

# La revista de ACOP)

Nº 075 - 2ª etapa  
OCTUBRE DE 2022

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

## LA REINA ISABEL

Setenta años de errores y aciertos en  
comunicación política



## La revista de **acop**

PARA **DESCARGARTE EL PDF** DE LA  
REVISTA, ESCANEA ESTE **CÓDIGO QR**  
CON TU MÓVIL.



*La Revista de ACOP*, nuevo nombre para *El Molinillo de ACOP* tras 82 números editados, es una publicación mensual a la que tienen acceso directo todos los socios de ACOP. Es una vía de comunicación abierta para todas aquellas personas interesadas en la comunicación política, una disciplina que, día a día, cobra más importancia en las democracias de todo el mundo, en un entorno cada vez más globalizado e intercomunicado, donde gobiernos y ciudadanos mantienen relaciones cada vez más estrechas y más transparentes.

En *La Revista de ACOP* encontrarás contenidos de actualidad relacionados con la comunicación pública e informaciones de interés para los profesionales de este sector. *La Revista de ACOP* es una de las revistas de referencia en su sector, habiendo sido reconocida con el premio Victory Award a la mejor publicación política en cuatro ocasiones consecutivas: 2014, 2015, 2016 y 2017.

*La Revista de ACOP* es, ante todo, una útil herramienta al servicio de los socios de ACOP, por lo que todas vuestras sugerencias o colaboraciones son más que bienvenidas. Podéis hacérsolas llegar a través de esta dirección:

[larevistadeacop@compolitica.com](mailto:larevistadeacop@compolitica.com)

Los artículos publicados en esta revista son fruto de la selección y redacción del Comité editorial, y no representan la posición oficial de la Asociación, que solo se expresa a través de sus circulares oficiales. Los contenidos aquí recogidos están protegidos por las leyes de la propiedad intelectual, por lo que solo podrá hacerse uso de ellos citando su origen.

### SÍGUENOS EN:



[/AsociacionACOP](https://www.facebook.com/AsociacionACOP)



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



[/user/compolitica](https://www.youtube.com/user/compolitica)



[/company/asociación-de-comunicación-política-acop-](https://www.linkedin.com/company/asociación-de-comunicación-política-acop-)

## EDITA

**ACOP - ASOCIACIÓN DE  
COMUNICACIÓN POLITICA**

**Avda. Complutense s/n**

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

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

### DIRECTORA

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

### SUBDIRECTOR

**Claudia Ortega**, [@claudia\\_chv](https://twitter.com/claudia_chv)

### 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)

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

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

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

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

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

**Gonzalo Entrena**, [www.gonzaloentrena.com](http://www.gonzaloentrena.com)

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

**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)

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

### DISEÑO

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

### COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

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

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

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

**Stanley Greenberg**, doctor en Harvard.

**Marta Lagos**, directora fundadora de la Corporación Latinobarómetro.

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

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

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

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

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

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



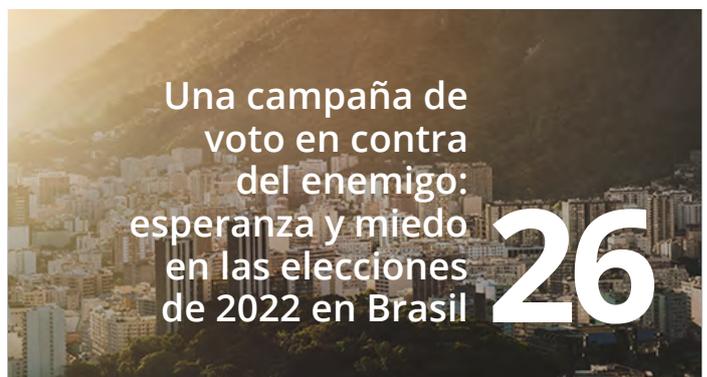
La contribución de las universidades a la regeneración política: la formación ética, una asignatura pendiente

11



Entrevista a Ana Polo Alonso

17



Una campaña de voto en contra del enemigo: esperanza y miedo en las elecciones de 2022 en Brasil

26

**05**  
**A FONDO**  
La reina Isabel, setenta años de errores y aciertos en comunicación política  
*Eva Baroja*

**23**  
**TENDENCIAS**  
Una campaña de voto en contra del enemigo: esperanza y miedo en las elecciones de 2022 en Brasil  
*Joscimar Silva y Helcimara Telles*

**33**  
**CULTURA POLÍTICA**  
Cartel Electoral  
*Beers & Politics*

**42**  
**CULTURA POLÍTICA**  
Música y política  
*Ignacio Martín Granados*

**11**  
**A FONDO**  
La contribución de las universidades a la regeneración política: la formación ética, una asignatura pendiente  
*Eva Jiménez Gómez*

**26**  
**TENDENCIAS**  
Claves del próximo año en la política española: de la polarización a la gestión  
*Javier Pintado*

**35**  
**CULTURA POLÍTICA**  
Reseña Destacada  
*Lucía Velasco Vicente*

**45**  
**TECNOPOLÍTICA**  
Social Media Compol  
*Daniel García*

**17**  
**ENTREVISTA A**  
Ana Polo Alonso  
*José Luis Izaguirre*

**28**  
**TENDENCIAS**  
El valor de la democracia  
*Luciana C. Manfredi PhD.*

**36**  
**CULTURA POLÍTICA**  
Libros  
*Emilia Malacalza*

**38**  
**CULTURA POLÍTICA**  
Lapidarium  
*Alberta Pérez Mesa*

**48**  
**TECNOPOLÍTICA**  
Los papers de ACOP  
*Redacción*

**40**  
**CULTURA POLÍTICA**  
La foto  
*Alejandra Artero*

**51**  
**NOTICIAS**  
*Redacción*

**30**  
**EL CAJÓN DEL CONSULTOR**  
Calendario Electoral Octubre-Noviembre  
*Claudia Ortega*

**53**  
**TABLA DE VALORACIÓN**  
Octubre 2022  
*Redacción*



# A fondo

Artículos de investigación en  
comunicación política





A FONDO

# La reina Isabel, setenta años de errores y aciertos en comunicación política



EVA BAROJA

@eva\_baroja

Periodista y filóloga

**C**on el paso de las décadas, Isabel II se convirtió en una experta en comunicación de crisis. Aunque toda su vida fue retransmitida por las cámaras de televisión, se ha llevado consigo sus opiniones políticas y su faceta más personal.

¿Cómo se rebate ante la prensa que tu hijo favorito no forma parte de la red de tráfico sexual más mediática de las últimas décadas? ¿Cómo te defiendes de las acusaciones de racismo de la mujer de tu nieto? Y, sobre todo, ¿cómo compites en popularidad con la princesa más querida de la historia de las monarquías europeas? A todos esos interrogantes se tuvo que enfrentar la reina Isabel II durante las más de siete décadas que duró su reinado, y, pese a todo, a los 96 años consiguió que su vida terminase en el momento álgido de su popularidad.

La liturgia de su funeral, que pasará a la historia como el mayor evento televisivo del siglo, ha marcado el fin del dominio de la pequeña pantalla que empezó con su coronación en 1953. También, ha reforzado algunos de los pilares que han sostenido su liderazgo y su forma de comunicar. Desde la total discreción en torno a su vida personal hasta su capacidad para adaptarse a los medios de

comunicación de masas y a las nuevas tecnologías. No sorprende, por lo tanto, que su muerte fuese anunciada a los ciudadanos a través de [Twitter](#), la red social en la que los Windsor abrieron el paso a otras casas reales.

La figura de la reina Isabel ha sido un elemento unificador para los británicos, un espejo en el que reconocerse y un seguro al que aferrarse. El país cambiaba, pero su cara permanecía en los billetes y seguía saludando con su sonrisa indescifrable desde el Palacio de Buckingham. Como escribió el corresponsal de EL PAÍS Rafa de Miguel en la [crónica](#) de su muerte, "Isabel II se convirtió en la clave de la bóveda de su arquitectura constitucional. La representación visible y el anhelo de estabilidad y unidad de un país fragmentado". Su reinado ha sido un constante discurrir entre la cercanía y el misticismo, la tradición y la innovación y una comunicación de crisis que ha ido perfeccionando con el paso de las décadas.

## "NUNCA TE QUEJES, NUNCA TE EXPLIQUES"

Uno de los puntos fuertes del liderazgo de la reina durante estos últimos setenta años ha sido, simplemente, no decir nada. Estar y cumplir con lo que se esperaba de ella para que los demás interpretasen sus silencios. Muy pocas veces, incluso en los momentos más duros de su vida, se dejó llevar por los sentimientos o por la emoción. Hay una frase que, según varios historiadores, ha repetido una y otra vez a sus hijos y nietos: "*Never complain, never explain*". Nunca te quejes, nunca te expliques.

Conoció a quince primeros ministros, desde Churchill hasta la actual primera ministra Liz Truss, pero nunca expresó directamente lo que opinaba ni se pronunció sobre temas como el colonialismo, el divorcio, la política o el *brexit*. Ni siquiera cuando algunos sectores de la opinión pública británica la acusaron de estar a favor de la salida de la Unión Europea. Todo después de firmar el decreto de la [inédita disolución](#) del Parlamento presentado por Boris Johnson. ▶



Una polémica que terminó cuando la Corte Suprema del Reino Unido sentenció que pedir a la reina que suspendiese el Parlamento era un acto ilegal.

Aunque toda su vida fue retransmitida por las cámaras, documentada por los periódicos y llevada al cine y a la televisión, la reina Isabel se ha ido habiéndose llevado consigo su faceta más personal. ¿Cómo era como mujer? Nadie sabe cómo se comportaba realmente en la intimidad. Robert Lacey, historiador, biógrafo y uno de los consultores de *The Crown* admitía en una entrevista a propósito de su Jubileo de Diamante que, a pesar de llevar casi cuarenta años escribiendo libros y artículos sobre la familia real, la esencia de la reina seguía siendo un enigma para él. “Creo que esa ha sido su gran fortaleza”, sentenció.

#### **“PARA QUE NOS CREAN, NOS TIENEN QUE VER”**

El 2 de junio de 1953, veinte millones de británicos se juntaron con familiares y amigos para ver por primera vez la coronación de Isabel II a través de sus televisores. Lejos de la isla, cien millones de telespectadores en Estados Unidos, Canadá y otros países de la Commonwealth asistieron en diferido, pero igualmente atónitos, a este evento que inauguró la época dorada de la televisión y que dobló su número de licencias en Reino Unido.

Aunque en un primer momento la reina tenía miedo de romper la tradición y abrir al público la ceremonia, su marido Felipe de Edimburgo consiguió convencerla. Desde entonces, Isabel II fue abrazando poco a poco los avances tecnológicos y abriendo su vida a las cámaras y a los medios de comunicación, aunque siempre dentro de unos límites. “Para que nos crean, nos tienen que ver”, solía decir a secretarios y asesores. Pero, ¿cómo acercarse a la gente sin que desapareciese la mística que les elevaba? ▶



Este fue el gran problema que tuvo *Royal Family*, un ambicioso documental grabado en 1969, que permaneció oculto durante décadas en los archivos reales de Windsor. El film, que seguía el día a día de su familia a través de escenas cotidianas, tenía como objetivo reforzar la popularidad de la institución y, también, humanizarla. Quizás, demasiado. En él, se podía ver a la reina aliñando una ensalada, al príncipe Eduardo aprendiendo a leer o al duque de Edimburgo asando salchichas en Balmoral. Como explica Enric González en su libro *Historias de Londres*, el componente místico de la monarquía “empezó a tambalearse aquel día en el que la magia y el misterio fueron penetrados por las cámaras de la televisión”.

## LA REINA DE TWITTER

A la reina tampoco le costó subirse al “carruaje” de las redes sociales. En 2007, los Windsor crearon su propio canal de Youtube. Y en 2009, se convirtieron en la primera familia real europea en abrirse una [cuenta](#) de Twitter. La monarquía española no lo hizo hasta 2014 —cuando accedieron al trono Felipe y Letizia—, la familia real belga se la abrió en 2013 y la holandesa en 2010. Desde hace varios años, los Windsor tienen también una amplia presencia en Instagram, red social en la que comparten vídeos e instantáneas de los actos, eventos y causas en los que participan, pero también de su vida familiar y de sus hijos. Los nuevos [príncipes de Gales](#), Guillermo y Kate, cuentan con 14,5 millones de seguidores. Los [duques de Sussex](#), con 9,6 millones.

Con sus propios canales de comunicación de masas la reina empezó



a llevar la iniciativa comunicativa. Eran ellos mismos quienes controlaban las imágenes y los vídeos que llegaban a los medios. La reina era consciente de ello, y por eso, en ocasiones especiales como los Juegos Olímpicos o su Jubileo de Platino, no tuvo problema en innovar y en participar en divertidos *spots* como cuando voló en helicóptero junto a James Bond o tomó el té con el famoso [osito Paddington](#). Aunque hay un dato sorprendente. Sin contar los mensajes navideños, la reina solo se ha dirigido a la nación por televisión en cinco ocasiones: en la primera Guerra del Golfo, tras la muerte de Diana y de su madre, en su Jubileo de Diamante y durante la pandemia en 2020.

## ABERFAN Y LADY DI: LA REINA SUSPENDE EN EMPATÍA

Las mayores crisis de comunicación que tuvo que afrontar durante su reinado surgieron en el seno de su propia familia. Los escándalos de su marido, que siempre fue un verso libre, de sus hijos y de sus nietos hicieron oscilar su popularidad y, en algunos momentos, incluso hundirla. Así ocurrió en 1992, su *annus horribilis*, como ella misma confesó en el palacio Guildhall de la City de Londres. Había visto arder Windsor, sus hijos Ana y Andrés se acababan de divorciar y los escándalos de la tormentosa relación entre Carlos y Diana ocupaban las portadas de todos los tabloides.





▼ sus hijos. Nadie podrá olvidarla". Esta rectificación surtió efecto y puso punto y aparte al descontento popular.

### MEGXIT Y EL PRÍNCIPE ANDRÉS: CORTAR POR LO SANO

La reina ha sabido mirar a largo plazo y sobreponerse a las circunstancias del momento, demostrando una gran capacidad de resistencia. Y con el paso de las décadas ha ido perfeccionando su comunicación de crisis. Por ejemplo, concediendo la mínima importancia al Megxit y a las acusaciones de racismo de la mujer de su nieto. En ambos casos, intentó cambiar el foco y evitar que creciese la polémica a través de comunicados conciliadores, incluso, cariñosos. Esto dijo tras el anuncio de Harry y Meghan: "Aunque hubiésemos preferido que siguiesen siendo miembros a tiempo completo de la Casa Real, respetamos y entendemos su deseo de vivir una vida familiar más independiente". Después de las graves palabras de Meghan en la entrevista de Oprah Winfrey, la reina dijo en un comunicado que lo investigarían en privado y les mostró su cariño como abuela: "Siempre seréis unos miembros de la familia muy queridos".

No actuó con la misma tranquilidad tras la entrevista que concedió su hijo Andrés en la BBC. El duque de York lo hizo sin pedirle permiso y en ella quedó patente que mentía sobre su vinculación a Epstein y su relación con Virginia Roberts, una de las víctimas de la red de tráfico sexual que le acusó de haber abusado de ella. Así lo explica Dick Arbiter, el portavoz de prensa de la reina de 1988 a 2000,



en *Las últimas batallas de Isabel II*: "Cuando la reina se entera de la entrevista, no es que se mostrara sorprendida, estaba furiosa porque un miembro de su familia, su propio hijo, les había arrastrado a todos al desastre y les había llenado de vergüenza". Dos meses después, cuando el juez desestimó la petición para sobreseer el caso, la reacción de Isabel II fue rápida, contundente y sin precedentes: le expulsó de la Casa Real y le retiró todas sus funciones.

### EL DEBER POR ENCIMA DE TODO

"He sentido que estaba viviendo el final de una era. Soy una afortunada", dijo emocionada Pippa, una mujer de Whitstable, una localidad costera del condado de Kent, a la reportera de la BBC. Salía del Palacio de Westminster. Era una de las 250.000 personas que

durante cuatro días habían esperado una media de catorce horas de cola para presentar sus respetos a la reina de Inglaterra. A su reina. La más longeva y popular. La mujer que siempre había estado ahí: imperturbable, inmutable, casi inmortal.

Isabel II asumió, desde muy joven, el sentido del deber, de la ejemplaridad y del compromiso con el pueblo británico. Desde que, el día de su coronación, el arzobispo de Canterbury le colocó en el dedo anular la alianza de Inglaterra (*"the wedding ring of England"*). Un anillo de zafiros y rubíes que simbolizaba la unión eterna del monarca con su nación. "No puedo llevaros a la guerra, no puedo legislar o administrar justicia —les dijo en su primer mensaje navideño por televisión—, pero puedo hacer otra cosa: puedo daros mi corazón". ✘





# La contribución de las universidades a la regeneración política: la formación ética, una asignatura pendiente



**EVA JIMÉNEZ  
GÓMEZ**

@evajg

Profesora del Seminario de Ética y Comunicación Política Actual en el Grado de Ciencias Políticas y Gestión Pública de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

**L**a ciudadanía española no tiene una buena imagen de la política. Nos lo recuerda cada barómetro del CIS y casi cada conversación informal sobre el tema. ¿Nos hemos resignado como ciudadanía a aceptar “lo que hay”? O, tal vez peor, ¿se ha conformado la Universidad, la institución que debe formar a las nuevas generaciones de profesionales vinculados a la política y aportar soluciones?

Responder a esta pregunta constituye una tarea compleja que requeriría un conocimiento profundo de todos los centros educativos, los contenidos de las materias, conversaciones con el profesorado y responsables de la institución académica, con el alumnado, egresados, etc.

Una primera aproximación podría iniciarse con la revisión de los planes de estudios del grado de Ciencias Políticas, con el fin de averiguar si estos incluyen la asignatura de Ética, Deontología, Valores o similares. Al tratarse de un artículo para una revista especializada en comunicación política, se han analizado también los másteres de Comunicación Política.

El debate sobre si este tipo de contenidos debería tratarse a través de una materia específica o de modo transversal es antiguo y no entraremos en él mientras las universidades no expongan claramente cómo garantizan la coherencia y continuidad de los contenidos. En todo caso, parece evidente que la existencia de una asignatura específica garantiza un abordaje más completo y sistemático y, por tanto, denota un mayor compromiso por parte de los centros de educación superior con la formación ética de sus estudiantes.

Si se realizan las búsquedas de 'ciencias políticas' y 'ciencia política' en el nivel académico de 'grado' en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Universidades, se encontrarán 28 registros. Si se omiten los grados a extinguir o extinguidos, el total se reduce a 21 centros educativos. Al examinar los planes de estudio publicados en el Boletín Oficial del Estado más reciente que figura en el RUCT se obtienen los resultados que se muestran en la siguiente tabla. ▶

<sup>1</sup> El Registro de Universidades, Centros y Títulos del Ministerio de Universidades incluye únicamente las titulaciones oficiales, por lo que queda pendiente la búsqueda y análisis de títulos propios y formaciones impartidas por centros no universitarios. <https://www.educacion.gob.es/ruct/consultaestudios.action?actual=estudios> [Consulta: Agosto 2022]



GRADO	UNIVERSIDAD	ASIGNATURA ÉTICA O SIMILAR
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas, Gobierno y Administración Pública	Universidad de Murcia	NO
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas	Universidad Cardenal Herrera-CEU	Ética Pública (3 ECTS, OB)
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas	Universidad Complutense de Madrid	NO
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas	Universitat Abat Oliba CEU	Ética Política (6 ECTS, OB)
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad de Barcelona	NO
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad de Girona	NO <sup>2</sup>
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad de Granada	NO
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad Pablo de Olavide	NO <sup>3</sup>
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad Pompeu Fabra	NO
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y de la Administración Pública	Universitat de València (Estudi General)	Análisis de la corrupción, transparencia y buen gobierno (4,5 ECTS, OPT) <sup>4</sup>
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y Gestión Pública	Universidad Internacional de La Rioja	Ética y gobernanza (6 ECTS, OB)
Graduado o Graduada en Ciencias Políticas y Gestión Pública	Universidad Miguel Hernández de Elche	NO

<sup>2</sup>BOE no disponible en la página del RUCT. Información obtenida directamente de la página web de la universidad. <https://www.udg.edu/es/estudia/oferta-formativa/oferta-dassignatures?idpla=3104G0417&anyacad=2022> [Consulta: agosto 2022]

<sup>3</sup>Existe la asignatura de Derechos Humanos y Valores Democráticos (6 ECTS, OB), pero no se abordan temas de naturaleza estrictamente ética. <https://www.upo.es/portal/impe/web/contenido/0dffa4d-43b3-11de-874c-3fe5a96f4a88> [Consulta: agosto 2022]

<sup>4</sup>BOE no disponible en la página del RUCT (archivo no válido). Información obtenida directamente de la página web de la universidad. <https://www.unir.net/ciencias-politicas/grado-politicas-gap/plan-de-estudios/> [Consulta: agosto 2022]



Graduado o Graduada en Ciencias Políticas/Bachelor in Political Science	Universidad Carlos III de Madrid	NO <sup>5</sup>
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Administración Pública	Universidad Autónoma de Madrid	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Administración Pública	Universidad de Salamanca	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y de la Administración	Universidad de Santiago de Compostela	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y de la Administración	Universidad Nacional de Educación a Distancia	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Gestión Pública	Universidad Autónoma de Barcelona	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Gestión Pública	Universidad de Burgos	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Gestión Pública	Universidad del País Vasco	NO
Graduado o Graduada en Ciencia Política y Gestión Pública	Universidad Rey Juan Carlos	Deontología profesional: igualdad y principios jurídicos básicos (6 ECTS, FB)

### LA ASIGNATURA DE ÉTICA, PRESENTE EN EL 25% DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

El análisis de la información obtenida permite observar algunos datos interesantes. El primero, y tal vez más llamativo, es que 5 de 21 universidades cuentan con una asignatura específica sobre Ética, Deontología o similares en sus grados de Ciencias Políticas. Estamos hablando de aproximadamente el

25% del total, una cifra claramente insuficiente para los retos a los que se enfrenta la política actual y con los niveles de polarización y crispación existentes dentro y fuera de nuestro país.

Otro hecho reseñable es que, de las 5 instituciones académicas que ofrecen la materia, tres son privadas y dos son públicas. Obsérvese también que las tres privadas constituyen el 100% de las privadas lo-

calizadas, mientras que las dos públicas equivaldrían a poco más del 10% del total de centros públicos.

En cuanto al tiempo dedicado al aprendizaje, tres universidades le conceden 6 créditos ECTS, una 4, 5 y otra 3, algo que a primera vista revela la falta de consenso acerca de la importancia de formar en la responsabilidad y los deberes de los y las profesionales vinculados a la política. ▶

<sup>5</sup> Existe la materia de Habilidades: humanidades (6 ECTS, FB), pero se trata de "cursos transversales [que] pueden ser desarrollados desde cualquier titulación y complementan la formación del alumnado en temas de actualidad y de interés para un desarrollo más amplio de sus competencias; tanto académicas como enfocadas a la vida diaria". <https://www.uc3m.es/ss/Satellite/Grado/es/TextoDosColumnas/1371215496078/> [Consulta: agosto 2022]



El tipo de materia también muestra el grado de importancia que se le concede. Solo un centro académico la considera Formación Básica, tres apuestan por la obligatoriedad y otro por la optatividad.

Los datos pueden interpretarse de muchas maneras, pero creemos que no faltamos a la verdad si concluimos que la presencia de la asignatura de Ética, Deontología o similares en los grados de Ciencias Políticas impartidos en nuestro país es bastante pobre.

La presencia en las universidades públicas es claramente insuficiente, algo que sorprende al hallarse financiadas con dinero público y, por tanto, con una misión de servicio público tan o incluso más elevada que los centros privados.

El hecho de que una única universidad catalogue la asignatura de Ética como Formación Básica también nos hace pensar en la poca conciencia existente sobre su importancia, cuando esta asignatura debería ser el pilar sobre el que se debería construir una auténtica ética profesional política, pública y ciudadana.

### LA ASIGNATURA DE ÉTICA, PRÁCTICAMENTE INEXISTENTE EN LOS MÁSTERES OFICIALES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Si nos centramos en los másteres de 'comunicación política', el RUCT ofrece 14 resultados, que se reducen a 8 si se eliminan las titulaciones extinguidas y a extinguir. En este caso, el análisis de los planes de estudio se ha realizado a través de las páginas web

MÁSTER	UNIVERSIDAD	ASIGNATURA ÉTICA O SIMILAR
Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada	Universidad de Lleida	NO <sup>6</sup>
Máster Universitario en Comunicación Política y Corporativa	Universidad de Navarra	NO <sup>7</sup>
Máster Universitario en Comunicación Política y Empresarial	Universidad Camilo José Cela	NO <sup>8</sup>
Máster Universitario en Comunicación Política y Gestión de Crisis y Emergencias	Universidad Antonio de Nebrija	NO <sup>9</sup>
Máster Universitario en Comunicación Política y Social	Universidad Ramón Llull	NO <sup>10</sup>
Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política	Universidad Complutense de Madrid	NO <sup>11</sup>
Máster Universitario en Nuevos Periodismos, Comunicación Política y Sociedad del Conocimiento	Universitat de València (Estudi General)	Nuevos periodismos: complejidad y responsabilidad (7 ECTS, OB) <sup>12</sup>
Máster Universitario en Tecnologías en Marketing y Comunicación Política	Universidad de Santiago de Compostela	NO <sup>13</sup>





de los centros educativos, ya que los BOE presentaban información demasiado escueta.

Como puede observarse, la asignatura de Ética, Deontología, Valores o similares apenas aparece en los másteres oficiales recogidos por el RUCT, hecho que nos lleva a concluir la poca importancia que concede la Universidad a la sensibilización y toma de decisiones éticas en el ámbito de la comunicación política-pública.

La excepción a la regla es el Máster Universitario en Nuevos Periodismos, Comunicación Política y Sociedad del Conocimiento de la Universitat de València. La materia cuenta con 7 ECTS y es de carácter obligatorio, si bien parece demasiado centrada en el periodismo, un aspecto muy concreto y parcial de la comunicación política en general.

### **LA CONTRIBUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD A LA REGENERACIÓN POLÍTICA, INSUFICIENTE**

A la vista de los datos anteriores y en líneas generales, puede concluirse que las universidades

españolas que imparten los grados de Ciencias Políticas y las que ofrecen másteres oficiales de Comunicación Política no consideran importante incluir una asignatura de Ética, Deontología, Valores o similares en sus planes de estudio.

Este hecho nos parece de suma gravedad, dada la desafección política, crisis de confianza, aumento de los populismos-extremismos y el clima de posverdad en el que nos hallamos inmersos, por no hablar de retos recientes como la gestión de la pandemia de la COVID-19 o la guerra entre Rusia y Ucrania, con todo lo que comportan a nivel sanitario, económico y social.

Sin duda, la Universidad puede contribuir a la formación ética de sus estudiantes de formas muy variadas, no solo a través de una asignatura. Sin embargo, tampoco puede negarse que la existencia de una materia sobre la cuestión contribuiría enormemente a visibilizar y tomar conciencia de la importancia de hacer y comunicar la política de manera responsable, así como facilitar la anticipación de futuros dilemas morales y

agilidad en la toma de decisiones, entre otros beneficios.

Algunos podrían pensar que la Universidad no tiene tanto poder como para cambiar ciertas dinámicas sociopolíticas, pero este argumento va contra el espíritu de la propia institución académica, que desde su origen ha confiado en el poder de la educación y las ideas para transformar la realidad.

Además, como suelo plantear a mis estudiantes del Seminario de Ética y Comunicación Política Actual de la UNIR, ¿acaso no debemos hacer todo aquello que esté en nuestra mano para contribuir a una mejor política y, por ende, a una mejor sociedad? ¿Desde cuándo puede considerarse una opción defendible tirar la toalla antes de intentarlo, por muy complicados que sean los retos a los que nos enfrentamos? ¿Y qué importa lo que hagan o dejen de hacer los demás? Si la Universidad no asume su corresponsabilidad social en la regeneración política, está condenada a perder utilidad y autoridad. Esperemos que no sea demasiado tarde, por el bien de todos y todas. **✎**

<sup>6</sup> Cfr. <https://www.cesnext.com/master-universitario-comunicacion-politica/programa/> [Consulta: agosto 2022]

<sup>7</sup> Cfr. <https://mstr.unav.edu/master-en-comunicacion-politica-y-corporativa/> [Consulta: agosto 2022]

<sup>8</sup> Cfr. <https://www.ucjc.edu/estudio/master-universitario-en-comunicacion-politica-y-empresarial/> [Consulta: agosto 2022]

<sup>9</sup> Cfr. <https://www.nebrija.com/programas-postgrado/master/comunicacion-politica-gestion-crisis-emergencias/#planEstudios> [Consulta: agosto 2022]

<sup>10</sup> Cfr. <https://www.blanquerna.edu/es/master-universitario-en-comunicacion-politica-y-social#plan-de-estudios> [Consulta: agosto 2022]

<sup>11</sup> Cfr. <https://www.ucm.es/comunicacion-politica/file/plan-de-estudios-master-22-23?ver=n>

<sup>12</sup> Cfr. <https://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-postgrado/masteres-oficiales/oferta-masteres-oficiales/master-universitario-nuevos-periodismos-comunicacion-politica-sociedad-del-conocimiento-1285848941532/Titulacio.html?id=1286032737173&plantilla=UV/Page/TPGDetaill&p2=2>

<sup>13</sup> <https://www.usc.gal/es/estudios/masteres/ciencias-sociales-juridicas/master-universitario-tecnologias-marketing-comunicacion-politica> [Consulta: agosto 2022]



## Entrevista

Charla en profundidad con los protagonistas de la actualidad



ENTREVISTA

# Entrevista a Ana Polo Alonso

*@nanpolo. Polítologa y escritora especializada en comunicación de la realeza*

**“Durante siglos, las únicas mujeres que podían alcanzar el poder y ejercerlo eran las reinas y las emperatrices”**



**JOSÉ LUIS  
IZAGUIRRE**

@jl\_izaguirre92

**P**olítologa y escritora especializada en comunicación, liderazgo e historia de las mujeres, especialmente de la realeza. Tiene un máster en Gestión Pública e hizo cursos de Relaciones Internacionales en Harvard. Ha asesorado a políticos nacionales, ha trabajado durante años como escritora de discursos y fue voluntaria en la campaña presidencial de Barack Obama. Como escritora ha escrito *Sissi. La verdadera historia de Elizabeth, emperatriz de Austria y reina de Hungría* y *La reina. La increíble historia de Isabel II*. Además, colabora habitualmente con prensa, es tertuliana en el programa *Tot es mou* de TV3 y ha participado en varios programas de La Sexta.

**¿Por qué has decidido especializarte en escribir sobre la historia de las mujeres?**

Llegué a la historia de las mujeres, sobre todo de la realeza, a través de la política y supongo que se puede decir que también del feminismo. Porque durante siglos, las únicas mujeres que podían alcanzar el poder y ejercerlo eran las reinas y las emperatrices. Aún ha día de hoy, en muchos países, incluido España, no ha habido presidentas del Gobierno.

Supongo que, en parte, mi fascinación por las mujeres de la realeza viene de la búsqueda de referentes femeninos potentes. La verdad es que ha habido algunas mujeres fascinantes, desde Leonor de Aquitania a la propia Isabel II de Inglaterra. Muchas fueron pioneras y abrieron caminos a las generaciones posteriores. Siempre me ha interesado

conocer a estas mujeres, saber cómo triunfaron en un mundo increíblemente machista. Y supongo que también, de algún modo, he querido reivindicarlas como políticas y estadistas. Me molesta bastante que estén encasilladas como 'princesas de cuento', cuando la gran mayoría fueron diplomáticas superlativas y con un dominio de la comunicación política muy superior al de muchos hombres de su generación.

**¿Crees que las mujeres relevantes del último siglo están suficientemente reivindicadas?**

No todas, desgraciadamente. Es obvio que, más allá de las ideologías de cada uno, mujeres como Margaret Thatcher, por ejemplo, han tenido un papel muy destacado y han sido reconocidas por su trayectoria y valía. Pero no hay duda de que otras mujeres han sido injustamente encasilladas y ninguneadas. ▶

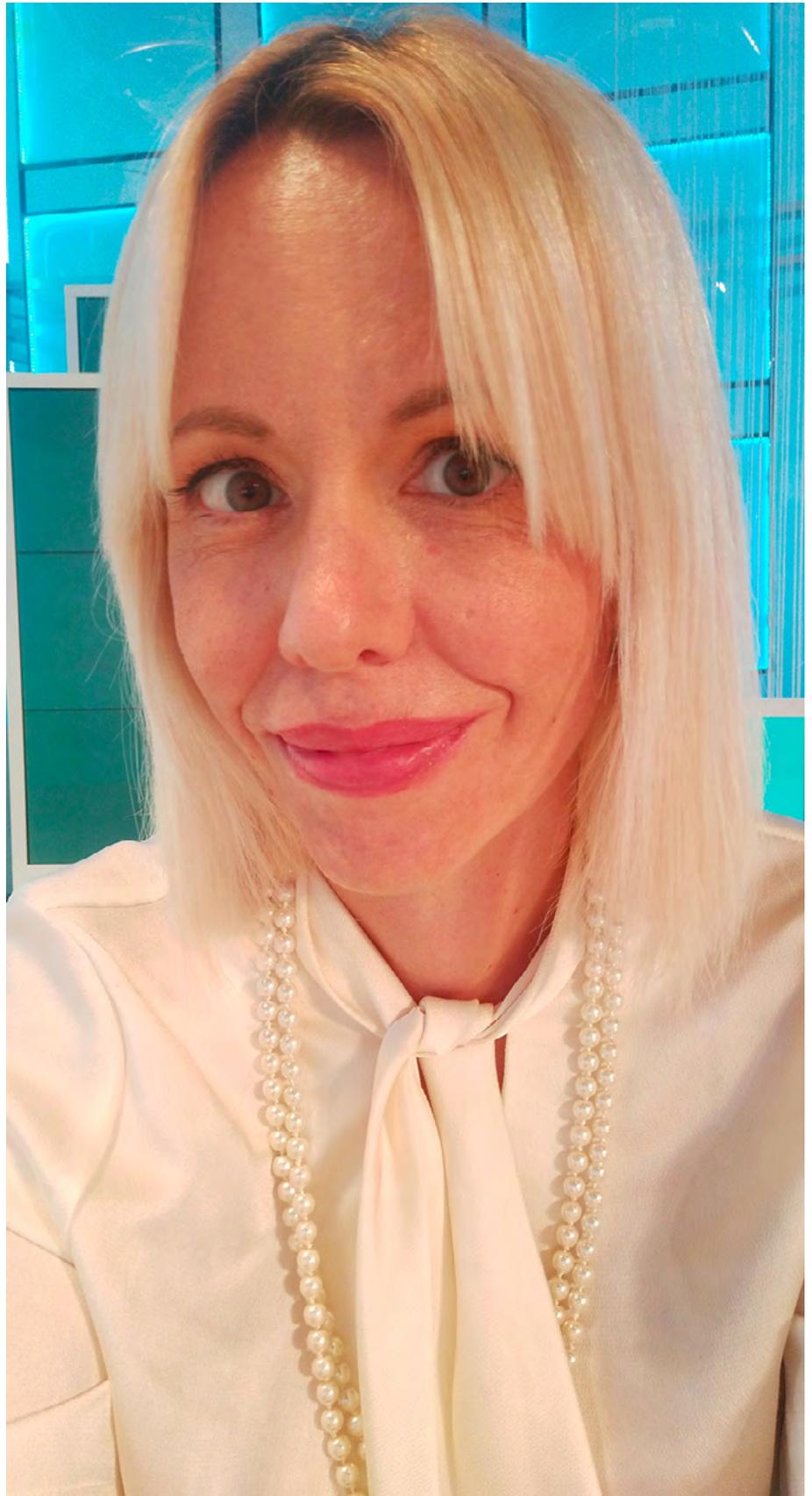


▼  
**¿Cómo y por qué comenzaste a escribir *La reina. La increíble historia de Isabel II*?**

Se podría decir que a la monarquía británica llegué a través de la reina Victoria. Fue un poco de casualidad: un buen día, siendo yo aún adolescente, quise buscar un libro en inglés para mejorar el idioma y descubrí la magnífica biografía de Victoria de Lytton Strachey, un muy buen amigo de Virginia Woolf. Era un libro breve, así que pensé que sería fácil de leer. La verdad es que el vocabulario era bastante avanzado, pero la prosa era preciosa, y además analizaba muy bien al personaje.

“ *Victoria y Alberto pusieron en marcha una auténtica campaña de comunicación política muy inteligente y bastante avanzada a su tiempo*”

Fue entonces cuando descubrí a una mujer interesantísima que tuvo que salvar a la monarquía y hacer frente a un sinfín de retos. Ella fue quien, junto con su marido, el príncipe Alberto, cambió la institución, la modernizó y la acercó al pueblo. Aunque prácticamente nadie se acuerde, Victoria y Alberto pusieron en marcha una auténtica campaña de comunicación política muy inteligente y bastante avanzada a su tiempo. Fue la era en que la era en que nacieron la fotografía y las revistas y ellos ya empezaron ▶





▼ a usar ambas. Posaron para multitud de reportajes —una auténtica revolución para la época— y dejaron que la prensa los siguiera a todas partes y hablara de ellos. Incluso Victoria escribió una vez para un periódico. Fueron ellos los que entendieron el valor de la imagen y también la necesidad de proyectarse como una familia modélica. Además, empezaron a viajar por todo el país y también por el extranjero, algo que sus antecesores apenas habían hecho.

Victoria me resultó tan fascinante que, a partir de entonces, comencé a leer todo lo que podía sobre la monarquía inglesa. Más que los líos amorosos, me interesaban las biografías serias —hay algunas magníficas escritas por verdaderos especialistas—. Así fue como di con algunos libros sobre Isabel II muy buenos que me descubrieron a una mujer muy interesante. Era una mujer sin especial formación y una timidez enfermiza que tuvo que pilotar otro gran cambio de la monarquía. Fue ella la que introdujo mejoras a un nivel que no se habían visto desde los tiempos de Victoria. También fue la que utilizó la comunicación de manera brillante: usó la televisión mucho antes que Kennedy y en los últimos años ha dado auténticos recitales de comunicación. Solo hay que ver el *sketch* con el osito Paddington.

**Uno de los hitos del comienzo de su reinado fue la retransmisión de su coronación por televisión. ¿Qué impacto tuvo aquello?**

Cambio todo, aunque hay que decir que a ella, al principio, le horrorizó la idea. Odiaba las cámaras de

televisión: decía que no salía bien y que se le tensaba el rostro. Muchos especialistas están de acuerdo que nunca llegó a dominar el medio del todo, aunque con los años recibió clases de la BBC. Decían que se ponía muy nerviosa delante de las pantallas.

Pero volviendo a la coronación, la televisión en directo marcó un hito. Estamos hablando del año 1953. Hemos de tener en cuenta que, por ejemplo, la televisión no irrumpe de verdad en una campaña presidencial estadounidense hasta John Fitzgerald Kennedy, en 1960, casi una década más tarde. La coronación permitió que la gente no solo viera por primera vez una ceremonia de siglos de antigüedad a la que muy pocos habían tenido acceso, sino que permitió que la corona se acercara al pueblo. Todos los monarcas de Inglaterra han sido muy hábiles a la hora de hacer lo posible para acercarse a las clases más trabajadoras. De ahí que hayan aguantado mientras todas las demás monarquías de Europa iban cayendo.

**¿Qué cambios prevés en la forma de comunicar del reinado de Carlos III con respecto al de su madre, Isabel II?**

Uff, para empezar hay que decir que Carlos III es un auténtico desastre con los medios. Siempre lo ha sido. En tan solo unos pocos días de reinado ya hemos podido ver unas salidas de tono que hubiesen sido inconcebibles con su madre. Muchos periodistas que lo han seguido durante décadas explican que siempre se

ha mostrado muy distante e incluso muy áspero con ellos. También explican que Carlos era incapaz de contestar a una pregunta de manera concisa y clara. Que daba vueltas y vueltas a un asunto y que tardaba minutos en explicar algo, lo que resulta funesto en la era de eslóganes rápidos.

“ *Todos los monarcas de Inglaterra han sido muy hábiles a la hora de hacer todo lo posible para acercarse a las clases más trabajadoras*”

No obstante, creo que la monarquía comenzó hace décadas, justo después de la muerte de Diana, cambios en la comunicación que son imparables y que en los últimos años se han intensificado. Después de la muerte de Diana, cuando la reina comete graves fallos de comunicación, Isabel II se da cuenta de que tiene que ser más próxima y mostrar más empatía. En los últimos años estaba obsesionada con conectar con la población, sobre todo con los más jóvenes. Siempre decía que el gran reto de la corona no iba a ser el republicanismo —que en el Reino Unido no llega al 19%— sino la indiferencia del público. De ahí que se esforzara por resultar simpática y salir en medios. Eso explica, por ejemplo, su aparición en la inauguración de los Juegos Olímpicos con James Bond.



▼  
**Durante 70 años, Isabel II ha tenido que lidiar con multitud de crisis en diferentes momentos, tanto personales como institucionales y políticas. De hecho, calificó 1992 como su *annus horribilis* ¿Cuál es la clave de que haya fallecido con la admiración de todo el país y sin reproches?**

Después de la muerte de Diana, se dio cuenta de que tenía que cambiar. Sobre todo, que su comunicación tenía que cambiar. Hay que reconocer que fue muy ágil y eficiente y que tomó medidas rápidas. Contrató a personas de comunicación jóvenes y empezó todo un tour por el país para que se la viera estando al lado de la gente. Por ejemplo, durante meses estuvo tomando el té todas las semanas con personas obreras en pisos de protección oficial de barrios humildes. También empezó a hacer banquetes a donde invitaba a personas de todas las clases sociales. Una vez la sentaron en una mesa con un albañil. En el libro dedico un capítulo entero precisamente a toda esta estrategia de comunicación que puso en marcha.

No obstante, hay que reconocer que en todo el proceso de “humanizar” a la reina tuvieron un papel fundamental una película y una serie. La película fue “The Queen”, con una magistral Helen Mirren (personalmente, creo que es la actriz que mejor la ha representado). La película narra los días posteriores a la muerte de Diana, cuando el país se cabrea con la reina. Es un film maravilloso que consiguió explicar a la reina, hacerla humana, sin que perdiera un ápice de solemnidad. Muchos en Buckingham reconocieron que aquella película marcó un antes y un después.

Y luego, claro está, viene The Crown. Aunque es una serie maravillosa y está muy bien hecha, no es especialmente verídica, pero ha conseguido que muchas personas creyeran que la conocían de algún modo.

“*Carlos III es un auténtico desastre con los medios*”

**¿Qué puede aprender la casa real española de la comunicación de la casa real británica?**

Debería aprender muchísimas cosas. La comunicación de la casa real española es atroz, casposa y rancia, muy anclada en el pasado. Y no hablemos de los discursos. La gran mayoría curan el insomnio. Más allá de los problemas amorosos y con la justicia, hablando solo de comunicación, creo que pecan de no estar rodeados de gente que realmente sepa del tema. Parece que lo único que les interesa es mantener a la prensa bien lejos, que nadie hable de ellos. Se equivocan, porque a parte de altivos, se les ve remotos. Y, lo peor, es que no conectan con la sociedad. Isabel II hizo esfuerzos para que se la viera al lado de personas de todas las clases sociales. A Felipe y a Letizia solo se les ve en inauguraciones rodeadas de personas de una extracción social muy limitada.

**¿Qué herramientas comunicativas tienen las casas reales europeas? ¿Sirve con la comunicación? ¿Qué es lo que están y no están explotando para afianzar el apoyo de la ciudadanía?**

El problema básico de las monarquías actuales es que nadie sabe exactamente para qué sirven ni

por qué tenemos que destinarle tanto dinero a una familia en concreto. Creo que existe la sensación de que las monarquías tienen como único objetivo sobrevivir. Pero nada más. Isabel II fue muy hábil: entendió que la monarquía en el siglo XXI debía convertirse en un fenómeno mediático global que atrajera la atención de todo el mundo y creara una buena imagen del país. Fue muy inteligente. Además, sabía hacer algo que a los demás les cuesta horrores: sabía ser solemne sin parecer altiva y cuando se mostraba informal no caía en lo vulgar.

“*A Felipe y a Letizia solo se les ve en inauguraciones rodeadas de personas de una extracción social muy limitada*”

**¿Qué opinas de las series que llevan a la pantalla vidas reales, como *The Crown*?**

Como serie, *The Crown* es magnífica. Yo la veo y vuelvo a ver constantemente, y estoy deseando que estrenen la nueva temporada. Dicho esto, el propio creador de la serie reconoció que se había inventado muchas cosas y que el 40% de la serie no se correspondía con la realidad. La propia Isabel II vio algunas temporadas y dijo que “se había exagerado mucho”. Pero más allá de exactitudes históricas, la serie ha hecho el mayor servicio a la Corona que se recuerda en siglos. Hizo a Isabel II cercana, humana, relevante. De ahí, en gran parte, el fenómeno que hemos visto tras su muerte. ❏





# Tendencias

Artículos sobre la actualidad política y su comunicación





TENDENCIAS

# Una campaña de voto en contra del enemigo: esperanza y miedo en las elecciones de 2022 en Brasil



**JOSCIMAR SILVA**

@joscimar144

Profesor en la Universidad Federal do Piauí y Diretor da ABRAPEL. Asociación Brasileña de Investigadores Electorales.



**HELCEMARA TELLES**

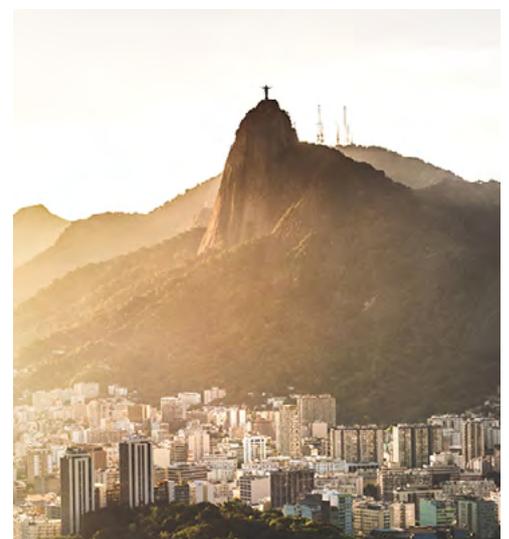
Profesora en la Universidad Federal de Minas Gerais y Presidente de ABRAPEL. Asociación Brasileña de Investigadores Electorales.

La primera vuelta de las elecciones presidenciales en Brasil ha enfrentado a dos candidatos de sobra conocidos: Lula da Silva y Jair Bolsonaro. Sus imágenes políticas, ampliamente consolidadas, han contribuido a que el 70% de los votantes ya tuviesen definido su voto antes de la campaña presidencial.

Durante las últimas semanas se han enfrentado dos discursos: por un lado, las promesas del pasado y de bonanza en los gobiernos de Lula y del Partido de los Trabajadores (PT) y, por otro, el discurso del miedo de Bolsonaro contra las izquierdas y el PT, apoyado en las denuncias de la corrupción y la idea de que Lula representa la destrucción de la familia y la libertad religiosa.

Este artículo pretende mostrar las principales narrativas de Lula y Bolsonaro y cómo mantienen y/o amplían sus bases electorales, con datos de encuestas electorales de agosto y septiembre de 2022. Por tanto, el estudio se ha elaborado con anterioridad a los comicios. Según estos sondeos, Lula obtiene más adhesión entre los estratos más pobres, los afrodescendientes, en casi todas las regiones de Brasil, con la excepción del sur. Concretamente, se observa una fuerte adhesión en el nordeste, la región con más proporción de población en

situación de pobreza. Por su parte, Bolsonaro obtiene mayor adhesión entre los más ricos, en la región sur y entre los evangélicos (Encuestas IPESPE/ABRAPEL, 2022; Encuesta IPEC, 2022).



El movimiento evangélico es el principal apoyo de Bolsonaro, pero la pandemia aceleró su desaprobación, ya que la crisis económica afectó a casi todos los estratos sociales y hubo un retraso significativo en la adquisición de las vacunas. Merecieron un impacto especial -por lo negativo- las imitaciones del presidente a personas con problemas de respiración y comentarios como que no era un sepulturero, que crearon una imagen de 'presidente sin compasión'.



En consecuencia, la popularidad de Bolsonaro ha caído en muchos estratos sociales, pero se ha mantenido con fuerza entre los evangélicos. Desde las elecciones de 2018, los grupos de WhatsApp de esta comunidad son foros habituales de *fake news* y, durante la pandemia, muchas iglesias evangélicas hicieron campañas en contra de las medidas sanitarias, argumentando que eran prácticas contra la libertad religiosa. Las creencias evangélicas conservadoras fueron acaparadas por la campaña de Bolsonaro con la adhesión de pastores y otros líderes religiosos, desde el apoyo a la pauta moral y en contra de 'la ideología de género'.

La fuerza de la adhesión evangélica a Bolsonaro llevó a Lula a re direccionar sus discursos hacia la comunidad evangélica, adoptando el discurso religioso en la campaña. Sin embargo, reactivó la importancia de la economía también en este grupo religioso, pues entre

los evangélicos más pobres creció la preferencia por Lula (IPEC, 26/09/2022).

La esperanza ha sido el principal sentimiento de la campaña, compartido por el 36% del electorado y más presente en los electores de Lula (IPESPE/ABRAPEL, 17/09/2022). Pero también hay otros sentimientos presentes entre los electores de Bolsonaro, a quienes poco les afecta la crisis económica y el desempeño del Gobierno: el miedo.

Pese a que la mayoría de la comunidad evangélica pertenece al estrato más pobre de la población, no parece que la mala gestión económica del Gobierno haya modificado sus preferencias electorales. ¿Los valores religiosos son más importantes que el bolsillo? De acuerdo con la encuesta del IPEC (agosto, 2022) la satisfacción con las condiciones de vida no varía entre religiones. Sin embargo, sobre el futuro del país, los

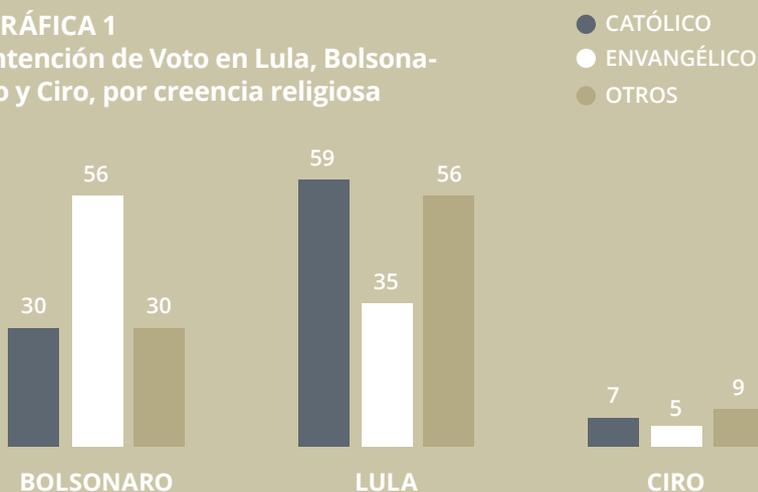
evangélicos son más optimistas. Los beneficios de los servicios sociales están distribuidos entre todos los segmentos religiosos, pero en la encuesta IPEC (septiembre, 2022), los estratos más pobres y los evangélicos ya se diferencian de los más ricos. Los primeros son más sensibles a la campaña de Lula, lo que demuestra que todavía existen grupos evangélicos de izquierdas y progresistas.

Lo que sostiene el apoyo a Bolsonaro entre los evangélicos es el discurso religioso del miedo a la izquierda, la destrucción de la familia y la persecución de la Iglesia. La parte más conservadora de esta comunidad religiosa cree que la libertad solo será posible si la Iglesia domina las siete áreas de la sociedad: familia, religión, educación, medios, entretenimiento, finanzas y gobierno.

En el apoyo a Lula influye mucho el rechazo a Bolsonaro -del 52%, según la IPESPE/ABRAPEL del 24 de setiembre de 2022- y la esperanza por una vuelta al pasado que representaba Lula. Sin embargo, no ha vacunado a sus electores contra la campaña del miedo de Bolsonaro y ha preferido alejarse de los mensajes homófobos y machistas de su rival para centrar su campaña en la promesa de mejora económica. Con mensajes como que las personas podrán "tomar su cerveza y hacer su asado en el fin de semana", el discurso de la izquierda se ha reducido al discurso del consumo.

En definitiva, ha sido una campaña contra el otro. En este sentido, la encuesta IPESPE/ABRAPEL también presenta datos inéditos sobre los efectos limitados o ilimitados de

**GRÁFICA 1**  
Intención de Voto en Lula, Bolsonaro y Ciro, por creencia religiosa



Fuente: Pesquisa IPEC, agosto de 2022



FIGURA 1

## Sentimientos sobre las elecciones presidenciales en Brasil, 2022



Fuente: Encuesta IPESPE/ABRAPEL, 14 a 16 de septiembre de 2022.



las campañas en la decisión del voto. El 14% de las personas entrevistadas afirman que han cancelado amigos, colegas y familiares en las redes sociales, pero ese número puede ser mayor. La intensificación en el uso de las redes impone un nuevo marco a las campañas: el rechazo al oponente, que en cierta forma retroalimenta las preferencias y polariza más las posiciones. Las encuestas situaban el rechazo a Lula en el 40% y señalaban que Bolsonaro generaba más rechazo que intenciones de voto. Las mujeres son el estrato más visible. Un 60% prefiere a Lula y un 53% rechaza a Bolsonaro, de ahí que haya recurrido a su esposa Michelle Bolsonaro para hacer campaña entre ellas.

Pese a lo que pronosticaban las encuestas, las elecciones se decidirán en segunda vuelta. Un mes más de esta difícil campaña electoral, que ganará el candidato con menos rechazo.

### FUENTES

IPEC, Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica. **Pesquisa de Opinião Pública sobre assuntos políticos/administrativos.** Agosto de 2022.

IPEC, Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica. **Pesquisa de Opinião Pública sobre assuntos políticos/administrativos.** Septiembre de 2022.

IPESPE, Instituto de Pesquisas Econômicas, Políticas e Sociais; ABRAPEL, Associação Brasileira de Pesquisadores Eleitorais. **Pesquisa Termômetro da Campanha.** Rodadas 1, 2, 3 e 4. agosto e septiembre de 2022. Acceso en:

<https://www.abrapel.org.br/termometro-da-campanha>.



# Claves del próximo año en la política española: de la polarización a la gestión



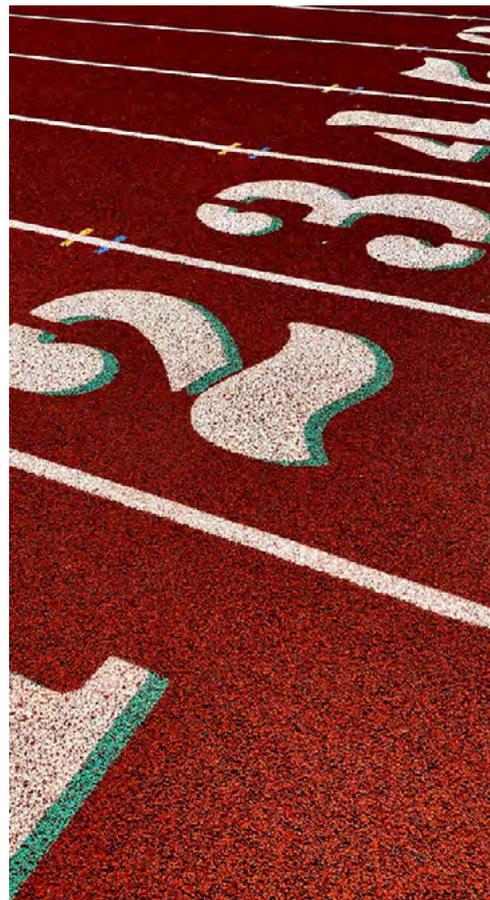
JAVIER PINTADO  
@JavierPintadoP

Los meses previos a unas elecciones son convulsos. Se revoluciona toda la maquinaria política y, si ya de por sí ocurre, más se acelera con una posible crisis económica y energética que puede tener altas consecuencias en el país. En España no solo nos encontramos en este curso político con unas elecciones municipales en todo el territorio y autonómicas en gran parte del Estado, sino que a finales de 2023 los comicios nacionales renovarán el legislativo, poniendo en marcha la formación de un nuevo ejecutivo.

Si la pasada cita a las urnas se caracterizaba por una mayor polarización y un movimiento hacia los extremos del eje ideológico, en este año se empieza a diluir esa tensión. Los candidatos de los grandes partidos tradicionales se acercan a la moderación, volviendo a estrategias catch all en las que la agresividad disminuye, mientras sus competidores a ambos extremos tratan de volver a tensar la cuerda para su beneficio.

Las previsiones económicas llevan a un obligado reposicionamiento de ciertos partidos o incluso de los candidatos dentro de una misma organización política.

Mientras unos continúan buscando la política más simbólica, la de gestos o grandes leyes, los más moderados van a tratar de encontrarse en el punto común de la gestión, peleándose por ver quién es el más preparado para afrontar una recesión y convencer de ello a las familias y al pequeño empresario. Si en la anterior crisis la prima de riesgo tuvo gran presencia, ahora lo hace la inflación y pronto lo harán los datos de empleo. Muchas propuestas y discursos se basarán en combatir el descenso del poder adquisitivo de los hogares o en la vulnerabilidad de muchas familias españolas.



Todo ello lo pudimos comprobar en la comparecencia que el presidente del Gobierno realizó a inicios de septiembre en el Senado en lo que se consideró un cara a cara con el líder de la oposición. ▶



Aunque el resto de partidos participó en el debate, el protagonismo que Sánchez y Feijóo obtuvieron fue notable, tratando de mostrarse como alternativas mayoritarias, recordando a los tiempos del bipartidismo. Durante gran parte del debate, ambos se centraron en señalar lo mal gestor que era el otro y lo bueno que había sido (y sería) el uno. Si la comparecencia debía tratarse sobre las medidas energéticas que realizaría el Gobierno, una réplica del propio presidente se dedicaría a hablar peyorativamente de la gestión que Feijóo había realizado en Galicia.

Precisamente la energía, que había sido un tema más cercano a la esfera ideológica, se ha convertido en clave. Todo candidato deberá tener una propuesta sólida, al menos aparentemente. La dicotomía entre energías renovables y combustibles fósiles ya no es un tema ético o de futuro, sino un debate indispensable también a corto plazo para la sostenibilidad del sistema económico del país.

Tras años relegada, la geopolítica vuelve a ser indispensable. La postura que España tome frente a la Unión Europea puede cambiar completamente su rumbo, pasando de ser rescatado hace tan solo unos años a ser un actor decisivo entre los 27. Los partidos que aspiren a gobernar deben tener definida su propuesta frente a Europa y los pasos a seguir.

En definitiva, un curso político que comienza intenso, con movimientos hacia el centro a pesar de los extremos, donde la gestión podría primar por encima de la polarización. Una comunicación política que puede acabar siendo política bien comunicada más que basada en los debates puramente ideológicos. 🗣️





# El valor de la democracia



Red de Politólogas  
#NoSinMujeres



**LUCIANA C.  
MANFREDI PH.D.**  
@LucianaManfred5  
Profesora Asociada  
Universidad ICESI

**M**e pidieron que moderara e hiciera las preguntas en un debate para la elección de personero estudiantil en un establecimiento educativo de la ciudad donde vivo. Ayer en la mañana, me dirigí a un colegio hermoso, campestre, rodeado de árboles, donde niñas y niños corrían en un patio y jugaban durante el recreo. Allí, antes de empezar el evento, me presentaron a tres jóvenes, estudiantes de bachillerato (secundario, instituto) que presentaban propuestas para ser sometidas a escrutinio y luego a votación en las elecciones estudiantiles.

Llegué a un gimnasio lleno de niñas y niños de distintas edades, desde los más pequeños hasta los de último año con sus chaquetas de 'Prom 2022'. Empezamos el evento con el himno nacional, todos los niños cantando emocionados con la mano en su corazón representando un primer momento simbólico. Lo importantes que son los símbolos, sobre todo, aquellos que nos identifican con un grupo de referencia. Los miraba embelesada, impresionada de escucharlos con sus pequeñas voces cantando tan concentrados y con tanta emoción el himno nacional. Luego, el rector del establecimiento educativo comenzó su intervención hablando de la fiesta de la democracia, hizo varias preguntas al público y me sorprendieron esas niñas y niños con esas definiciones sobre democracia. Entre ellas surgieron "es un espacio para el debate", "es donde se pueden hablar de las cosas que nos interesan a todos", "sirve para ponernos de acuerdo sobre si queremos tarea o no". Quedé impresionada con sus respuestas, sobre todo porque ninguno se enfocó en el

procedimiento de la democracia, sino en su sustancia más profunda, lo que constituye el valor de la democracia.



Ahora sí, cuando hablamos de democracia, entendemos el régimen político caracterizado por el proceso electoral en el cual se eligen a las personas que ocuparán los cargos públicos dándole vida y orientación política al Estado, la libertad de expresión, de información alternativa, de asociación, de presentarse a cargos públicos. Siempre he pensado que la definición de Dahl (1999) de poliarquía es una de las que más me gusta para pensar en las democracias modernas. Porque no solo pensamos en el procedimiento, en cómo se acceden a los cargos de elección popular, en dónde radica la soberanía popular como fundamento de las democracias modernas. Sino también, en esa idea de lo sustancial, lo profundo, lo que le aporta a la vida de las ciudadanas y ciudadanos. ▶



Sin duda, vivimos en democracias muy débiles, con procesos de institucionalización de décadas, interrumpidos por crisis políticas, económicas y estallidos sociales. Sabemos que nuestras democracias distan mucho de ser perfectas, que tienen muchos errores y presentan muchas injusticias e inequidades. También, nos encontramos en un momento histórico de desafección política, de distancia e inclusive, rechazo a las instituciones.

De acuerdo con los resultados de Latinobarómetro de los últimos años (desde el 2015 al 2020), los principales determinantes de la desafección política son la desconfianza hacia las instituciones, la insatisfacción con la democracia y el descontento con el funcionamiento del sistema político. Sin embargo, a pesar del mal momento que viven algunas democracias latinoamericanas, seguimos valorándolas positivamente con sus bemoles. Desde nuestra formación inicial y siendo muy jóvenes entendemos la importancia de tener instituciones formales fuertes, de establecer reglas de juego y procedimientos, de elegir a quienes nos representan. También entendemos que lo más valioso de la democracia no es el procedimiento en sí, sino la sustancia, esa posibilidad de integrarnos, de abrir espacios para el debate de ideas, para presentar y elegir las mejores propuestas, para avanzar hacia una sociedad pluralista, para tender puentes, construir consensos, resolver conflictos. Esto es la esencia de la democracia, lo que estas niñas y niños entienden cuando se dirigen al gimnasio del colegio felices y dispuestos a escuchar las propuestas de los candidatos estudiantiles, comprometidos a ejercer su derecho al voto. 🗳





# Calendario electoral

## OCTUBRE - NOVIEMBRE



CLAUDIA ORTEGA  
@claudia\_chvl

**H**abrará segunda vuelta en **Brasil**. La euforia que pronosticaban las encuestas en favor de Lula da Silva no ha sido tal y las urnas han supuesto, una vez más, un espejo de realidad. Brasil está mucho más polarizada y dividida de lo que cualquier sondeo aventuraba. Jair Bolsonaro tampoco ha ganado, pero sí lo ha hecho en confianza. Por delante, un mes más de campaña electoral con las mismas incógnitas, mucho más desgaste, y un reto no menor: la gestión de las expectativas en un país que, a tenor de los resultados, son dos.

Y mientras Lula y Bolsonaro se juegan la presidencia, en **Italia** Georgia Meloni trata de hacerla efectiva y de encajar a Matteo Salvini en su gobierno ante los ojos de la Unión Europea, que aguarda expectante, todavía asimilando el regreso del post fascismo a uno de los países donde más estragos hizo.

Con permiso de Brasil, el resto de citas electorales también se acumulan en los primeros días del mes, como si octubre nos invitara a reflexionar y digerir los resultados durante el resto de sus días para coger energía de cara a las *midterm* de **Estados Unidos**, el plato fuerte de noviembre.

En **Perú**, los resultados dejan un empate técnico en la capital, Lima, entre la derecha y la ultraderecha, mientras en **Bosnia** y en **Bulgaria** la ganadora ha sido la abstención. El descontento que en Italia o Suecia canalizó la ultraderecha se ha quedado en casa, especialmente en el país búlgaro. Eran las cuartas elecciones en menos de dos años y solo ha votado el 38 % de la población.



**CANADÁ**  
Elecciones generales  
de Quebec  
03/10



**ESTADOS UNIDOS**  
Midterms  
08/10



**PERÚ**  
Elecciones  
regionales y  
municipales  
02/10



**BRASIL**  
Elecciones generales  
(Primera vuelta)  
02/10  
Elecciones generales  
(Segunda vuelta)  
30/10

Así, la única sorpresa que todavía puede deparar el mes está en **Austria**, donde la derecha ha recurrido a la inmigración como argumento de campaña. ▶



Si habéis llegado hasta aquí os doy las gracias por haberme acompañado en una sección de la que me despido en este número, no sin un último apunte: atención a **Montenegro**, que camina hacia

elecciones anticipadas tras el rechazo del presidente socialista Milo Djukanovic a Miodrag Lekic, propuesto como primer ministro. Una maniobra para forzar elecciones, dicen algunos. Al tiempo. ☒



# Cultura política

Ideas y recomendaciones  
que forjan campañas





## Cartel electoral



BEERS & POLITICS  
@beerspolitics

**Cartel del PSC.**  
Elecciones catalanas de  
2021. Presentado el 31  
de diciembre de 2020

Imelda Rodríguez Escanciano

# IMAGEN POLÍTICA

## MODELO Y MÉTODO



Comprender  
no alcanzar el poder  
de la autenticidad

PRÓLOGO DE LUIS BASSAT  
EPÍLOGO DE JOSÉ ANTONIO MARINA



Autora: Imelda Rodríguez  
Editorial: Gestión 2000  
Páginas: 320  
Año: 2021



## Reseña destacada

# *Imagen Política: modelo y método*

*“Como comprender y cómo alcanzar el poder desde la autenticidad”*



**LUCÍA VELASCO  
VICENTE**

@Luciavelvic  
Asesora política

**A**l leer el libro por primera vez se me vino a la cabeza la frase que tanto he escuchado, y lo sigo haciendo: “ya no quedan líderes como los de antes”. La propia autora, Imelda Rodríguez, lo denomina en su libro como saudade política, la nostalgia de la autenticidad, la nostalgia de un liderazgo que conecta con los votantes.

No es que yo comparta esa frase, ni mucho menos creo que lo haga la autora, de hecho en el libro se puede encontrar grandes ejemplos de liderazgos actuales, pero sí que, a través de los capítulos del libro, vas entendiendo que se esconde detrás de esa manida frase y por qué se escucha tanto.

Aunque el libro se denomina 'Imagen Política: modelo y método' en cuanto vas pasando las páginas, te das cuenta de que realmente este libro habla de algo mucho más grande, o incluso podríamos decir que de algo más poderoso, te habla de liderazgo. Pero ojo, no de cualquier tipo de liderazgo, sino de un liderazgo basado en la autenticidad.

En los primeros capítulos del libro, a través de ejemplos de liderazgos pasados y presentes, de errores y aciertos

en lo que se refiere a la imagen política, Imelda Rodríguez no solo expone, sino que te convence de la importancia que tiene ser auténtico en el liderazgo que quieres llevar a cabo.

Todo ello para llegar hasta la segunda parte, la parte del método. Es cierto que no es habitual encontrar en el trabajo de la consultoría, métodos o herramientas. Sabemos que en el ámbito de la comunicación política, aquello que funciona para un candidato o candidata, no tiene por qué hacerlo con todos. No obstante, sí que existen factores o elementos comunes que cualquier candidato o candidata tendría que tener en cuenta a la hora, no solo de construir, sino también de contrastar y evaluar, su imagen política.

En definitiva, este libro es una lectura perfecta tanto para quienes desconfían del concepto de la imagen política, como para quienes están convencidos de su verdadero significado e impacto.

Porque quizás, al final, lo que hace este libro, es proporcionar una herramienta que permita a los asesores o a los candidatos o candidatas construir un líder que sea el “ya no quedan líderes como los de antes” del mañana. **■**



# Libros



**EMILIA MALACALZA**  
@EmiliaMalac



## *Imperios e imperialismo*

**Autores:** Manuel Buron Diaz y Emilio Redondo Carrero  
**Editorial:** Síntesis  
**Nº de páginas:** 262

Durante toda la historia, los imperios han jugado un papel crucial en las relaciones entre pueblos, territorios y culturas. El temor y la memoria de violencia que suscitan solo es comparable a la fascinación que siguen despertando en todo tipo de literatura. Ante la confusión y la hostilidad que puede provocar su simple evocación, este libro guía al lector en el uso crítico de la categoría de imperio. A través de un recorrido por las distintas estructuras imperiales sucedidas en los últimos dos siglos, se ofrece en estas páginas una pequeña muestra de una larga tradición de pensamiento que ha reflexionado sobre el poder y el dominio, el conflicto y la violencia, sobre el tiempo en su larga duración, sobre la constitución y supervivencia de diversas comunidades humanas, sobre los sucesivos órdenes globales, que de todo ello da cuenta la historia de los imperios y los imperialismos.



## *Vote for America: como entender las elecciones en estados unidos*

**Autora:** Cristina Crespo Palomares  
**Editorial:** La Catarata  
**Nº de páginas:** 288

Las elecciones de Estados Unidos siempre han generado interés en todo el mundo por sus repercusiones en la política internacional, y de un modo creciente en la última década. Sin embargo, sigue existiendo un desconocimiento generalizado sobre el sistema electoral estadounidense e incluso sobre su sistema político. ¿Cuáles son los orígenes de la política norteamericana y qué valores promueve su Constitución? ¿Cómo se determina la separación de poderes como un sistema de contrapesos? Este libro pretende así describir y explicar el funcionamiento de las instituciones en la política estadounidense y sus orígenes, a fin de entender cómo se organizan democráticamente para elegir a sus representantes, de qué forma lo hacen y en qué momento, ofreciendo además una comparativa con el sistema político español.



## *La Retirada*

**Autor:** Noam Chomsky  
**Editorial:** Capitán Swing  
**Nº de páginas:** 160

Dos de los más célebres intelectuales se enfrentan a las inciertas consecuencias del colapso estadounidense en Afganistán. En La retirada, Chomsky se une al célebre académico Vijay Prashad, para llegar a las raíces de esta época de peligro y cambio sin precedentes. Chomsky y Prashad interrogan los puntos de inflexión clave en la espiral descendente de Estados Unidos: desde la desastrosa guerra de Irak hasta la fallida intervención en Libia y el descenso al caos en Afganistán. A medida que los últimos momentos del poder estadounidense en Afganistán se desvanecen, este libro crucial sostiene que no debemos apartar la vista de los restos y que necesitamos, sobre todo, una visión no sentimental del nuevo mundo que debemos construir juntos.

# ¡ÚNETE A ACOP!

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



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

## Te ofrecemos:

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



# Lapidarium

## London Bridge is down



ALBERTA PÉREZ  
@alberta\_pv

**Y**a tardaban en aparecer flotando por el océano de Internet titulares anzuelo tratando de acabar con la vida de los gatos curiosos: "se desvela la hora y la causa de la muerte de Isabel II". Egoístamente, entré esperando un contenido que ofreciese material digno de una novela de Agatha Christie. La lógica abate al morbo de un plumazo y para sorpresa de nadie, el comunicado confirma todas las sospechas coherentes, anunciando que Su Majestad la Reina Isabel II de Inglaterra, nacida en 1926, fallecía el 8 de septiembre de 2022 debido a su avanzada edad. Un final para nada inesperado tras semanas de luto en las que los propios medios han hecho todas las comparativas habidas y por haber para ilustrar la longevidad de la monarca, que llevaba en el trono más de 70 años: ha conocido 13 presidentes de EEUU, ha vivido la Segunda Guerra Mundial, la disolución del Imperio Británico, la caída del muro de Berlín, la guerra del Sinaí, de las Malvinas, del Golfo... la llegada del hombre a la luna, el paso de la televisión a color, la llegada de Internet, el Brexit y la pandemia del COVID-19... Tan solo leerlo ya resulta agotador, nadie puede negarle a Isabel II que ha cumplido con su promesa de servicio de por vida.

Tanto es así, que, de hecho, una parte de ella permanecerá no sólo en los libros de historia, sino también en la memoria colectiva. La prueba de su éxito a la hora de ejecutar su papel público como monarca es su aportación cultural como icono de la sociedad, casi como figura religiosa para los fieles seguidores de la Corona británica e incluso para sus detractores, pues su imagen ha conseguido llegar a la cultura popular, convirtiéndose en un símbolo de Inglaterra reconocido mundialmente, como lo puede ser el Big Ben, las cabinas rojas de teléfono, el té a las 6 o los Routemasters. Fue parte de la escena del Pop Art cuando Andy Warhol presentó su retrato en 1985 en su serie titulada "Reigning Queens", la banda punk Sex Pistols la hizo en cierto modo partícipe de la escena punk con la portada de su sencillo "God Save the Queen", que batió récords convirtiéndose en el más caro de la historia, al ser vendido por \$14,757 en marzo de 2018. Su estética ha sido inspiración en múltiples ocasiones en las pasarelas de moda por su estilo característico, desde los pañuelos en la cabeza, hasta los guantes y conjuntos de trajes de chaqueta. Miuccia Prada llegó a decir que era una de las personas más elegantes del mundo, y diseñadores como Christopher Kane, Richard Quinn, Alessandro Michele o Vivien Westwood la han utilizado como referencia evidente para algunas de sus colecciones. Su cara está no sólo en los billetes, también en tazas, posters, alfombras de casa, camisetas... El trabajo persistente entorno a la construcción de una imagen fácilmente identificable es una de las bases sin las cuales el convertirse en un referente sociocultural no sería posible. Sólo hay que remontarse a los orígenes de lo que eran los iconos religiosos, esas representaciones de figuras religiosas que eran veneradas por los pueblos, y que a través de imágenes reconocibles producían una narrativa visual.





▼ Es necesario crear una imagen única y propia, lo cual posteriormente te permitirá, a través de una comunicación efectiva e igualmente repetitiva, vincularlo a unos conceptos claves, para permear

en el imaginario social, que funciona de forma tan o más simplista que nuestro propio cerebro, deseoso de simplificar los estímulos que nos rodean. Ni siquiera es necesario un alto grado de coheren-

cia, con las herramientas adecuadas puede alcanzarse el populismo desde las altas esferas, la alta costura llevando botas de agua o el arte moderno desde el protocolo real. ✎



## La foto

# Más formada, más informada, más libre, más inclusiva e igualitaria



ALEJANDRA ARTERO  
@alejandrartero8

**D**urante el mes de septiembre, la actividad internacional ha sido intensa para los jefes de estado de, prácticamente, todo el mundo. Tras más de dos años a “medio gas” por las restricciones e impacto de la pandemia del coronavirus, Nueva York tenía una cita con los más altos cargos de muchos de los gobiernos del mundo. Esta vez, en el contexto de las Naciones Unidas, nuestros gobernantes asumían el reto de profundizar en la que dicen que es el arma más transformadora que existe: la educación.

Bajo el nombre *Transforming Education Summit*, tres jornadas divididas en tres bloques, movilización, soluciones y jóvenes, y todas con el mismo objetivo: indagar en cómo debe ser y será la educación en nuestro mundo de ahora. Por supuesto, con ejes de debate fundamentales para la sociedad como lo son la transformación digital, la seguridad o la salud global.

Con una coreografía imposible de rutas áreas, llegadas y dispositivos de seguridad previstos en la ciudad de la Quinta Avenida, se añadió un factor inesperado, pero fundamental: la muerte de la Reina Isabel II modificó las agendas de la mayoría de los mandatarios del mundo. Coincidiendo la jornada de líderes con el funeral de la monarca, el cambio de

hora ayudó a que, a ritmo maratónico, el desfile de autoridades se produjese en tiempo.

Entre estas autoridades, cumplió con la cita en Londres y con su agenda en Nueva York, Pedro Sánchez. Cuatro días en los que, junto con el resto de la delegación española (ministros y secretarios de Estado), el presidente tuvo tiempo de proyectar una imagen de España líder en materias clave para el contexto internacional.

Participó en el *Global Food Security Summit*, donde anunció una inversión de 236 millones para la seguridad alimentaria en el mundo, en Goalkeepers (organizado por la fundación de Bill Gates, por cierto), donde presentó la de 130 millones para la lucha contra el sida, la tuberculosis y la malaria y en el Foro *Latinoamérica, Estados Unidos y España en la Economía Global* donde habló de España como una economía fuerte que está siendo capaz de enfrentarse a los desafíos globales.

Además de sus intervenciones públicas, tuvo tiempo de reunirse con inversores y empresas norteamericanas, así como de hablar con sus homólogos de otros países. También, como certifica la foto que ilustra estas líneas, el Sánchez se encontró con Antonio Guterres, Secretario General de la ONU.





#LaRevistaDeACOP



Fuente: La Moncloa

2022\_10

Más formada, más informada, más libre,  
más inclusiva e igualitaria

N° 075



Por supuesto, la intervención más esperada de la semana era su participación en el Debate General del 77° periodo de sesiones de la Asamblea General de Naciones Unidas. En un discurso ordenado, Sánchez reflexionó sobre la importancia de la cooperación internacional en torno a cinco grandes retos: la salud global, la crisis alimentaria, la transición ecológica, la transformación digital y la igualdad real.

Estos dos últimos retos fueron el turno para la educación como protagonista de las palabras de presidente. En primer lugar, hizo referencia a la posibilidad de eliminar barreras en el acceso a la educación gracias a las nuevas tecnologías. Y confirmó que España acogerá el Centro Tecnológico de Naciones Unidas para la digitalización de la educación (GIGA). Además, hizo referencia a la etapa escolar como el "momento donde

*empieza la agenda para la igualdad de género, y también el empoderamiento de la mitad de la población mundial, que son las mujeres".*

Volviendo al inicio, y si el objetivo del encuentro era calcular el poder transformador de la educación, Pedro Sánchez lo tiene claro: *"la Educación es el camino a una sociedad más formada, más informada, más libre, más inclusiva e igualitaria".* ✎



# Música y política

## God save the Queen: de himno antisistema a canción de culto



  
**IGNACIO MARTÍN  
GRANADOS**  
@imggranados

**A** finales de los setenta, Reino Unido atravesaba un periodo convulso política y económicamente. El movimiento punk surgió como respuesta a las florituras musicales de la anterior generación y como forma de rebelión de una juventud ante la decadencia económica británica, resacosa tras la pérdida del imperio y con un alto desempleo.

Sex Pistols, la banda londinense fundada en 1975 -considerados los responsables de haber iniciado el movimiento punk en el Reino Unido y de inspirar a muchos músicos de punk rock, heavy metal y el rock contemporáneo en general-, fueron el ejemplo más catártico de todo ello, con un estilo basado en formas extravagantes, provocativas y de confrontación. Y todo en apenas dos años y medio en los que produjeron únicamente cuatro sencillos y un álbum de estudio: *Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols* (1977).

Con la carta de presentación de su primer *single*, 'Anarchy in the UK', lanzado un año antes, Sex Pistols publican en 1977 el polémico 'God save the Queen' con una escabrosa letra que manifestaba un malestar general hacia la monarquía británica: «God save the queen / She ain't no human being / And there's no future / In England's dreaming» («Dios salve a la Reina / No es un ser humano / Y no hay futuro / En el sueño de Inglaterra»).

El título original de la canción era "No Future" y esta frase se convertiría en todo un himno para el movimiento punk, a pesar de que su uso es ambiguo y según algunos no tiene las connotaciones nihilistas que otros le atribuyeron posteriormente. La canción, que fue calificada por el ministro conservador de educación como "un síntoma de la decadencia de la sociedad", abriría innumerables conflictos.

En primer lugar, ofendía el nombre del himno ('God save the King' -o Queen en función del género del titular de la corona-) que, desde que lo instaurara Jorge I en 1714 (compuesto por su músico de cámara George Friedric Handel que a su vez lo adaptó de 'Gran Dieusauve le Roi' en honor de Luis XIV), se convirtió en el himno del imperio, una canción patriótica del Reino Unido que es tradicionalmente usada como himno nacional de este país y sus colonias, además de himno de la familia real británica y de los demás países que reconocen al monarca británico como su jefe de Estado.

Por otra parte, el sencillo se publicó el 27 de mayo de 1977, en medio del 25º aniversario de la coronación de la Reina o Jubileo de Plata de Isabel II. El lanzamiento de la compañía discográfica se calculó para que coincidiese con estos actos de celebración, de hecho, el 7 de junio fletaron un barco privado -llamado "Queen Elizabeth"- para que los Sex Pistols tocaran mientras navegaban por ▶



el río Támesis, pasando por Westminster y el Parlamento en lo que era toda una burla a la procesión prevista por la Reina dos días después.

El tema, que atacaba el conformismo social de los ingleses y se reía de la triste Inglaterra post-imperial a la vez que criticaba a la corona, que vivía a todo lujo con los impuestos del pueblo, impactó en la sociedad británica con múltiples consecuencias.

Los ataques violentos contra los seguidores del punk se multiplicaron e incluso los miembros de la banda recibieron palizas.

Los trabajadores de la planta de prensado de los vinilos se negaron a trabajar en protesta tanto por el contenido de la canción como por su, hoy, icónica portada que consideraban una ofensa. Después de mucho discutir, se retomó la producción y el sencillo se lanzó tras dos semanas de negociaciones.

La British Broadcasting Corporation (BBC) prohibió rotundamente la canción, calificándola como un ejemplo de "asqueroso mal gusto". Por su parte, la Independent Broadcasting Authority se negó a reproducirla, así como todas las emisoras independientes de radio, convirtiéndolo en la "grabación más censurada de la historia del Reino Unido", y la omnipresente cadena de almacenes Woolworths no quiso vender el sencillo.

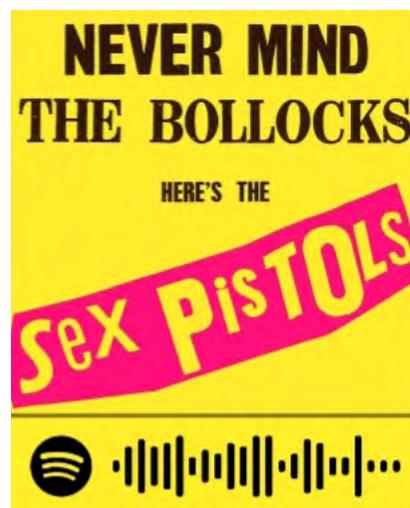
A pesar de ello, alcanzó el número uno en las listas de New Musical Express en el Reino Unido y llegó al número dos en el chart oficial de singles de UK, que utiliza la BBC.

Sin embargo, dada la cantidad de unidades que se vendieron en sus primeros meses (se hablaba de 150 mil unidades al día), mucha gente dudaba que pudiera haberse quedado estancado en la penúltima posición y se dispararon los rumores de que las listas de éxitos habían sido manipuladas por la BBC.

### BONUSTRACK

Aprovechando el Jubileo de Platino de la Reina de Inglaterra, tras sus 70 años en el trono cumplidos el pasado mes de febrero, los Sex Pistols relanzaron una versión de su mayor éxito musical con un vídeo utilizado nuevas imágenes de la banda rodadas durante la célebre actuación por el Támesis coincidiendo con el jubileo de 1977.

Y, curiosamente, un día antes del fallecimiento de Isabel II se estrenaba en la plataforma Disney+ "Pistol", la nueva serie sobre los míticos Sex Pistols, basada en la autobiografía del guitarrista Steve Jones, que describe la historia de una de las bandas más influyentes y emblemáticas del punk británico. [↗](#)



## Ficha Técnica:



### Canción

**GOD SAVE THE QUEEN**

- **Artista**  
Sex Pistols
- **Álbum**  
Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols
- **Año**  
1977
- **Discográfica:**  
Virgin Records
- **Compositor**  
Steve Jones, Glen Matlock, Paul Cook y Johnny Rotten
- **Duración**  
3:20





# Tecnopolítica

Comunicación política en  
tu mano



## Social Media



**DANIEL GARCÍA**  
@danigarcia1986

## El tuit del mes

**E**ste octubre destacamos como el tuit más relevante el anuncio del fallecimiento de Isabel II, monarca del Reino Unido y de la *Commonwealth* desde febrero de 1952, en la cuenta oficial de la Familia Real del Reino Unido. [✂](#)



**The Royal Family**   
@RoyalFamily

The Queen died peacefully at Balmoral this afternoon.

The King and The Queen Consort will remain at Balmoral this evening and will return to London tomorrow.



## Pódcast recomendado

[La Revancha](#)

**E**ste mes recomendamos el podcast 'La Revancha', una producción de Cenital y Congo:

Luego de ser condenado y de quedarse afuera de las elecciones pasadas, el ex presidente Lula da Silva vuelve a disputar el poder. De la vereda de enfrente, Jair Bolsonaro busca su reelección. Con la conducción de Juan Elman, Cenital publica una serie de episodios para entender qué se juega para el futuro de la sociedad brasileña pero también para la región en las elecciones presidenciales de Brasil. [✂](#)





## El Álbum de Instagram



**E**ste mes de octubre dedicamos el Álbum de Instagram a la cuenta oficial de la familia real del Reino Unido. Repasamos las imágenes más destacadas publicadas a raíz del fallecimiento de la reina Isabel II. Actualmente ha publicado más de 3900 contenidos y cuenta con más de 13 millones de seguidores en esta red social.





## Compoltube

**O**s dejamos con el discurso íntegro de la candidata italiana del partido de ultraderecha Fratelli D'Italia tras la clara victoria en las elecciones generales celebradas el pasado 25 de septiembre. [▶](#)





## Los *papers* de ACOP

# ¿Hubo un tiempo que fue hermoso? El discurso de Lula y Kirchner sobre el pasado, presente y futuro



**Autor:**  
Juan Bautista Lucca



**Revista:**  
Tla-melaua: revista de ciencias sociales  
ISSN 1870-6916, ISSN-e 2594-0716, Vol. 15, N°. 51, 2023

**Accede al artículo completo [aquí.](#)**

Los presidentes tienen, a través de su discurso, una fuerte capacidad para moldear cosmovisiones colectivas, inclusive en cuanto a qué pasado, presente y futuro consideran como propio o ajeno. Esta dimensión identitaria del “nos/otros” en clave temporal puede ser analizada en los casos Lula da Silva en Brasil (2003-2006) y Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007) que permita comprender en qué medida dos de los presidentes del “giro a la izquierda” latinoamericano comparten entre sí una cosmovisión del tiempo de la política en la región. 



# CONTIGO MEJORAMOS *LA REVISTA DE ACOP*

¡Comenzamos la temporada! En el Comité Editorial queremos seguir mejorando *La Revista de ACOP* para ofrecerte contenidos que respondan a tus intereses con la mejor calidad informativa. Con tu participación queremos abrir nuevos horizontes en estas páginas que enriquezcan la *compol*.

## ¿Contamos contigo?

Cumplimentarla te llevará tan solo unos minutos.

¡Gracias por tu implicación!

 [empezar](#)



# Noticias ACOP

La actualidad de  
nuestra asociación





# ACOP analiza las elecciones italianas y brasileñas



**Rafael Rubio, Euprepio Padula y Ana Salazar protagonizaron el primer coloquio que organiza ACOP este curso, en el que analizaron los resultados de los procesos electorales italiano y brasileño**

**C**omo en otras elecciones relevantes, la Asociación de Comunicación Política (ACOP) ha organizado un panel con los mejores expertos para que nos ayuden a interpretar los resultados de las elecciones en Italia y en Brasil. Intervinieron en el *webinar* Rafael Rubio, catedrático de Derecho Constitucional de la Universidad Complutense de Madrid y socio de ACOP; Euprepio Padula, abogado y analista en diferentes

medios de comunicación; y Ana Salazar, politóloga y miembro del Consejo Directivo de ACOP.

En una interesante tarde, abordaron sus previsiones sobre la segunda vuelta brasileña entre Jair Bolsonaro y Luiz Inácio Lula da Silva y reflexionaron acerca de lo que se espera del futuro Gobierno de Giorgia Meloni. Si no pudiste conectarte en directo, puedes verlo en nuestro canal de [YouTube](#). 



# Tabla valoración

Índice de popularidad de los  
protagonistas políticos



# Tabla de valoración

## OCTUBRE 2022

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
 Putin - <b>Rusia</b>	77 %	Levada	Septiembre 2022	▼ -2
 Abinader - <b>R. Dominicana</b>	64 %	Centro Económico de Cibao	Junio 2022	
 Draghi - <b>Italia</b>	60 %	Istituto IXE	Septiembre 2022	▲ +1
 López Obrador - <b>México</b>	59 %	Mitofsky	Septiembre 2022	▲ +3
 Albanese - <b>Australia</b>	59 %	Essecial Report	Septiembre 2022	▲ +4
 Petro - <b>Colombia</b>	56 %	Invamer	Agosto 2022	▼ -8
 Sánchez - <b>España</b>	48 %	CIS	Julio 2022	
 Lacalle - <b>Uruguay</b>	47 %	Equipos	Septiembre 2022	▲ +1
 Luis Arce - <b>Bolivia</b>	47 %	Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG)	Abril 2022	
 Biden - <b>EE. UU.</b>	42 %	Gallup	Septiembre 2022	▼ -2
 Martin - <b>Irlanda</b>	40 %	Ipsos	Julio 2022	▼ -11
 Trudeau - <b>Canadá</b>	40 %	Angus Reid	Septiembre 2022	▲ +2
 Guillermo Lasso - <b>Ecuador</b>	39 %	Cedatos	Mayo 2022	
 Macron - <b>Francia</b>	38 %	Ifop-Fiducial	Septiembre 2022	▲ +1
 Carrie Lam - <b>Hong Kong</b>	36 %	Hong Kong Public Opinion Research Institute	Junio 2022	
 Scholz - <b>Alemania</b>	35 %	Infratest Dimap	Septiembre 2022	▼ -7
 Boric - <b>Chile</b>	35 %	Cadem	Septiembre 2022	▼ -4
 Costa - <b>Portugal</b>	33 %	Aximage	Septiembre 2022	▼ -3
 Bolsonaro - <b>Brasil</b>	28 %	Datafolha	Julio 2022	▲ +7
 Castillo - <b>Perú</b>	25 %	Ipsos	Agosto 2022	▲ +5
 A. Fernández - <b>Argentina</b>	23 %	Directorio Legislativo	Julio 2022	
 Liz Truss - <b>Reino Unido</b>	*	Ipsos		

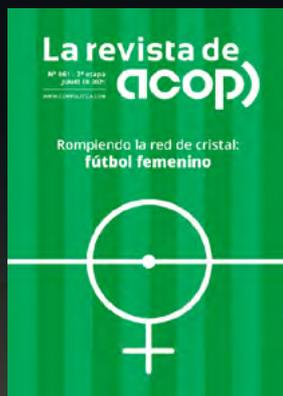
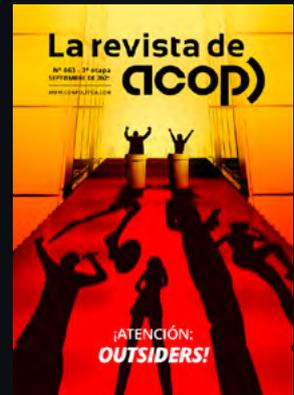
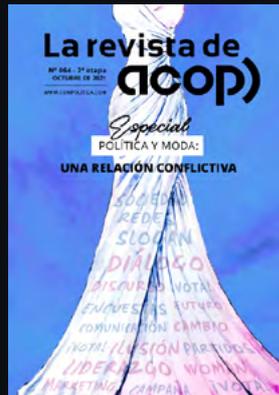
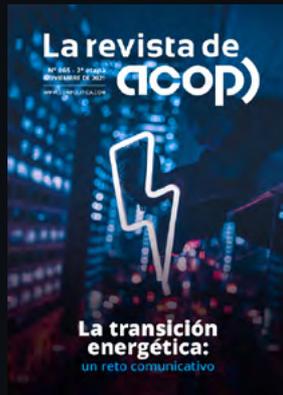
\*Sin mediciones  
( ) no se dispone de nuevas mediciones.



### Nota:

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

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



## "UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

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

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



@compolitica



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



/user/compolitica

La revista de  
**acop)**