el giro hacia una, relativa pero evidente, secularización del ejercicio de la política y la introducción de la lógica y la racionalidad en el desempeño de las funciones asociadas a ella, con especial énfasis en las militares. Una racionalidad que no solo se aleja de las prácticas políticas y guerreras tradicionales arabo-islámicas, sino que hace hincapié en la utilidad de las hasta entonces consideradas impropias de un gobernante recto por estar alejadas de la épica y la moralidad: la argucia, el embuste, la confusión o la cizaña. ❏



Lapidarium

La carcoma y el poder



ALBERTA PÉREZ
@alberta_pv

Apenas diez días después de San Valentín, Vladimir Putin decide hacer la guerra y no el amor.

Se confirmaron las peores prospecciones posibles a las advertencias de los servicios de inteligencia estadounidenses, Kiev se vaciaba y a los dos días ese hueco era ocupado por las tropas rusas. Mientras tanto, la UE, Estados Unidos y Reino Unido comienzan a medir sus respuestas y a anunciar sanciones para intentar desmotivar a un Putin desatado que actúa con rapidez, amenaza con dejar a toda Europa sin gas y no ha dudado en abrir el melón de las armas nucleares.

Ante semejante caos varios medios han publicado noticias que alimentan la primera pregunta que toda persona de a pie se hace con el corazón en la mano, poniendo en duda la salud mental del presidente de Rusia, citando a diferentes fuentes que dicen observar una creciente imprevisibilidad en su forma de actuar, sospechosa de ser evidencia de un desequilibrio mental. Podría deberse a los efectos de tener un círculo cercano de personas excesivamente adulator y tóxico, al aislamiento de la pandemia, a una nostalgia imperialista herida, a un deseo ardiente de hacer historia, la crisis de los 70 o todo junto, o nada de esto. Quizás mostrarse impredecible es solo un arma más que busca elevar la presión hasta conseguir una explosión.

Entre bombardeos, y no es de extrañar, la paranoia ha contagiado al Gobierno de Ucrania, que dice sentirse abandonado

por la comunidad internacional y ante esta situación ha decidido que entregar 18.000 armas a voluntarios y pedir a los ciudadanos que fabriquen cócteles molotov para defender la ciudad es una decisión coherente llegados a este punto. "Ucrania se está defendiendo y no renunciará a su libertad, piensen lo que piensen en Moscú. Para los ucranianos, la independencia y el derecho a vivir en su propia tierra según su voluntad es el valor más alto", dijo Zelensky en una conferencia de prensa.

El entorno donde mejor vive la propaganda es la guerra. A situaciones extremas, medidas desesperadas. De repente todo se expresa en términos absolutos como la mentira y la verdad, el bien y el mal, las víctimas y los agresores, los ganadores y los perdedores. Es una situación penosa en la que ambos bandos buscan situarse como antítesis de su contrincante, pero irónicamente se apropian de los mismos discursos, llenándoseles la boca con términos que apelan al ego más profundo de toda persona: responsabilidad, libertad, nobleza, derechos, la causa. Tanto Volodímir Zelenski como Vladimir Putin han pedido respectivamente a los ciudadanos rusos y ucranianos que se levanten contra el presidente de su país. Y occidente, sintiendo más de cerca el calor del conflicto que nunca, sale a las calles disimulando el temblor de sus rodillas causado por el temor que le genera sentir que por fin haya llegado el día en el que sus revoluciones personales se demuestren inútiles y no puedan seguir abriendo páginas en change.org para llevar sus redes sociales y su autoestima.

Dmitry Muratov, ganador del Premio Nobel de la Paz y editor jefe del periódico ruso Novaya Gazeta habla con The New York Times acerca de la presión que ha ejercido el Estado sobre los medios desde el primer momento, y admite que les ha prohibido el uso de las palabras "guerra", "invasión" u "ocupación".



Sin embargo, ellos han tomado la decisión de mantener firmes sus ideales pese a que ello signifique aguardar a descubrir cuáles son las consecuencias. "Todos [en la editorial] teníamos claro que Putin, en su decisión, había destruido el

futuro de las generaciones más jóvenes, que el país se convertiría en paria, que de ninguna forma íbamos a apoyar esta guerra". Dando un paso al frente, afirma que continuarán trabajando mientras puedan, rindiendo cuenta a

los mas de treinta millones de lectores en redes sociales: "Solo espero que todos nos mantengamos a salvo". Si desapareciese un arma cada vez que una persona piensa lo mismo, tendríamos que pelearnos con las manos.✎



La foto

La misma música



ALEJANDRA ARTERO
@alejandrartero8

¿Por qué hablar de Eurovisión en una publicación especializada en Comunicación Política? ¿Qué tiene que ver este certamen musical con los entresijos del ejercicio público, con la imagen o la reputación de un país? Es hora de decir la verdad: todos sabemos que mucho. Año tras año, asistimos a una noche en la que los países europeos llevan a la ciudad elegida un espectáculo musical que previamente han decidido que podría imponerse sobre los demás países. Pero lo interesante viene después, tras la fiesta de colores, notas musicales y, habitualmente, mucho baile, llega la hora de las votaciones. Un sistema de puntos que, más allá del veredicto del público, depende de cómo los países participantes repartan los puntos entre el resto de las naciones. Pura diplomacia, un ejercicio de relaciones Internacionales vivo al que asiste en directo gran parte de la población europea.

Hasta aquí, todo bien. También es hora de asumir que 'Eurovisión' es, posiblemente, una de las primeras tres cosas en las que pensamos si hablamos de actividades conjuntas con nuestros vecinos de Europa.

De lo que muchos españoles nos hemos enterado hace poco es de cómo se elige al artista que nos representa en el concurso. Y, desafortunadamente, lo hemos hecho por la polémica que ha envuelto al asunto. Resulta que, en España, desde este año, Radio Televisión Española organiza el Benidorm Fest, un concurso musical en formato festival, con galas y fases hasta llegar a la final, en el que

se elige al representante nacional para viajar a Eurovisión. El sistema de votación se reparte al 50% entre un jurado profesional y el público (televoto + público demoscópico). Vuelta a la política: pura democracia.

En la primera edición de la gran final solo quedaban cuatro: Rigoberta Bandani con su 'Ay mamá', Tanxugueiras con 'Terra', Rayden con 'Calle de la Llorería' y Chanel, con su tema SloMo. Teníamos de todo: un canto en honor a la maternidad, una canción en gallego, el estilo único del indie patrio de Rayden y una canción escrita para arrancarse a bailar.

Decía la sociología popular (y el comentario en Twitter, para no olvidar la vinculación con la política que nos ocupa) que las favoritas eran Rigoberta y las gallegas, pero las urnas decidieron que fuera Chanel quien viajara este año a Italia, y, entonces, empezó el desastre.

Las redes sociales se llenaron de mensajes de odio contra la organización, RTVE, el sistema de votación y, lo que es muchísimo más grave, contra la propia Chanel. El momento dulce de su victoria se vio empañado por las críticas de aquellos que decían que no era merecedora de representar a su país en Eurovisión.

Más allá de las miles de versiones que tenemos sobre la cuestión, la idea de estas líneas es invitar a la reflexión. La expectativa hizo pensar a la mayoría que el desenlace sería diferente, pero, como no fue así, se dio rienda suelta al odio, las descalificaciones y las opiniones cargadas de razón que dieron la espalda al respeto y la convivencia que se espera de nosotros como sociedad (o civilización). Quizá, y solo quizá, aquí podemos ver alguna conexión con la política.

¿Será que siempre suena la misma música? 🐦



#LaRevistaDeACOP



Fuente: El Correo

2022_03

La misma música

Nº 069



Música y política

Canciones bumerán: cuando Vox apoyó una relación homosexual



IGNACIO MARTÍN
GRANADOS
@imgranados

La acción política de nuestros días, a veces, parece únicamente dominada por el marketing, por el gesto de cara a la galería en lugar de la reflexión profunda, compitiendo con otros formatos informativos y rendida a la espectacularización para conectar con los ciudadanos.

Así, los mítines y actos de partido suelen convertirse en una suerte de monólogos humorísticos precedidos de conciertos sin grupo, en el que una cuidada selección de canciones ameniza la espera y calienta los ánimos. Y es que la música es un elemento cohesionador fundamental y desde la política se recurre a determinadas canciones para crear ambientes emocionales perfectos para generar sensación de pertenencia a una colectividad y, por qué no, agregar a nuevos votantes, gracias a un mensaje amigable y cercano.

Este es el caso que abordamos en este artículo. Mitin de Vox en el Palacio de Vistalegre el 7 de octubre de 2018. Acto de precampaña de cara a las elecciones europeas. Mientras la gente accedía al recinto y esperaba al inicio del mitin sonaban por la megafonía éxitos musicales tan dispares como “El novio de la muerte”, “Viva España” de Manolo Escobar, “Libre” de Nino Bravo o la conocida

canción de amor “No puedo vivir sin ti” de Coque Malla, que es la protagonista de nuestro artículo.

Al día siguiente, tirando de ironía, Malla les respondió en su cuenta de Facebook lo siguiente: “No sé si VOX España, el partido de ultra derecha que ha utilizado sin permiso (tienen perfecto derecho a hacerlo, qué le vamos a hacer) mi canción “No puedo vivir sin ti” en uno de sus mítines, sabe que media España piensa que es una canción dedicada a la cocaína... Lo digo porque igual han metido un poco la pata. Pero no se preocupen, señores de Vox, la otra media, sabe la verdadera inspiración de la canción, que no es otra que la relación homosexual entre dos amigos gays muy queridos, que lo pasaron realmente mal por culpa de la intolerancia y de la estupidez homófoba. Por amistad y solidaridad, les escribí esa bonita canción, que tanto les ha ayudado en su vida de pareja. Como me cuesta trabajo pensar que ustedes apoyen nada que tenga que ver con la cocaína (nunca se sabe, pero me cuesta trabajo), me inclino a pensar que por fin han abierto sus mentes y han abrazado la causa homosexual. Si es así, les felicito sinceramente; es un ejemplo, que un partido de derechas, apoye la igualdad de derechos y la libertad de elección sexual”.

El modus operandi habitual de los partidos políticos para hacer uso en una comunicación pública del repertorio de una determinada entidad de gestión (la habitual en España es la Sociedad General de Autores y Editores, SGAE) es pagar las correspondientes tasas. Esto les da permiso simplemente a poner la canción, en ningún caso a modificarla (cosa que VOX hicieron también en ese mismo mitin con la letra del tema “Go West” de Pet Shop Boys para cantar “En pie si eres español”), tal y como establece la Ley de Propiedad Intelectual (“el respeto a la integridad de la obra”).



Según la SGAE, es necesario obtener la autorización de los titulares de derechos de autor correspondientes, pero ante la imposibilidad de conseguir a veces el permiso de todos los autores, si se paga la licencia se podrá utilizar cualquier obra musical que forme parte del repertorio de SGAE, ya sea nacional o extranjera.

Sin embargo, la Ley de Propiedad Intelectual contempla también el derecho moral del autor. Es decir, cuando una obra determinada es asociada a fines particulares en un contexto concreto, es necesario solicitar la autorización del autor, quien tiene siempre la última palabra para decidir si permite que su obra sea vinculada a un tercero: aunque el tercero pague –un partido político o una marca comercial–, no basta con eso, debe tener el beneplácito del autor amparado por el derecho moral.

Este debate lleva planteándose desde hace mucho tiempo porque, más allá del dilema moral que puede suponer para un autor que un partido contrario a sus ideas utilice su obra, incluso, siendo votante del partido en cuestión, muchos artistas prefieren no significarse públicamente ya que puede ir en contra de sus intereses económicos o decepcionar a sus fans o porque el uso de una canción en mítines puede vaciarla de su significado original y dotarla de un significado político que nunca se pretendió.

La historia entre la música pop y la política siempre ha estado salpicada de polémicas, suspicacias y desconfianza. No todos los artistas aceptan de buen grado que una canción suya sea utilizada con

fines políticos de un partido o candidato concreto. Sin embargo, lo que parece claro es que al final nadie podrá determinar el sentido último de una obra, porque cuando una canción se populariza es muy complicado limitarla políticamente.

Aunque otra cosa es que utilices una canción y el propio autor no solo te haga ver su descontento sino que te ridiculice al desvelar que dicho tema es contrario a tu programa ideológico. Canción bumerán.

BONUS TRACK

Esta canción es original de Los Ronaldos, el grupo liderado por Coque Malla, que la publicó en 2007 en su EP 'Cuatro Canciones'. Tras la separación del grupo, en 2009 Coque Malla grabó una versión acústica de la canción que fue utilizada por la empresa sueca IKEA para una campaña publicitaria en 2010, lo que le dio gran popularidad, convirtiéndola en un clásico del pop en español ampliamente versionada por otros grupos y artistas como El Canto del Loco, Bely Basarte, Andrés Calamaro o Aitana.



Ficha Técnica



Canción

NO PUEDO VIVIR SIN TÍ

- **Artista**
Los Ronaldos
- **Álbum**
EP Cuatro canciones
- **Año**
2007
- **Discográfica:**
Subterfuge
- **Duración**
4:14
- **Compositor**
Coque Malla





Tecnopolítica

Comunicación política en
tu mano



Social Media



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986



Cuenta recomendada

[@descifraguerra](#)

Este mes recomendamos la cuenta de Twitter de **Descifrando la Guerra**. Se trata de un medio dedicado al seguimiento y análisis de la política internacional. Conflictos, disputas comerciales, elecciones y protestas. Una cuenta recomendada para seguir la invasión rusa de Ucrania. 



Ursula von der Leyen 
@vonderleyen

...

This is a moment of truth for Europe.

How we respond today to what Russia is doing will determine the future of the international system.

We must show the power that lies in our democracies.



El tuit del mes

Ursula von der Leyen, presidenta de la Comisión Europea, es la protagonista del tuit del mes. Ante la guerra iniciada por Vladimir Putin contra Ucrania la Unión Europea ha tomado, por primera vez, una posición más activa y unida. La presidenta comunitaria ha indicado que "Este es un momento de la verdad para Europa. La forma en que respondamos hoy a lo que Rusia está haciendo determinará el futuro del sistema internacional". 



El Álbum de Instagram



Este mes de marzo dedicamos el Álbum de Instagram al presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski. Se trata de uno de los protagonistas de este inicio de año, después de la invasión a Ucrania por parte de la Rusia de Vladimir Putin. Actualmente ha publicado más de 1.200 contenidos y cuenta con más de diez millones de seguidores en esta red social. 



El meme

La crisis abierta en el Partido Popular entre Pablo Casado y Isabel Díaz Ayuso ha provocado un terremoto político en España que ha acabado con el liderazgo de Casado en el partido conservador. Como no podría ser de otra forma las redes se han hecho eco con decenas de memes... 🐸





Los *papers* de ACOP

Elementos para la construcción del escenario del candidato político en Instagram. El caso de las elecciones generales del 28 de abril de 2019 en España

En Instagram, el candidato tiene la oportunidad de manejar los elementos del escenario en el que se representa para transmitir a los potenciales votantes una estudiada imagen de sí mismo. En esta investigación se analizan los elementos con los que se muestran en Instagram los cinco principales candidatos a la presidencia del gobierno español. El objetivo principal es determinar si ha existido un cambio de estrategia significativo durante el periodo electoral del 28 de abril de 2019. Para ello, a partir de la operacionalización del concepto de *setting* de Goffman (1956), se utiliza una metodología cuantitativa sobre una muestra total de 473 posts. Los resultados muestran un cambio de estrategia en el modo de construir el escenario en Instagram conforme se acercan las elecciones generales: los candidatos muestran un perfil más profesional y menos humanizado. 

**Autoras:**

Elena Bellido-Pérez
Universidad de Sevilla

María-Teresa Gordillo-Rodríguez
Universidad de Sevilla

**Fecha de publicación:**

2022-02-04

**Revista:**

Estudios sobre el
Mensaje Periodístico

Puedes leerlo al completo [aquí](#).

Podcast **Comunicación & Política**

El feminismo traslada de nuevo a las calles el esfuerzo de la sociedad por dar más pasos en cuestiones como la paridad laboral, la conciliación o la igualdad de derechos. Durante los dos últimos años la pandemia también ha transformado la manera de trasladar a la sociedad la comunicación política en perspectiva de género. El último capítulo del podcast Comunicación & Política analiza entre otros temas el ciberfeminismo en redes sociales, la representación mediática de las mujeres, el

feminismo y las nuevas narrativas o la incorporación de la agenda feminista a la política pública europea. ¿Que exista cada vez mayor paridad en puestos de poder en los partidos políticos se traduce en un mayor defensa de los derechos de las mujeres? Una conversación en la que reflexionan Diana Fernández Romero, profesora Titular de Periodismo la Universidad Rey Juan Carlos, y María Blanco González, economista y profesora de Economía de la Universidad CEU – San Pablo.

*Comunicación & Política es una producción de ACOP,
la Asociación de Comunicación Política, presentado por Pablo
Gómez Iniesta y Marta García Bruno.*



Diana Fernández Romero

Profesora Titular de Periodismo en la
Universidad Rey Juan Carlos



María Blanco González

Economista y profesora de Economía
en la Universidad CEU - San Pablo

Escucha este y otros episodios [aquí](#)





OBITUARIO

Todd Gitlin (1943-2022)

La voz crítica de la izquierda americana



FRANCISCO
SEOANE

@pacoseoaneperez

Entre los judíos se dice que aquellos que fallecen en sábado son grandes personas. Todd Gitlin, carismático representante de la izquierda judía norteamericana, dejaba este mundo a los 79 años un sábado y, en efecto, su paso por él ha dejado huella, tanto en el terreno del activismo político como en el de los estudios de comunicación. Fue Gitlin el que bautizó a la tradición de los efectos limitados como el 'paradigma dominante', señalando que en las notas al pie de sus trabajos Lazarsfeld y compañía reconocían las influencias impersonales y masivas que restaban fuerza a su idea de la intermediación de los líderes de opinión. Fue Gitlin el que denunció cómo los medios desactivan a los movimientos sociales a través de sus encuadres noticiosos, desde las revueltas estudiantiles que él mismo capitaneó en los 60 hasta las sentadas del Occupy Wall Street.

Su obra más célebre es *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the Left* (1980), en la que Gitlin estudia cómo la industria de los medios americana cubrió las revueltas estudiantiles de la New Left desde mediados de los 60, centrándose en la organización que él mismo llegó a presidir, Students for a Democratic Society (SDS). Aunque por aquel entonces la palabra todavía no estaba en boga, podría entenderse como un tratado sobre la 'mediatización' del principal agente social

de cambio en la América que luchó por los derechos civiles de las minorías. Las dos referencias teóricas de Gitlin fueron Ervin Goffmann (*framing*) y Gramsci y su idea de hegemonía, tamizada por las lecturas de Raymond Williams. Así, los dos principales enemigos del cambio social promovido por los estudiantes serían a) la interpretación sesgada que los medios favorecen a través de la manera en la que enmarcaban las protestas y b) el control hegemónico a través de una ideología subyacente que, por su carácter dominante, pasa desapercibida y se entiende como normal. Gitlin volvería sobre el tema en su ensayo biográfico *The Sixties: Years of Hope, Days of Rage* (1987).

En una reciente entrevista concedida al programa *On the media* de la radio pública de Nueva York (WNYC), el académico Jay Rosen reconocía que uno de los libros de Gitlin que más le habían influido era *Inside Prime Time* (1983), resultado de cientos de entrevistas con ejecutivos y responsables de la programación nocturna televisiva en Estados Unidos. Con más o menos conciencia sobre sus decisiones, los productores, guionistas y actores que desfilan por sus páginas revelan las presiones que reciben tanto de sus directivos como de grupos de interés conservadores. En cierta manera, Gitlin se cuela entre bambalinas para deshacer la madeja de esa hegemonía que se consume de manera inocente bajo la excusa del entretenimiento.

En sus últimos años en activo Gitlin llegó a dirigir el programa de doctorado de la Escuela de Periodismo de Columbia tras su paso por New York University. Sus estudiantes aseguran que no había tipo más metido en la política de su país y, sin embargo, más abierto a las ideas de sus alumnos y colegas internacionales. Entre los libros de su última etapa destacan *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives* (2002), con ecos de Neil Postman, y *Occupy Nation: The Roots, the Spirit, and the Promise of Occupy Wall Street* (2012), que formaría un díptico ideal con su obra seminal de 1980, poniendo frente a frente la New Left de los 60 con los movimientos de protesta post-Gran Recesión del siglo XXI.





Noticias ACOP

La actualidad de
nuestra asociación





NOTICIAS ACOP

VI Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP



Para los próximos meses estamos preparando nuevos eventos que, en la medida de lo posible, pretendemos que puedan celebrarse de forma presencial para recuperar el contacto y compartir buenos momentos con todas las personas interesadas en el mundo *compol*.

Nos alegra poder avanzaros que el próximo 20 de abril disfrutaremos de una nueva sesión ***off the record* con Arancha González Laya**, exministra de Asuntos Exteriores y, actualmente, decana de la Escuela de Asuntos Internacionales de París (PSIA), dependiente del Instituto de Estudios Políticos de París. Sin duda va a ser todo un privilegio para los socios y socias de ACOP compartir con ella una cena que seguro que será muy enriquecedora.

También estamos cerrando el programa de una interesante jornada sobre fotografía política, además de otras conferencias y encuentros *off the record*, al mismo tiempo que avanzamos en la organización del **VI Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP**, que como sabéis se celebrará los días 30 de junio, 1 y 2 de julio. Ya falta muy poco para publicar la web con toda la información detallada y para que se pongan a la venta las entradas.

Aprovechamos también para informaros de que, en esta primera quincena de marzo, pasaremos el recibo anual de ACOP. Si necesitas actualizar tus datos, escribe por favor a info@compolitica.com. Os recordamos que todos los socios y socias al corriente de pago de la cuota podréis beneficiaros de importantes descuentos en las entradas al VI Encuentro. ¡Os esperamos! 🍷



Tabla valoración

Índice de popularidad de los
protagonistas políticos



Tabla de valoración

MARZO 2022

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
 Putin - Rusia*	71 %	Levada	Febrero 2022	
 Abinader - R. Dominicana	69 %	CID Gallup	Febrero 2022	
 Guillermo Lasso - Ecuador	64 %	Cedatos	Octubre 2021	
 Draghi - Italia	63 %	Istituto IXE	Enero 2022	
 López Obrador - México	61 %	Mitofsky	Febrero 2022	▼ -3
 Luis Arce - Bolivia	55 %	Q Social Now / ATB	Marzo 2022	
 Lacalle - Uruguay	50 %	Equipos	Enero 2022	
 Sánchez - España	49 %	CIS	Febrero 2022	▲ +2
 Morrison - Australia	44 %	Essecial Report	Febrero 2022	▼ -2
 Scholz - Alemania	43 %	Infratest Dimap	Febrero 2022	▼ -17
 Martin - Irlanda	43 %	Sunday Times	Diciembre 2021	
 Biden - EE. UU.	41 %	Gallup	Febrero 2022	▲ +1
 Trudeau - Canadá	40 %	Angus Reid	Febrero 2022	▼ -2
 A. Fernández - Argentina	39 %	Poliarquía	Enero 2022	
 Costa - Portugal	37 %	Aximage	Noviembre 2021	▼ -4
 Macron - Francia	36 %	Ifop-Fiducial	Febrero 2022	▼ -2
 Carrie Lam - Hong Kong	32 %	Hong Kong Public Opinion Research Institute	Febrero 2022	▼ -2
 Castillo - Perú	27 %	Ipsos	Febrero 2022	▼ -10
 Duque - Colombia	22 %	Invamer	Enero 2022	▼ -3
 Jhonson - Reino Unido	22 %	YouGov	Enero 2022	▼ -1
 Bolsonaro - Brasil	22 %	Datafolha	Diciembre 2021	
 Piñera - Chile	21 %	Cadem	Febrero 2022	▼ -4



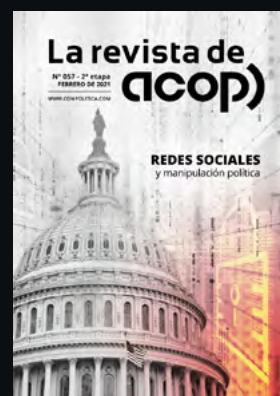
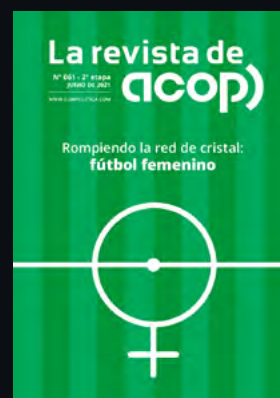
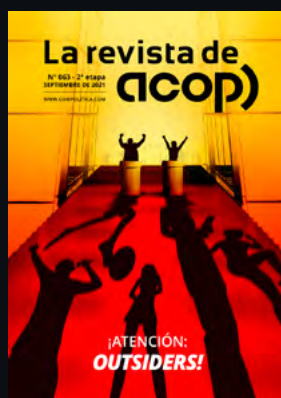
* Los datos de Levada podrían verse modificados artificialmente como consecuencia de la invasión rusa de Ucrania.

() no se dispone de nuevas mediciones.

Nota:

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

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



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



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



@compolitica



/user/compolitica

La revista de
acop)