

La revista de COP)

Nº 100 - 2ª etapa
ENERO DE 2025

WWW.COMPOLITICA.COM

EL MUNDO QUE VIENE

A FONDO

**Cinco peticiones
clave a los políticos
sobre Inteligencia
Artificial para 2025**

ENTREVISTA

**Patricia Horrillo:
"Pensar que se
puede comprar
Wikipedia indica un
desconocimiento
absoluto"**

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 y socias 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 ciudadanía mantienen relaciones cada vez más estrechas y 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 y ha sido reconocida con el premio Napolitans Victory Award a la mejor publicación política en ocho ocasiones: 2014, 2015, 2016, 2017, 2019, 2021, 2023 y 2024.

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

info@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/compolitica](https://www.linkedin.com/company/compolitica)

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

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

EQUIPO EDITORIAL

Irene Núñez [@Irenuqui](https://twitter.com/Irenuqui)

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

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

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

Joan Navarro [@joannavarro0](https://twitter.com/joannavarro0)

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

Pedro Ruiz [@PedroRuiz_Photo](https://twitter.com/PedroRuiz_Photo)

Manuel Rodríguez [@ManuRodriguezCC](https://twitter.com/ManuRodriguezCC)

Iago Moreno [@IagoMoreno_es](https://twitter.com/IagoMoreno_es)

Toni Aira [@toniaira](https://twitter.com/toniaira)

Xavier Peytibi [@xpeytibi](https://twitter.com/xpeytibi)

Mario Montero [@ElElectoral](https://twitter.com/ElElectoral)

DISEÑO

Estudio VicenteRojo, www.vicenterojo.net

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

La revista de ACOP, Segunda Etapa
ISSN 2445-3951



Cinco peticiones clave a los políticos sobre Inteligencia Artificial para 2025 **04**



Entrevista a Patricia Horrillo **14**



Kamala Harris: La evolución de un estilo como herramienta de comunicación política **18**

04
A FONDO
 Cinco peticiones clave a los políticos sobre Inteligencia Artificial para 2025
Fernando Nieto Lobato

18
TENDENCIAS
 Kamala Harris: La evolución de un estilo como herramienta de comunicación política
María Francés

30
MÚSICA Y POLÍTICA
 El poder político de una melodía: apropiaciones y controversias
Ignacio Martín Granados

38
PANEL ACADÉMICO
 El discurso populista y su relación con la polarización política. Caso de Ecuador- 2021
Elisa Alemán

10
A FONDO
 El poder transformador de las subvenciones en la administración local
Álex Comes y Antonino Muñoz

21
MORADORES DEL GOBIERNO INVISIBLE
 Un bucanero de JFK y hasta del Joker
Toni Aira

32
RESEÑA
 La transición según los espías
Joan Navarro

40
CALENDARIO ELECTORAL
Mario Montero

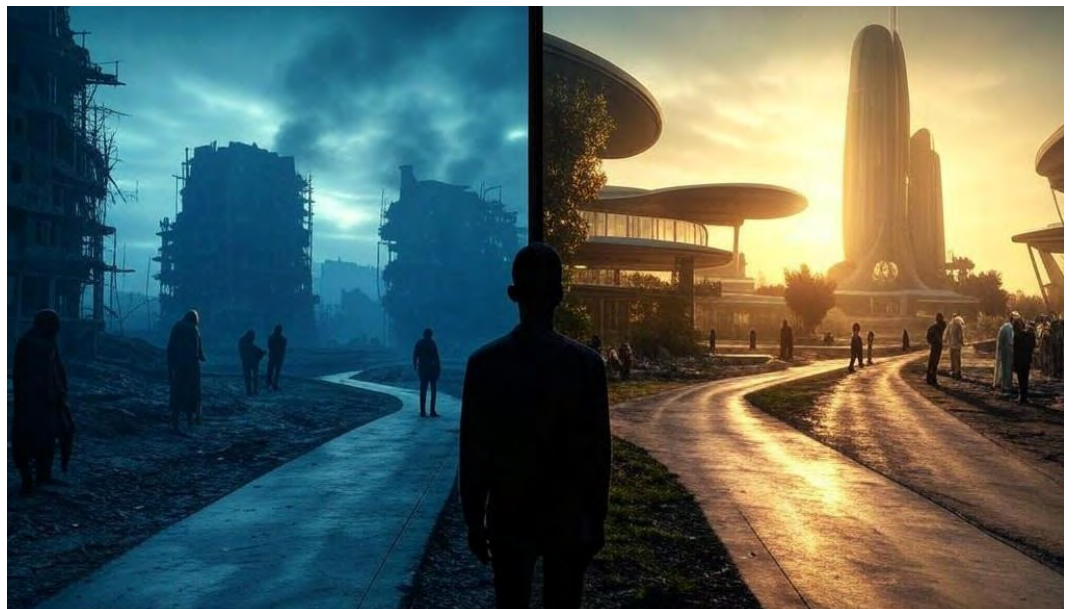
14
ENTREVISTA A
 Patricia Horrillo
Claudia Ortega e Irene Núñez

26
FOTOPOLÍTICA
 Adam Scott: El ojo detrás de la política canadiense
Pedro Ruiz

36
EN LOS MÁRGENES
 Cybercorresponsales: jóvenes periodistas y participación de la infancia
Manuel Rodríguez

42
NOTICIAS ACOP
43
4TABLA DE VALORACIÓN
 Febrero 2025
Pedro Marfil

Cinco peticiones clave a los políticos sobre Inteligencia Artificial para 2025



Socio de ACOP

FERNANDO NIETO LOBATO

→ @elcontemplador

Director de Innovación Digital de la Institución Educativa ALEPH

La Inteligencia Artificial (IA) no es solo una herramienta tecnológica; será, con enorme probabilidad, el motor de una revolución (similar en su alcance, al menos, a la agrícola o la industrial) que reconfigurará completamente la sociedad, la economía y la política en las próximas décadas. En un contexto donde 2025 podría, a la luz de avances tan fascinantes como O3, marcar el inicio de la llegada de la Inteligencia General Artificial (AGI), es crucial que los líderes políticos tomen decisiones audaces y valientes para preparar a las sociedades para un futuro próximo altamente probable, aunque no seguro, donde los cambios se producirán a una velocidad de vértigo.

1. HAGAN DE LA IA UNA PRIORIDAD

Probablemente debería ser 'la prioridad', a tenor de su potencial innovador y su velocidad exponencial de desarrollo, pero uno se conforma ya con que la consideren algo prioritario. Muy pocos políticos son conscientes de las transformaciones que vienen. Uno de los que mejor lo ha expresado fue el ex primer ministro de Reino Unido Tony Blair, que declaró ya hace unos meses que "La inteligencia artificial significa que nunca ha habido un mejor tiempo para gobernar" por cosas como estas: ▸



▼
“No hay absolutamente ninguna duda de que estamos en una era de transformación. Cosas que antes eran imposibles se volverán posibles; avances que habrían tomado décadas ocurrirán en pocos años o incluso meses; el valor que podemos añadir, las mejoras en eficiencia que podemos lograr, los beneficios radicales en los resultados que podemos asegurar, podrían ser verdaderamente revolucionarios.”

La IA va a impactar en los próximos años todos los campos de la ciencia, la economía y la sociedad, de formas que aún no somos capaces ni de vislumbrar. No hacerla una prioridad en 2025 sería una catástrofe y, visto lo enmarañado que están nuestros representantes en sus pugnas y problemas, no se puede ser muy optimista. Los países o regiones que entiendan bien el grado de cambios y prioridad que la IA necesita tendrán una ventaja diferencial durante mucho tiempo por el propio carácter acelerador de la disciplina, ya que en los próximos años, quizá ya comenzando en 2025, serán las propias IAs las que

entrenen y mejoren las siguientes generaciones de Inteligencia Artificial, acelerando así aún más el proceso de desarrollo (este es un hecho diferencial clave frente a cualquier otra tecnología de la historia y no debe subestimarse).

La IA va a impactar en los próximos años todos los campos de la ciencia, la economía y la sociedad, de formas que aún no somos capaces ni de vislumbrar.

Para ello es importante el desarrollo de políticas integrales con coordinación internacional, así como la formación de las élites políticas y técnicas de la administración: no basta con priorizar la IA; es preciso

que los políticos entiendan mínimamente los fundamentos técnicos, éticos y sociales de la misma. Programas de formación continua para políticos, funcionarios y asesores podrían ser cruciales para lograr pronto una mejor toma de decisiones y hace falta también una apuesta decidida del sector público por considerar su desarrollo una prioridad. No solo hay que conocer, regular y legislar, sino desarrollar, impulsar y aplicar IA en la política y el gobierno, y facilitar el nacimiento y desarrollo de empresas del sector en tu país y región.

Es preciso que los políticos entiendan mínimamente los fundamentos técnicos, éticos y sociales de la IA



2. IMPULSEN EL DESARROLLO DE LA IA DE FORMA SEGURA, PERO LO MÁS RÁPIDO POSIBLE DENTRO DE LO QUE PERMITA ESA SEGURIDAD

La seguridad en el desarrollo de IA es crucial, pero también lo es la rapidez para aprovechar sus beneficios. Como señala el profesor de Oxford Nick Bostrom en este fragmento de vídeo que les recomendamos vivamente, cada día que retrasamos la implementación responsable de estas tecnologías, prolongamos innecesariamente el sufrimiento humano.

Existe una urgencia moral para la humanidad de ayudar a la gente lo antes posible que debe llevar a una aceleración responsable. La

rapidez debe provenir de la convicción de que la IA puede mitigar sufrimientos. Por ejemplo, en salud, la IA aplicada al diagnóstico temprano de enfermedades, el descubrimiento de nuevos fármacos o la optimización de sistemas sanitarios, muy probablemente, salvará millones de vidas. Aplazar estas ventajas por temor, sin una justificación sólida, puede considerarse una omisión moral con la ciudadanía.

Cada día que retrasamos la implementación responsable de estas tecnologías, prolongamos innecesariamente el sufrimiento humano

Esto debe ser compatible con desarrollar una IA segura y que contemple las necesidades del conjunto de la sociedad y de todos los individuos y no solo los intereses de los poderosos o de las grandes corporaciones que podrían tener la tentación de apoderarse de ella y de sus frutos produciendo una sociedad profundamente desigual, tal y como advierte el premio Nobel de Física de este año, Geoffrey Hinton. Por ello es clave también la democratización de la IA y del acceso a ella. Existen propuestas que tratan de asegurar que cada ciudadano tenga una capacidad de cómputo garantizada por el estado porque podría ser una necesidad tan básica y un elemento tan diferenciador como lo es hoy en día el acceso al agua corriente, a la luz o a Internet.

3. PROTEJAN A LAS PERSONAS, NO LOS EMPLEOS

No tenemos serenos, faroleros o conductores de coches de caballos como a finales del siglo XIX. Hemos pasado por múltiples reconversiones industriales, muchas de ellas en España, lamentablemente, tremendamente dolorosas y fallidas por su enfoque.

La historia nos enseña que proteger empleos obsoletos o instituciones anacrónicas es ineficiente y no funciona en el medio plazo. En lugar de intentar preservar un sistema laboral del siglo XX debemos centrarnos en proteger a las personas garantizando su dignidad y sus condiciones básicas de vida.

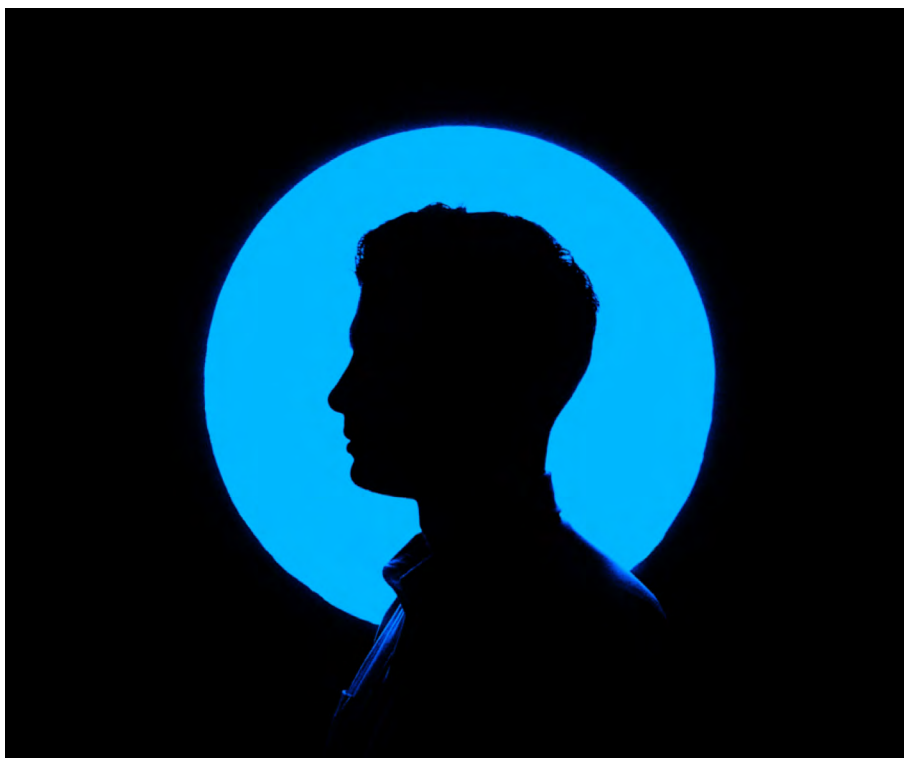
En la revolución industrial, muchas reconversiones fracasaron porque ▶

▼ se priorizó el mantenimiento de empleos en lugar de preparar a las personas para nuevas realidades. Hoy, herramientas como la Renta Básica Universal (UBI) ofrecen una solución más moderna y eficaz para ayudar en la transición, que puede ser muy traumática por su velocidad, hacía un mundo post escasez, donde las máquinas dotadas con IA realicen la mayor parte del trabajo, y la innovación científica y los nuevos desarrollos tecnológicos abaraten enormemente el acceso a productos y servicios.

Herramientas como la Renta Básica Universal ofrecen una solución más moderna y eficaz para ayudar en la transición hacía un mundo post escasez

Parece muy necesario que los políticos comiencen ya en 2025 a estudiar medidas que, por su novedad y complejidad técnica y de implementación, no se pueden improvisar de un día para otro cuando, previsiblemente, en unos pocos años comience la destrucción masiva de empleos. Destacamos especialmente dos prioridades urgentes:

- Implementar, cuando los trabajos comiencen a ser realizados masivamente por IAs y robots (algo que ocurrirá en los próximos años y décadas), la renta básica universal



(UBI) como una red de seguridad económica y garantía de igualdad que, cuanto menos, cubra las necesidades básicas de la población. También es una fórmula más justa que otras que podrían proteger a los trabajadores que ya están en un empleo, pero dejar desvalidos a aquellos que se encuentran en el paro o son abocados a él por la automatización de su trabajo y muy difícilmente podrían acceder a un empleo remunerado en un contexto en el que las IAs serían mejores, más eficientes y más baratas cada año. La renta básica universal se centra en preservar la dignidad de todas las personas de forma universal y muy probablemente sea (en el modelo final que se aplique porque hay múltiples opciones para llevarla a cabo y financiarla) la mejor solución transitoria durante el periodo inicial de la llegada de la AGI y el desarrollo de la superinteligencia (ASI).

- Rediseñar el sistema educativo para preparar a las personas para un futuro donde las habilidades humanas complementen a la IA y posibles nuevos trabajos se generen en áreas nuevas y diferentes. También para adecuar la mentalidad a vivir en una sociedad en la que una gran parte de nuestra identidad no venga ya determinada por el trabajo remunerado –que en la gran mayoría de ocasiones realizarán mejor las IAs y los robots–.

La historia económica demuestra que intentar mantener empleos anacrónicos es una medida ineficiente y a menudo condenada al fracaso. En lugar de sostener estructuras laborales del pasado, la política debe velar por el bienestar de las personas, no por la permanencia de puestos de trabajo ineficientes o estructuras que desaparecerán tarde o temprano. ▶

▽ 4. ESTÉN DISPUESTOS A 'ROMPER COSAS'. NO VAN A FUNCIONAR BIEN MUCHAS DE LAS INSTITUCIONES DEL S. XIX (O ANTERIORES) QUE AÚN TENEMOS EN EL MUNDO Y SERÁ IMPRESINDIBLE CAMBIARLAS O ELIMINARLAS.

Muy ligada a la anterior, tenemos esta recomendación que podría apoyarse también directamente en otras relevantes palabras del expresidente ministro laborista, Tony Blair: "Government is all about process, and AI is all about automating process" (el gobierno consiste en procesos y la IA se centra en automatizar procesos).

Habrà muchas áreas de la administración que podrán ser automatizadas en gran medida, con una gran mejora de la eficiencia y ahorro de presupuesto que puede ir destinado a proteger a la ciudadanía en general, con propuestas de renta básica universal o similares que se tornaràn factibles, en parte, también gracias a esas mejoras de eficiencia y esos enormes ahorros en la estructura de las administraciones.

La burocracia y los entramados institucionales actuales, heredados de la Revolución Industrial, podrían quedar obsoletos ante el dinamismo de la AGI. Tony Blair subraya que la IA puede automatizar

procesos gubernamentales, haciendo que muchas estructuras actuales sean lentas, costosas y poco efectivas. Ante esa nueva realidad, que llegará muy rápidamente en los próximos años, se plantean las siguientes necesidades:

Rediseño institucional: Es necesario repensar la gobernanza, desde parlamentos y ministerios más ágiles hasta agencias de supervisión flexibles, capaces de responder a problemas emergentes.

Automatización de procesos administrativos: La administración electrónica ha sido el primer paso; con la IA, se puede ir mucho más lejos. Automatizar tareas tediosas y repetitivas no solo ahorraría costes, sino que permitiría redirigir recursos hacia servicios sociales más personalizados. Esto implicará reevaluar roles, jerarquías y competencias en la función pública. Tenemos un caso muy claro en la Unión Europea de pervivencia de una institución obsoleta para su función: varios países europeos aún exigen trámites notariales para crear una sociedad, lo que está provocando una feroz reacción en redes por parte de asociaciones de emprendedores, que piden unos procedimientos adaptados al año en que vivimos y la tecnología disponible como existen en otros países -incluso muchos de la propia UE-, como Estonia.

5. PLANIFIQUEN YA PARA EL FUTURO, NO PASEN LA PATATA CALIENTE A LOS SIGUIENTES GOBIERNOS.

Es imposible abordar una transformación tan enorme como la que la IA traerá a nuestras vidas sin pensar, por una vez, en los próximos diez años y no en los diez meses que puedan quedar de una legislatura o en las diez semanas de campaña.

La transformación que traerá la IA requiere de medidas audaces que no pueden improvisarse ni ponerse en marcha en dos semanas; habrá que redefinir probablemente todo el Estado del Bienestar en Europa y en muchos países. Y los tiempos de esta tecnología y los de las empresas que la impulsan no son, ni mucho menos, los habituales de los gobiernos ni administraciones.

La transformación que traerá la IA requiere de medidas audaces que no pueden improvisarse ni ponerse en marcha en dos semanas; habrá que redefinir todo el Estado del Bienestar

Es crucial explorar fórmulas como la renta básica universal o similares, como se ha explicado anteriormente. Otras alternativas, a la más sencilla y directa renta monetaria, incluyen dotar a los ciudadanos de una participación en empresas u organizaciones públicas de IA, garantizar el acceso a recursos como ▶

▼ tiempo de computación o robots que trabajen en su beneficio. Estas medidas, bien implementadas, podrían conducir a una sociedad post-escasez, donde la calidad de vida sea significativamente superior a la actual y se mitigue el enorme problema de aumento de la desigualdad que el avance de la IA provocará al hacer cada vez más irrelevante el trabajo humano.

Al mismo tiempo, es fundamental rediseñar el sistema fiscal para adaptarlo a esta nueva realidad. La IA generará enormes beneficios empresariales que deben ser gravados de forma proporcional, mientras que los impuestos sobre las rentas del trabajo en su forma actual –cuestión distinta es si se grava a los agentes o a los robots– pasarán a ser muy poco relevantes. Este nuevo marco fiscal no solo debe garantizar la equidad, sino también fomentar la innovación y el acceso universal a los beneficios de la IA.

El contrato social entre ciudadanía y Estado deberá actualizarse para garantizar un reparto justo de los frutos de la IA. La legitimidad de los gobiernos dependerá de su capacidad para proteger a las personas, no a estructuras laborales o administrativas obsoletas, y para gestionar los cambios con visión de futuro, priorizando siempre el bienestar colectivo sobre intereses particulares.

El contrato social entre ciudadanía y Estado deberá actualizarse para garantizar un reparto justo de los frutos de la IA



REFLEXIÓN FINAL:

La llegada de la AGI —asumiendo que se materialice en un plazo cercano de muy pocos años como todo apunta ahora mismo— demanda una transformación radical en el modo en que los gobiernos actúan. Las cinco peticiones descritas se articulan en torno a la misma idea: la IA y la AGI no son simplemente herramientas más, sino fuerzas transformadoras que exigen un replanteamiento profundo de las prioridades, las estructuras y las lógicas políticas. Priorizar la IA, desarrollarla de forma segura pero rápida, proteger a las personas antes que a instituciones caducas, estar dispuestos a rediseñar el Estado y las administraciones y planificar a largo plazo conforman un marco de acción ambicioso, pero necesario.

La IA y la AGI no son herramientas más, sino fuerzas transformadoras que exigen un replanteamiento profundo de las prioridades, estructuras y lógicas políticas

La política no puede limitarse a ser un freno o un espectador pasivo del cambio tecnológico. Debe situarse en el centro del tablero, anticipando riesgos, aprovechando oportunidades y, sobre todo, colocando la dignidad humana y el bienestar global como guía última de la acción pública. Solo así, al final de esta década podremos decir que la revolución de la IA se ha encaminado hacia un futuro más justo, próspero y humano. ☒

El poder transformador de las subvenciones en la administración local



 Socio de ACOP

ÁLEX COMES

→ @alejandromes

Director de LaBase



 Socio de ACOP

ANTONINO MUÑOZ

→ @antomel11

Responsable del departamento de subvenciones de LaBase



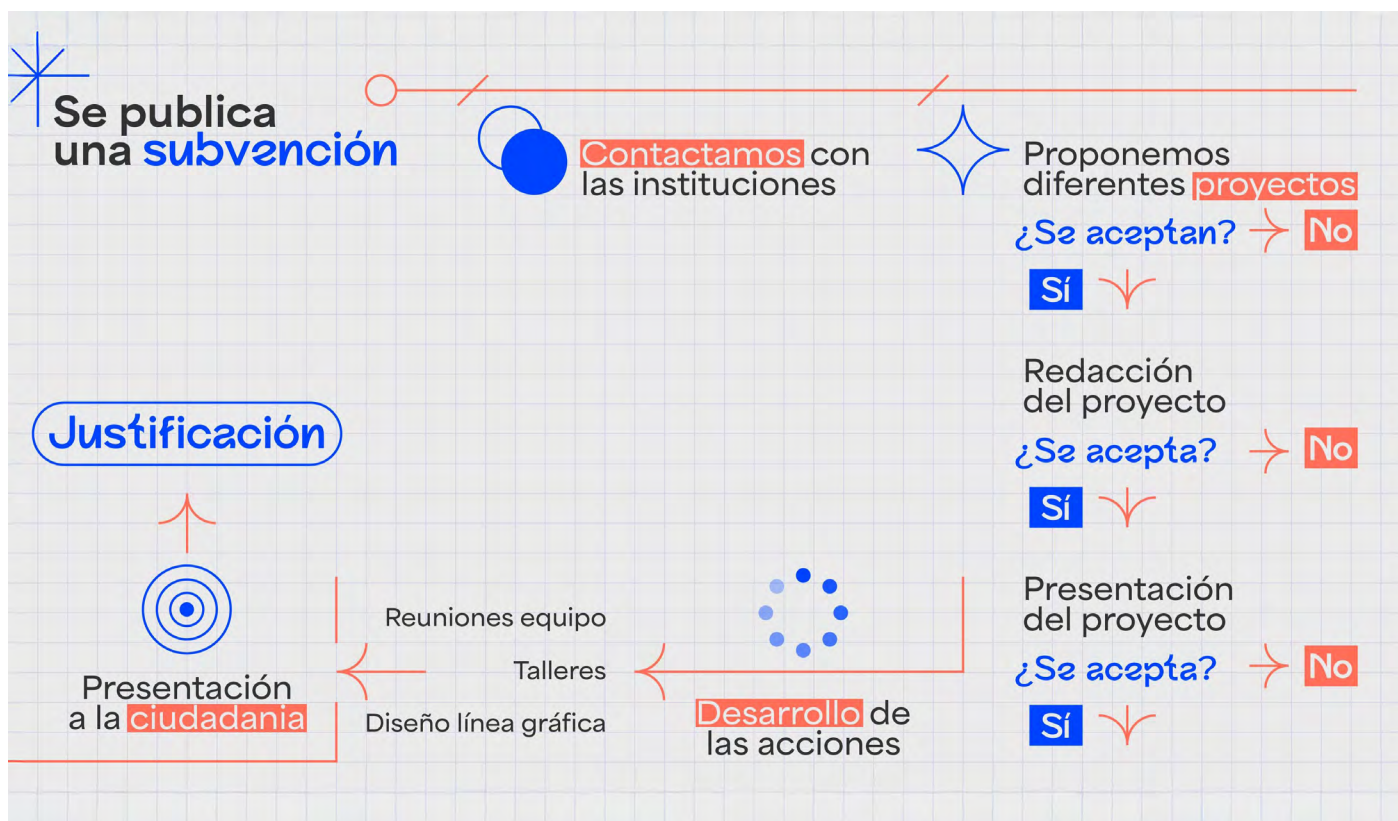
La gestión profesional de las ayudas y subvenciones públicas se ha convertido en un factor decisivo para el desarrollo de los municipios y ha permitido implementar proyectos que transforman la realidad local más allá de los presupuestos ordinarios

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los equipos de gobierno, especialmente en aquellas instituciones más pequeñas, es el de no disponer de un presupuesto suficiente para poder realizar, con recursos propios, todas aquellas acciones que se han previsto en la hoja de ruta. En la mayoría de los casos, lo que marca la diferencia en la percepción ciudadana es, precisamente, el hecho de llevar a cabo esos proyectos 'más grandes'.

Es aquí donde entra en juego una herramienta fundamental para poder llegar a todo lo planeado: las subvenciones. Cuando hablamos de subvenciones hablamos de las ayudas directas que dan organismos superiores a entidades municipales y supramunicipales para desarrollar iniciativas dentro de diferentes campos, como la transformación digital, el fomento del turismo o la implementación de políticas de sostenibilidad ambiental.

En un contexto donde los fondos propios son limitados y las demandas ciudadanas cada vez más exigentes, las subvenciones se convierten en un instrumento estratégico clave para la modernización y transformación de los servicios públicos.





Las subvenciones se convierten en un instrumento estratégico clave para la modernización y transformación de los servicios públicos

Los beneficios más destacables incluyen la capacidad de emprender proyectos ambiciosos y de establecer una conexión más directa con la ciudadanía mediante mecanismos de escucha activa que fortalecen el vínculo administración-población.

Estas iniciativas contribuyen significativamente a mejorar la transparencia en la acción de gobierno, al permitir una mejor rendición de cuentas y una mayor participación ciudadana. Imaginad que un municipio de menos de 3.000 habitantes -y sin apenas presupuesto para acciones comunicativas vinculadas a la comunicación- logra captar una subvención que le permite poner en marcha una campaña de participación. Si el proyecto, además, se enfoca correctamente y se explotan todos los recursos a su disposición, los beneficios pueden ser múltiples. De no tener apenas recursos, el municipio, gracias a esta subvención, puede contar con un barómetro que mida el clima de opinión y articular una campaña de comunicación que lo conecte con la ciudadanía.

Llegados a este punto, muchas de las personas que estáis leyendo este artículo y trabajáis en una institución local -quitando de grandes ciudades- podéis pensar: pero ¿cómo se hace este trabajo? O, en los casos de aquellas corporaciones con plantillas más reducidas, ¿quién tiene o puede hacer todo esto?

Siendo honestos, son dos preguntas completamente pertinentes, puesto que la respuesta a ambas no es muy halagüeña. En algunos casos, la falta de personal formado y especializado en la gestión de estas subvenciones es una barrera insalvable para poder llevarlas a cabo y, en otras ocasiones, la respuesta es tan sencilla que no hay personal para poder realizar estas tareas.



La elaboración de proyectos requiere un profundo conocimiento de los requisitos de cada convocatoria y de la realidad municipal

Es en estos momentos donde la labor de las empresas y los consultores y consultoras especializados en este campo entran en acción.

EL PAPEL CRUCIAL DE LA CONSULTORÍA ESPECIALIZADA

La principal cualidad que debemos tener los y las profesionales de este campo es la versatilidad. El conjunto del trabajo de captación y gestión de subvenciones es tan amplio y variado que requiere que las personas que nos hacemos cargo de ello tengamos, aunque sea a un nivel intermedio, un conocimiento de todas las especificaciones que hay en todo el proceso. El trabajo comienza con una vigilancia constante de las convocatorias, identificando aquellas que

mejor se adaptan a las necesidades específicas de cada municipio. Esta tarea requiere un conocimiento profundo, tanto de los programas de financiación disponibles a nivel regional, nacional y europeo, como de las características y prioridades de cada administración local.

La elaboración de proyectos requiere un profundo conocimiento, tanto de los requisitos de cada convocatoria como de la realidad municipal donde se implementarán. Este conocimiento permite diseñar propuestas que no solo cumplan con los criterios de elegibilidad, sino que además respondan efectivamente a las necesidades locales. La experiencia permite identificar las mejores prácticas y adaptarlas al contexto específico de cada municipio, maximizando las probabilidades de éxito en cada convocatoria.

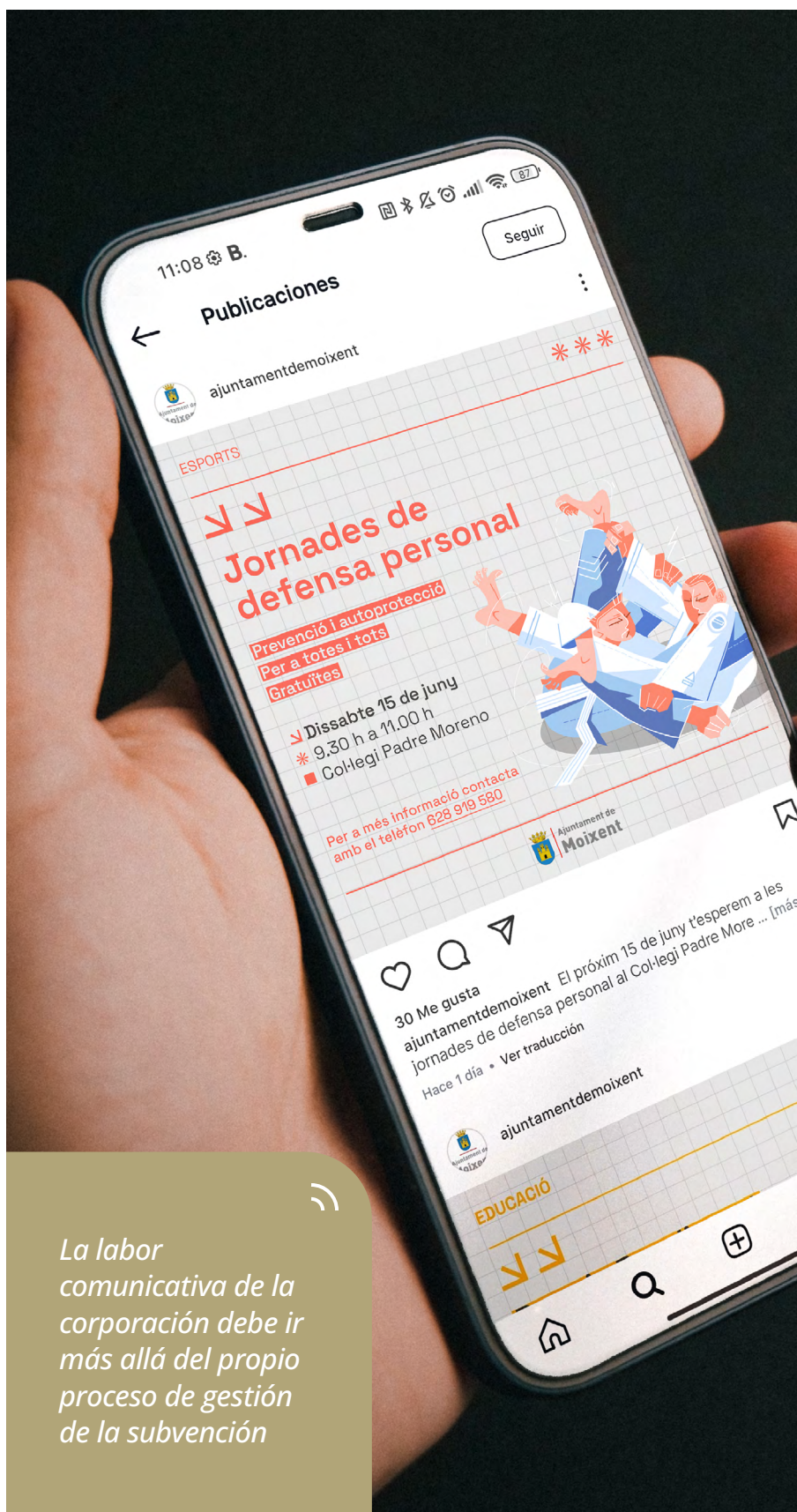
El desarrollo de las acciones se realiza en estrecha colaboración con los ayuntamientos, lo que garantiza una implementación efectiva y adaptada al contexto local. Esto incluye la planificación detallada de actividades, la coordinación con los diferentes departamentos municipales, la gestión de proveedores y la supervisión continua del desarrollo del proyecto. La recopilación sistemática de información durante todo el proceso permite generar propuestas de mejora para futuros proyectos, creando así un ciclo de mejora continua que beneficia a toda la organización.

▼ El desarrollo de las acciones se realiza en estrecha colaboración con los ayuntamientos, lo que garantiza una implementación efectiva y adaptada al contexto local. Esto incluye la planificación detallada de actividades, la coordinación con los diferentes departamentos municipales, la gestión de proveedores y la supervisión continua del desarrollo del proyecto. La recopilación sistemática de información durante todo el proceso permite generar propuestas de mejora para futuros proyectos, creando así un ciclo de mejora continua que beneficia a toda la organización.

LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA: CLAVE EN ESTE PROCESO

Aunque a estas alturas pueda resultar una obviedad remarcar la importancia de la comunicación institucional en este proceso, es imprescindible señalar que la labor comunicativa de la corporación debe ir más allá del propio proceso de gestión de la subvención, puesto que en la mayoría de los casos los proyectos llevados a cabo estarán enmarcados en los planes de legislatura que habrá que reforzar comunicativamente hasta las próximas elecciones.

Tener unos objetivos comunicativos y de gestión claros permitirá a los equipos de gobierno sacar el máximo provecho a los beneficios que la subvención ha dejado en su territorio y, por tanto, en su gestión institucional. **■**



La labor comunicativa de la corporación debe ir más allá del propio proceso de gestión de la subvención

Entrevista a Patricia Horrillo

“Pensar que se puede comprar Wikipedia y acabar con ella indica un desconocimiento absoluto”



Socia de ACOP

CLAUDIA ORTEGA CHIVELI

→ @claudia_chvl



Socia de ACOP

IRENE NÚÑEZ

→ @Irenuqui

Ya es una realidad. Trump ha vuelto a la Casa Blanca, pero la foto es muy distinta a la de hace ocho años, cuando asumía por primera vez la presidencia de Estados Unidos. Entonces, las dudas sobre si sería capaz de llevar a cabo sus amenazas y medidas más controvertidas mantenían en vilo a la opinión pública. Ahora no las hay. Caretas fuera, dicen muchos analistas y expertos. La verdad está continuamente cuestionada y ya no se habla de la amenaza de las *fake news*. Se asumen como una realidad del ecosistema *trumpista* y de medio mundo.

Un mundo en el que los magnates de las grandes tecnológicas han adquirido un poder superior. Creen que pueden comprarlo todo, pero plataformas como

Wikipedia podrían ser la resistencia. **Patricia Horrillo** edita en ella desde hace 16 años, junto a otras personas voluntarias. Asegura no temer la injerencia, ni el dinero, de multimillonarios como Elon Musk. Hablamos con ella días antes de que protagonice el primer Beers & Politics del año en Madrid.

Antes de llegar Trump a la Casa Blanca, Elon Musk ya había verbalizado su intención de comprar Wikipedia. ¿Teméis que cumpla su amenaza?

Pensar que se puede comprar Wikipedia y acabar con ella indica un desconocimiento absoluto de cómo funciona. Por un lado, porque es un modelo que no está basado en el capital. Quienes ▶

▼ editamos lo hacemos de forma altruista y no puedes pagar a la gente para que escriba algo. Por otro, cada entrada de Wikipedia tiene asociada una página de discusión, se debate mucho para llegar a un consenso. Además, cada Wikipedia es idiomática y es la gente de esa comunidad lingüística la que la construye. Por tanto, no hay ningún consejo editorial que decida sobre los contenidos. Esto rompe con la idea de una empresa. Es curioso que piensen que Wikipedia se puede comprar o utilizar en base a unas ideas concretas. No les encaja que se construya conocimiento intentando alcanzar un punto de vista neutral. La idea es: como se escapa de nuestro control, hay que acabar con ello. Preocupa el desconocimiento.

Entonces, ¿no hay riesgo de que Wikipedia acabe como X?

No, porque Wikimedia, la Fundación que recibe los fondos para sostener Wikipedia, se crea con la voluntad de que no pueda haber una adquisición. Wikipedia empieza a cobrar auge porque a Google le interesa presentarla en las primeras entradas de su buscador. Google sí podría hacernos desaparecer; ahora no le interesa, pero no podemos saber si el día de mañana sí.

¿Y de que se deslegitime como fuente de información?

Como la gente no sabe quién está detrás de Wikipedia, pero le resulta muy práctica, la sigue y seguirá usando. La mayoría de consultas no son polémicas ni políticas. Sorprende la cantidad de futbolistas o eventos deportivos que se consultan.



▼
La influencia puede ser más sutil. Magnates antes críticos con Trump e incluso medios de comunicación progresistas han rebajado sus posiciones para no disgustar al nuevo presidente. ¿Os preocupa que ese *soft power* llegue a Wikipedia?

Cuando algún político ha querido denunciar a Wikipedia, no ha podido porque los editores muchas veces son *niks* sin ningún tipo de identificación. La denuncia solo la pueden hacer contra la Fundación, pero esta no interviene en los contenidos. Ha habido muchos casos y nunca ha funcionado. Lo que sí me parece preocupante es que se identifique y se vigile a editores. Por ejemplo, en España y Portugal ha habido editores que han perseguido a otros por escribir temas LGTBI. Miran sus contribuciones, las cuestionan... es una forma de acoso, aunque mucho más sutil que las que se dan en RRSS.

"Que haya organizaciones que quieran saber quién está editando sí me preocupa y sí veo posible que pase en España"

Por tanto, no veo que la polarización pueda afectar a la estabilidad de Wikipedia o a que la gente siga usándola. Pero, desde luego, hay que estar atentas a qué intentan hacer organizaciones como Manos Limpias o Abogados Cristianos. Que haya una organización que



quiera saber quién está editando sí me preocupa y sí veo posible que pase en España, aunque lo hagan únicamente para tener visibilidad.

"No veo que la polarización pueda afectar a la estabilidad de Wikipedia o a que la gente siga utilizándola"

Para atacar a Wikipedia siempre se ha dicho que cualquiera puede editar contenidos y mentir. Ahora, los bulos y la desinformación son la norma, no la excepción. ¿Cómo sobrevivir en este ambiente?

La frase "de Wikipedia no te puedes fiar porque la puede escribir cualquiera" la llevo escuchando desde que comencé a editar en ella hace 16 años. Claro que se puede manipular la información, cualquier espacio es manipulable, pero es complicado porque para editar tienes que aportar datos, no opiniones, y referencias que acrediten esa información. Además, aprender a editar requiere esfuerzo y constancia. La mayoría de gente entra en Wikipedia porque quiere contribuir. En España somos alrededor de 5.000 personas editando y revisando constantemente. Cada vez hay más filtros.

También ha dicho Elon Musk que Wikipedia es de izquierdas, pero en España se le suele acusar de lo contrario. ¿Tiene Wikipedia sesgo ideológico?

Hay contenidos muy conservadores, pero, en general, el punto de vista es bastante neutro. Yo no veo la derechización por ningún lado. Y también la gente que contribuye desde ámbitos progresistas intenta no ser panfletaria. Tanto la Wikipedia en español como la Wikipedia en inglés son bastante progresistas. En esta última, porque hay más implicación de la academia. En cambio, en España las universidades tienen una actitud de desprecio hacia Wikipedia.

En 2015 fundaste Wikiesfera, un grupo feminista de editoras que promueve dinámicas inclusivas para editar en Wikipedia. ¿Ha mejorado el porcentaje de mujeres desde entonces?

En 2014 la propia Fundación Wikimedia se dio cuenta de que en las reuniones anuales había muy pocas mujeres y comenzó una investigación para ver qué pasaba con las editoras. Los datos eran muy

alarmantes porque solo una de cada diez personas que editaban eran mujeres. Ahora tenemos un porcentaje del 13%. Hay un problema: la falta de tiempo. Editar y debatir en Wikipedia consume muchísimo tiempo y las mujeres no tenemos tiempo. El perfil de editor es el de un hombre de entre 40 y 60 años, con estudios superiores, acceso a internet y tiempo libre. Otro problema es que las mujeres tenemos un acercamiento al mundo tecnológico desde la obligación del trabajo o los estudios, no lo vemos como algo lúdico.

“Editar y debatir en Wikipedia consume muchísimo tiempo y las mujeres no tenemos tiempo”

Y ahora, con la llegada de Trump y en un mundo cada vez más masculinizado, ¿teméis que esta falta de mujeres se agudice?

En la Wikipedia en inglés puede que se note más, pero es difícil saberlo. En la última década las biografías de mujeres han aumentado un 5% y ahora estamos en el 25%. Siempre digo que Wikipedia es la guinda del pastel. Es una fuente terciaria; si no tengo *papers* que investiguen a mujeres represaliadas que hicieron cosas grandes en el franquismo, no puedo plasmarlo en Wikipedia. Se trata de recuperar genealogías, referentes que no nos han enseñado en nuestra educación para que, al menos, existan para las nuevas generaciones. Necesitamos que los medios hablen de ellas y que las investigaciones tengan perspectiva de género, si no, nosotras no tenemos fuentes para poder referenciarlas. ❏

↑ SUMARIO



Kamala Harris: La evolución de un estilo como herramienta de comunicación política



Socia de
ACOP

MARÍA FRANCÉS

→ @mariafrances

Politóloga y consultora
de imagen

La imagen personal ha sido, históricamente, una herramienta poderosa en la comunicación política y Kamala Harris es un claro ejemplo de cómo una figura pública puede utilizarla de forma estratégica para reforzar su mensaje y conectar con la ciudadanía.

Aunque las pasadas elecciones no le han sido favorables, Harris ha mantenido una imagen sólida y coherente, adaptándola a cada etapa de su carrera para transmitir autoridad, accesibilidad y resiliencia.

Desde su irrupción en la campaña de 2020, Harris apostó por un vestuario que combinaba sencillez, funcionalidad y simbolismo. Su prenda insignia, el traje pantalón, se ha convertido en una reivindicación visual de profesionalismo y liderazgo. Generalmente en tonos oscuros como el azul marino, el gris o el negro, estos colores proyectan seriedad, estabilidad y control, elementos clave en la percepción pública de una figura de poder, lo que a mí me gusta llamar 'Power Dressing'.

Durante su campaña inicial, Harris introdujo elementos más informales, como las icónicas Converse Chuck Taylor, que le sirvieron para humanizar su figura y conectar con votantes más jóvenes. Este contraste entre la sobriedad de los trajes y la informalidad del calzado enviaba un mensaje claro: era una líder profesional, pero también accesible y cercana.



En contextos clave, como debates y discursos históricos, sus elecciones han sido cruciales. Tonos como el blanco o el morado (que eligió para su toma de posesión como vicepresidenta), asociados al movimiento sufragista y a la igualdad, han reforzado su posicionamiento como defensora de los derechos civiles y la inclusión.



Con su transición a la vicepresidencia, Harris ajustó su estilo para reflejar las exigencias de su nuevo rol. Los trajes adquirieron cortes más estructurados y materiales de alta calidad, como lana, lo que proyectaba una imagen de autoridad y preparación. El minimalismo en los accesorios, como los collares de perlas o los pequeños pendientes, reforzaba su profesionalismo de forma sutil, sin desviar la atención del mensaje central. De hecho, nos ha recordado a Margaret Thatcher, que usaba trajes de chaqueta estructurados que proyectan autoridad, pero con perlas y blusas con lazos y tejidos fluidos, que son mucho más cercanos.

Aunque el impacto de Kamala no se ha limitado a su vestuario. Su lenguaje no verbal, con sus gestos y micro expresiones, también han sido una herramienta clave para reforzar su liderazgo y conexión emocional. Ha mantenido una postura firme, con gestos pausados y controlados que han reforzado la narrativa de una figura con visión y propósito. Su expresividad nos ha dejado momentos épicos, como en el primer cara a cara con Trump y esas sonrisas de medio lado o la 'cara de sorpresa', mientras Barack Obama y Donald Trump compartían risas hace unas semanas en el funeral de Jimmy Carter.


Pese a todo, Harris ha continuado utilizando su imagen como una herramienta para proyectar resiliencia. Sus apariciones públicas posteriores reflejan una sobriedad calculada, con trajes en tonos oscuros que subrayan estabilidad y determinación. En algunos eventos simbólicos, el uso del blanco ha reaparecido, comunicando así



esperanza y su compromiso con los valores que ha defendido a lo largo de su carrera.

En definitiva, como ya fuera el fenómeno Obama en 2008 con la camisa arremangada, el caso de Kamala Harris pone de manifiesto que la imagen en política no es un complemento superficial ni una frivolidad, sino una extensión estratégica del mensaje político. Cada detalle de su vestuario, desde los colores hasta los cortes y accesorios, han sido elegidos para reforzar su mensaje político. Y su lenguaje no verbal ha sido igualmente fundamental, lo que le ha permitido conectar emocionalmente con su audiencia y proyectar seguridad y liderazgo.

Para cualquier figura pública, la trayectoria de Harris ofrece lecciones claras: la imagen personal debe ser coherente con los valores y objetivos del líder, flexible ante las exigencias del contexto y, sobre todo, auténtica. En política, donde la percepción es clave, la capacidad de utilizar la imagen como herramienta de comunicación puede marcar la diferencia entre ser recordado o pasar desapercibido.

Kamala Harris, independientemente de los resultados electorales, ha demostrado cómo una estrategia de imagen bien ejecutada puede consolidar el impacto y la relevancia de un líder, incluso frente a la adversidad. 



ACTIVIDAD ON LINE

'Imagen
política. La
estrategia
invisible del
poder'



MARZO 12 19:00 HR

María Francés Barrientos,
Consultora de imagen y
marca personal.

Ozmar Rojas H., consultor
en imagen y comunicación
política.

acop)

Un bucanero de JFK y hasta del Joker



Socio de
ACOP

TONI AIRA
→ @toniaira

Director Máster en
Comunicación Política e
Institucional UPF-BSM

Pierre Salinger fue un *spin doctor* al más puro estilo norteamericano y a la vez, no. Cumplió con los cánones al ejercer como expeditivo secretario de prensa en la Casa Blanca, primero a las órdenes de John Fitzgerald Kennedy y, tras su asesinato en 1963, al servicio del nuevo presidente, Lyndon B. Johnson. Pero, a su vez, fue mucho más que un eficaz asesor. Fue senador interino por poco tiempo. Fue vicepresidente de Continental Airlines. Fue copropietario de un club nocturno en Los Ángeles y del equipo de fútbol San Diego Chargers. Y hasta fue abogado del Joker y de Catwoman (y en esa ficción, también de Nixon, otro supervillano) en el papel de Lucky Pierre,

en un capítulo de 1968 de la mítica serie *Batman* de la ABC. En 2004, con motivo de su muerte, un obituario dijo sobre él: "cualquier catálogo de bucaneros del siglo XX debe incluir al periodista Pierre Salinger".

Más que de serie y en papel secundario, su vida fue de película y con suficiente entidad como para asumir un rol protagonista. No entiendo aún cómo no se ha dedicado una película a un individuo con tal riqueza de matices; con tanto bagaje y experiencia en campos tan variados que, por ejemplo, eso sí, lo llevaron a ser miembro del jurado del Festival de Cine de Cannes en 1975.



▼ Y digo que no lo entiendo, pero a la vez sí que lo hago, ya que, en un país como Estados Unidos, seguramente no se perdona que alguien que fuera pieza clave en la Casa Blanca acabara prologando un libro de cuentos, en 1998, del dictador libio Muammar Gaddafi, uno de los grandes supervillanos en el imaginario norteamericano, que ríanse del Joker a su lado. Pero ese punto, como muchos otros en la vida de Salinger, no deja de ser descriptivo de lo surrealista, a la vez que apasionante, de una trayectoria vital que ya empezó poco convencional.

Había llegado al mundo en San Francisco, en 1925, hijo de un judío y neoyorquino ingeniero de minas y de una católica y periodista nacida en Francia. Su abuelo materno, por cierto, fue miembro de la Asamblea Nacional Francesa, se llamó Pierre Biétry y fue

conocido por su vigorosa defensa del capitán Alfred Dreyfus, quien fuera condenado injustamente por traición en 1894. La estirpe había tenido papel ya en un famoso *affaire* hipermediático para la época: el caso Dreyfus. Y el retoño Salinger nació con esos antecedentes, a la vez que creció considerado como un niño prodigio de la música. Se dijo de él que tocaba el piano de cola incluso antes de aprender a leer.

Pero sus padres no acabaron viendo con buenos ojos que su hijo pudiese emprender la vida artística y, así, cuando el joven Pierre tenía doce años, interrumpieron sus recitales públicos. Poco podían intuir que aquello no serviría de nada y que su hijo seguiría siendo un artista toda su vida.

Durante la Segunda Guerra Mundial, con apenas 17 años, se alistó

en la Marina y estuvo al mando de un cazador de submarinos en el océano Pacífico. Después de servir en la Marina, terminó sus estudios en la Universidad de San Francisco, se licenció en 1947 y empezó su carrera periodística como Lucky Pierre (¿recuerdan?), columnista de carreras de caballos, y más tarde como reportero del *San Francisco Chronicle* y editor colaborador de la revista *Collier's*. Y de esa carrera periodística, a los Kennedy.

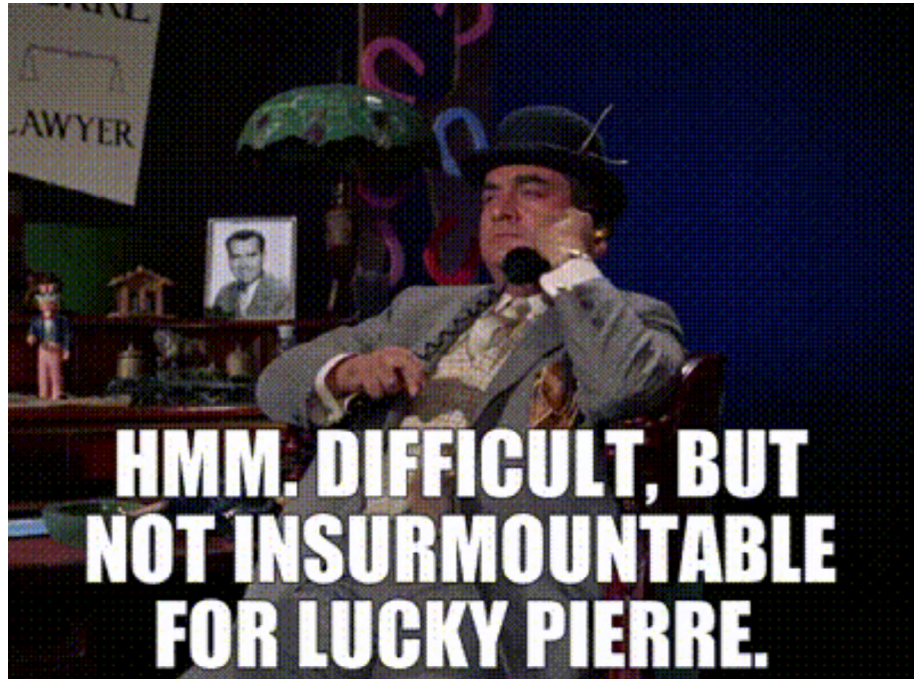
Después de que investigara y escribiera una serie de artículos en 1956 sobre el líder sindical Jimmy Hoffa, Bobby Kennedy lo contrató para que fuera el asesor legal del Comité Selecto del Senado que investigaba el crimen organizado y más tarde lo convirtió en secretario de prensa de su hermano John, entonces senador. Cuando JFK se animó con la campaña ▼

▼
presidencial de 1960, Salinger trabajó en ella y ahí (y al ganar, en la Casa Blanca) se convirtió en una de sus figuras asesoras clave.

Cuando todo aquello acabó, pocos años después fue jefe de campaña de Bobby Kennedy, en su carrera por la nominación demócrata a la presidencia de los Estados Unidos, en 1968. Pero, tras el asesinato de Bobby, el segundo Kennedy al que servía como asesor y a quien un pistolero dejó a las puertas de su nominación como presidenciable, un Salinger devastado se trasladó a Francia para hacer de corresponsal del semanario de noticias *L'Express*.

Amante de la noche, el alcohol, los buenos puros habanos y el póker, en sus años parisinos entrevistó a figuras como Fidel Castro y Grace Kelly y se codeó con otras tan dispares como el presidente François Mitterrand o el empresario Mohamed Al Fayed. Intentó, sin éxito, que los presidentes demócratas Jimmy Carter y Bill Clinton lo designaran embajador ante Francia. Escribió tres novelas, una autobiografía y un tributo a Kennedy, entre otros libros. Y, al final de su trayecto vital, siempre activo, se hizo contratar para promover a la ciudad francesa de Lille para los Juegos Olímpicos del 2004, pero Atenas la desplazó.

No siempre ganó, sus asesorados tampoco, pero nadie le pudo afejar que no lo intentara a lo grande, como cuando contra viento y marea introdujo las ruedas de prensa televisadas del presidente norteamericano en la Casa Blanca. Y ahí Kennedy deslumbró como muy pocos políticos lo han llegado a hacer nunca. ☒





○ **Off the record**

Febrero -Marzo-
Abril-Mayo-Junio



○ **Jornadas Inteligencia Artificial**



○ **Curso avanzado para comunic**



○ **Escuela de Métodos**



○ **Charla 'Imag**
La estrategia
del poder'



○ **V Premio Tesis Doctoral**

ACTIVIDADES 2025





do 'IA
adores'

○ Jornadas de
contratación
local

gen política.
a invisible



○ ICA



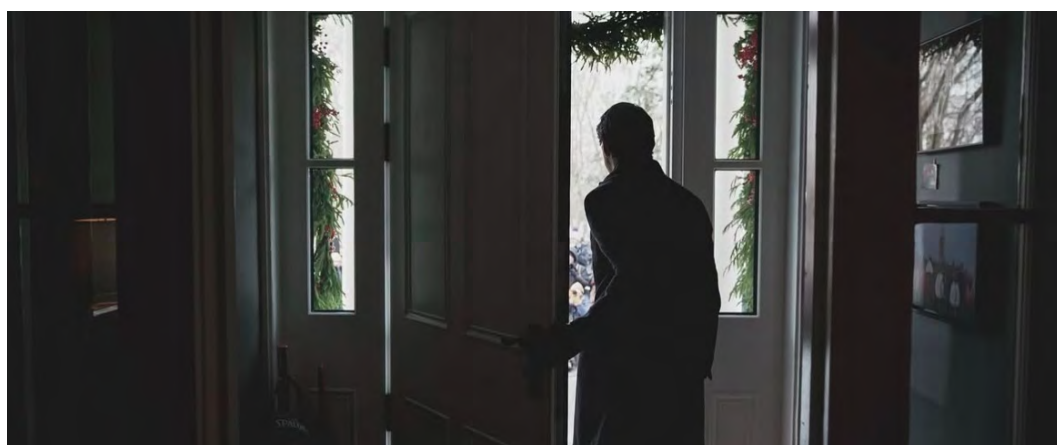
II Premios
Comunicación Política



○ Otras

- Código Ético
- Web ACOP
- Actividades en CCAA
- Actividades para la práctica profesional
- Bruselas
- Copa de Navidad
- Asamblea de socios/as

Adam Scotti: El ojo detrás de la política canadiense



PEDRO RUIZ
@PedroRuiz_Photo

Adam Scotti, fotógrafo oficial del primer ministro de Canadá, Justin Trudeau, ha transformado la forma en que se documenta la política contemporánea. Su capacidad para capturar momentos auténticos y emocionales lo ha establecido como uno de los fotógrafos más influyentes en el ámbito político. Este artículo explora su vida, trabajo, impacto y legado, ofreciendo una visión profunda de su trayectoria de más de una década.

PRIMEROS AÑOS Y FORMACIÓN

Adam Scotti nació en Canadá, donde creció en un entorno que fomentó la creatividad y el pensamiento crítico. Aunque inicialmente su interés principal estaba en las ciencias políticas, descubrió la fotografía durante sus años universitarios en la Universidad de Ottawa. Este encuentro fortuito le permitió combinar sus dos pasiones: la política y el arte visual.

Sus primeras experiencias como fotógrafo se desarrollaron en campañas políticas locales, en las que aprendió a capturar momentos auténticos en escenarios dinámicos. Al principio, su enfoque era más técnico, pero rápidamente comprendió que la fotografía política no se trataba solo de obtener una imagen bien compuesta, sino de contar historias que resonaran con el público.

CAMINO HACIA LA POLÍTICA Y LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL

El camino de Scotti hacia convertirse en el fotógrafo oficial del Primer Ministro fue el resultado de años de trabajo arduo y dedicación. En 2013, comenzó a colaborar con Justin Trudeau, entonces líder del Partido Liberal. Su estilo fresco y su enfoque discreto captaron la atención ▶

▼
del político, quien vio en Scotti a alguien capaz de capturar su esencia sin artificios.

Para Scotti, la fotografía documental no es solo un medio para registrar eventos, sino una herramienta para humanizar a las figuras públicas. Esta filosofía se ha convertido en el núcleo de su trabajo, lo que lo diferencia de otros fotógrafos políticos que, a menudo, se centran exclusivamente en los aspectos protocolares.

ESTILO FOTOGRAFICO: AUTENTICIDAD Y HUMANIDAD

El estilo de Adam Scotti es una mezcla de fotografía documental y artística. Prefiere la luz natural y evita el uso excesivo de edición, confiando en la composición y la captura del momento para transmitir la narrativa. Esto se alinea con su objetivo de mostrar a las figuras políticas como personas reales, con emociones y vulnerabilidades.

Scotti busca momentos espontáneos que revelen la conexión de Trudeau con las personas. Desde un apretón de manos con un veterano hasta una conversación informal con estudiantes, su cámara actúa como un puente entre el público y el líder.

LA RELACIÓN CON JUSTIN TRUDEAU

Trabajar como fotógrafo del Primer Ministro implica una relación profesional basada en la confianza



Justin Trudeau y Olaf Scholz. Montreal. 2022. @adamscotti.



Justin Trudeau en su despacho. Ottawa. 2020. @adamscotti.



Justin Trudeau. Toronto. 2024. @adamscotti.



Justin Trudeau. Surrey. 2021. @adamscotti.



Justin Trudeau con su hijo. Brampton. 2023. @adamscotti. ▶

▼
mutua. Scotti ha viajado con Trudeau a lo largo de Canadá y a más de 50 países, capturando todo, desde reuniones diplomáticas hasta eventos comunitarios.

La relación entre Scotti y Trudeau trasciende lo profesional. Al haber trabajado juntos durante años, Scotti entiende los matices de la personalidad de Trudeau, lo que le permite anticipar momentos clave. Esta dinámica ha resultado en algunas de las imágenes más memorables del político, como una foto de Trudeau jugando con sus hijos o un retrato íntimo en su oficina durante una noche de trabajo.

IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN PÚBLICA

El trabajo de Scotti ha tenido un impacto significativo en la forma en la que los canadienses y el mundo ven a Justin Trudeau. Sus fotografías han contribuido a proyectar la imagen de un líder accesible, compasivo y conectado con su pueblo. En una era dominada

por las redes sociales, donde la percepción pública puede cambiar rápidamente, estas imágenes desempeñan un papel crucial.

Además, Scotti ha logrado equilibrar la necesidad de capturar momentos auténticos con el objetivo de mantener una narrativa coherente y profesional sobre el liderazgo de Trudeau.

PROYECTOS PERSONALES MÁS ALLÁ DE LA POLÍTICA

Aunque su trabajo con Trudeau ocupa gran parte de su tiempo, Scotti también desarrolla proyectos personales que exploran la vida cotidiana en Canadá. Sus fotografías de paisajes urbanos, retratos y escenas cotidianas reflejan su amor por su país y su habilidad para encontrar belleza en lo ordinario.

Uno de sus proyectos más destacados es una serie de fotografías que documentan la diversidad

cultural de Canadá, mostrando así cómo las comunidades locales contribuyen a la identidad nacional. Estas imágenes han sido exhibidas en galerías y han recibido elogios por su autenticidad.

LOS DESAFÍOS DE FOTOGRAFIAR A LÍDERES POLÍTICOS

La fotografía política no está exenta de desafíos. Como fotógrafo oficial, Scotti debe estar siempre preparado para capturar momentos clave, muchas veces en condiciones impredecibles. La presión de trabajar en eventos de alto perfil, donde no hay margen para errores, requiere de una combinación de habilidades técnicas y resiliencia mental.

Además, Scotti debe equilibrar la necesidad de capturar imágenes auténticas con las expectativas de mantener una imagen pública favorable del primer ministro. Este delicado equilibrio es una de las razones por las que su trabajo es tan valorado.



Funeral de Estado. 2024. @adamscotti.



Justin Trudeau. Yarmouth. 2024. @adamscotti. ▼

▽ LEGADO Y CONTRIBUCIÓN AL ARCHIVO HISTÓRICO

El trabajo de Adam Scotti no solo es relevante en el presente, sino que también tendrá un impacto duradero en el futuro. Sus fotografías forman parte del archivo histórico de Canadá, ofreciendo a las generaciones futuras una ventana a la política y la sociedad del siglo XXI.

Al igual que Pete Souza, el fotógrafo oficial de Barack Obama, Scotti ha redefinido lo que significa ser un fotógrafo político en la era digital. Su capacidad para capturar imágenes que combinan arte y documentación asegura que su legado perdure mucho después de que finalice su labor con Trudeau.

REFLEXIONES SOBRE LA FOTOGRAFÍA EN LA ERA DIGITAL

En un mundo donde las imágenes pueden ser manipuladas y compartidas instantáneamente, el enfoque de Scotti hacia la autenticidad es un recordatorio de la importancia de la integridad en la fotografía. Su trabajo nos recuerda que, incluso en el ámbito político, las imágenes pueden contar historias reales que conecten a las personas con sus líderes.

CONCLUSIÓN

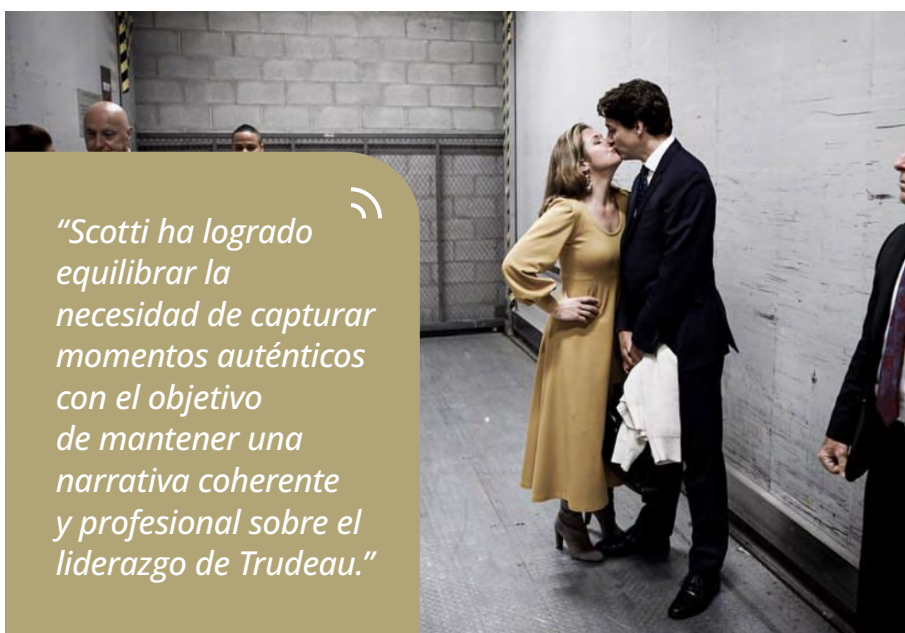
Adam Scotti no es solo un fotógrafo, sino un narrador visual



Justin Trudeau y Joe Biden. Ciudad de México. 2023. @adamscotti.



Justin Trudeau y Emmanuel Macron. Elmau, Alemania. 2023. @adamscotti.



“Scotti ha logrado equilibrar la necesidad de capturar momentos auténticos con el objetivo de mantener una narrativa coherente y profesional sobre el liderazgo de Trudeau.”

Justin Trudeau y su mujer. Montreal. 2019. @adamscotti.

que ha transformado la forma en que vemos la política canadiense. Su capacidad para capturar la humanidad detrás del poder lo ha convertido en una figura esencial en la documentación de la política contemporánea.

En un mundo donde la imagen lo es todo, el trabajo de Scotti destaca por su autenticidad y sensibilidad. Deja un legado que inspirará a futuros fotógrafos y recordará a las generaciones venideras que, detrás de cada líder, hay una historia humana. ✘

El poder político de una melodía: apropiaciones y controversias



Socio de
ACOP

**IGNACIO MARTÍN
GRANADOS**

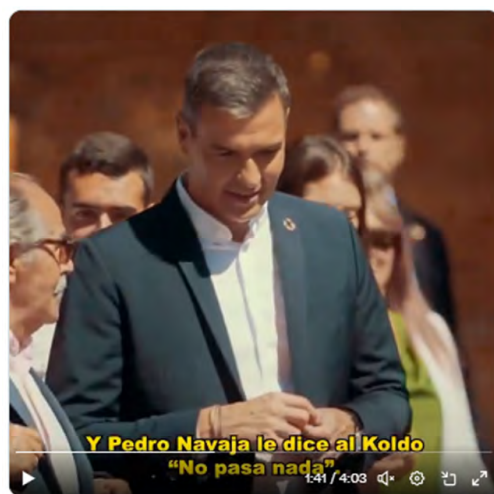
→ @imgranados

La música tiene un poder único para conectar emocionalmente con las personas al actuar como un puente entre las experiencias individuales y las narrativas colectivas. En política, esta conexión emocional se utiliza para reforzar la identidad de grupo y su movilización, así como para amplificar mensajes ideológicos. En definitiva, llegar al cerebro del votante y potenciales electores a través de los sentimientos generados mediante canciones o melodías.

Al escuchar una canción asociada a un movimiento o partido, los votantes no solo recuerdan la música, sino también las emociones que esta evoca: esperanza, rabia, pertenencia, resistencia, etc. Esta relación simbólica convierte a las canciones en herramientas efectivas no solo para humanizar candidatos, consolidar discursos y crear un sentido de comunidad que trascienda las palabras y penetre directamente en el corazón de los electores, sino también para generar estados de ánimo colectivos.

En esta ocasión vamos a referirnos a dos canciones, muy dispares entre ellas, que ejemplifican este uso de apropiación musical en la política.

La primera de ellas es 'Pedro Navaja', la afamada canción de salsa compuesta por el músico panameño Rubén Blades e interpretada por él mismo junto con Willie Colón en 1978, que formó parte del álbum Siembra, el disco más vendido de la historia de la salsa.



El pasado 31 de diciembre de 2024, desde las redes sociales del partido político Vox en España publicaron un mensaje para despedir el año que incluía un vídeo de cuatro minutos con una versión irónica de la letra de la canción, en la que se burlaban e insultaban al presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, al hilo de la actualidad política. Las imágenes del vídeo eran un montaje en el que mezclaban al presidente con, entre otros, el exministro José Luis Ábalos, su esposa Begoña Gómez, el empresario Víctor de Aldama, "que va a contar al juez Peinado sus fechorías", o "Santi Abascal", que le "atiza desde el Congreso".

El autor de la canción, Rubén Blades, contestó enseguida al partido de extrema derecha con un comunicado: "Quiero informar a la opinión pública que no hemos dado autorización a partidos o agrupaciones de ningún tipo para utilizar ▶

▼ mis canciones con fines políticos, en ningún país. Es una falta de respeto al autor (...). Y es más injurioso aún (...) que esa violación de los derechos de autor provenga de quienes apoyan proyectos que buscan destruir la esencia democrática que permite la mayor representación posible del ideal social humano y de la creación de una sociedad más justa y solidaria”.

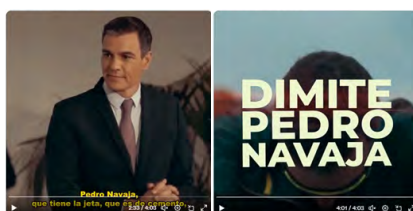
Vox no retiró la canción ni el vídeo, sino que se benefició de la polémica mediática de la denuncia, que amplificó su mensaje. De hecho, no es la primera vez que utiliza sin permiso una canción y enfada a sus autores. Ya ocurrió en 2018 con 'No puedo vivir sin ti', de Coque Malla, y su uso en los mítines del partido (de la que hablamos en el número de marzo de 2022 de *La Revista de ACOP*), la célebre 'A Dios le pido' del colombiano Juanes –transformada en *A Vox le pido*– o la no menos popular 'Malamente' de Rosalía, utilizada en un acto de partido en Málaga.

El otro ejemplo es 'Seven Nation Army', el primer single del disco Elephant (2003), cuarto álbum del dúo de rock formado por Jack y Meg White, The White Stripes.

'Seven Nation Army' marcó un antes y un después para ellos, no solo porque se convirtió en un éxito instantáneo (entre otros, Premio Grammy a la mejor canción) que les consolidó como estrellas globales, sino por la inesperada vida propia que la melodía de su riff de guitarra obtuvo después (y su fácil vocalización en "lo lo lo"). Para hacernos una idea del fenómeno, actualmente el suyo es el riff más buscado en Google, por encima de 'Stairway To Heaven' de Led Zeppelin y 'Smoke On The Water' de Deep Purple.



Su evolución es muy curiosa porque en 2006 se convirtió en el himno oficioso de la selección italiana cuando ganó el Mundial de fútbol. En 2007 cruzó el Atlántico hacia su país de origen y sonó en prácticamente todas las competiciones deportivas masivas en EE. UU.



Y pronto la melodía se expandió desde las celebraciones deportivas a las políticas, apropiándose de ella desde todo tipo de ideologías. Ejemplos de ello los encontramos cuando la cantaron los manifestantes de la Primavera Árabe, en Egipto, en 2011; o en 2017, en Reino Unido, cuando la empezaron a utilizar los seguidores del entonces líder laborista, Jeremy Corbyn, para jalearle en sus mítines de cara a las elecciones generales de aquel año.

En España también se ha recurrido a ella desde algunos sectores de la derecha y la extrema derecha como canto contra Pedro Sánchez. Su adaptación musical se popularizó en el verano de 2023 en los Sanfermines con la letra "Que te

vote Txapote" (eslogan político popular entre la derecha política en España que hace mención al terrorista de ETA Francisco Javier García Gaztelu, alias Txapote).

A modo de conclusión, aunque los contextos de las canciones son diferentes –uno como objeto de uso partidista y el segundo como himno resignificado–, ambos reflejan cómo las canciones pueden ser despojadas de su significado original y adaptadas a narrativas ajenas a las intenciones de sus creadores. La popularidad de una canción puede convertirla en un símbolo político más allá de la voluntad de sus creadores, lo que resalta cómo la cultura popular puede ser manipulada por intereses partidistas.

“La popularidad de una canción puede convertirla en un símbolo político más allá de la voluntad de sus creadores”

La apropiación de canciones por parte de la ultraderecha pone el foco sobre la importancia de la batalla cultural y cómo el arte puede ser reconfigurado para servir a agendas políticas. Este fenómeno no solo afecta a la integridad de las obras, sino que contribuye a polarizar el debate cultural al convertir a la música, simultáneamente, en arma política y en su víctima. Porque la música, como expresión de libertad y creatividad, merece ser defendida de usos que distorsionen su esencia y traicionen la intención de sus creadores. ❏

La transición según los espías



JOAN NAVARRO
→ @joannavarro0

Sociólogo, profesor de Ciencia Política y de la Administración de la UCM.

El profesor Jorge Urdanoz (filosofía del derecho de la Universidad Pública de Navarra) milita en la transformación del sistema electoral español en una institución académicamente aceptable para los principios liberales, habida cuenta de su evidente desigualdad (Ver '20 destellos de ilustración electoral', Ed. Serbal -2014-).

Buscando el origen de las decisiones que, en plena Transición, alumbraron la fundamental y peculiar característica de nuestro sistema electoral, la llamada 'proporcionalidad corregida', se topa el autor con los cables que, en tiempo real y de forma confidencial, informan de las conversaciones que los protagonistas de la Transición tienen con el entonces embajador de EE.UU. en España, Wells Stabler, el meticuloso e informado 'espía' particular del ensayo.

Urdanoz nos cuenta cómo, muy al contrario de lo defendido por la narración oficial, la proporcionalidad del sistema electoral no es fruto de un acuerdo entre Suarez y la oposición democrática, que ni tenía una posición común, ni consideró este como un asunto central de sus reivindicaciones, ni llegó a acuerdo alguno con el gobierno de Suárez antes de la aprobación de la Ley de Reforma Política que ya recoge la proporcionalidad como principio. El sistema proporcional responde a un movimiento defensivo de lo que luego sería la UCD; la única manera que encontró de garantizarse un cierto espacio electoral ante el esperado

triunfo de Alianza Popular de un lado y del PSOE, de otro, que auguraban las encuestas en 1976. Con un sistema mayoritario como el que exigía Fraga (y con el que simpatizaba buena parte de la oposición democrática), la futura UCD, al quedarse como tercera fuerza política, prácticamente habría desaparecido.

El autor también nos cuenta cómo el Rey y Suárez cambiaron de opinión sobre la legalización del PCE, en principio prevista solo para después de las primeras elecciones democráticas; una decisión que los cables del embajador datan mucho antes de la matanza de Atocha y de la mítica reunión secreta de Suárez y Carrillo. La decisión ya estaba tomada, no por la actitud pacífica y la creciente simpatía de una parte de la población hacia el PCE, sino precisamente para evitar que siguiera creciendo la 'mística comunista' que la clandestinidad otorgaba al partido de Carillo y la Pasionaria, y su influencia en los aún ilegalizados sindicatos, que quitaba el sueño por igual a moderados y socialistas, quienes en público exigían su inmediata legalización y en privado decían comprender los riesgos de soliviantar al Ejército. Fueron las encuestas, mostrando un apoyo electoral mucho más moderado del que sospechaba la opinión pública y los militares, la aquiescencia del gobierno de EE.UU. y las recomendaciones de desactivar a los comunistas a través de su legalización -por parte de líderes europeos como el socialdemócrata Willy Brandt-, las que cambiaron la opinión del Rey y Suárez. La química entre

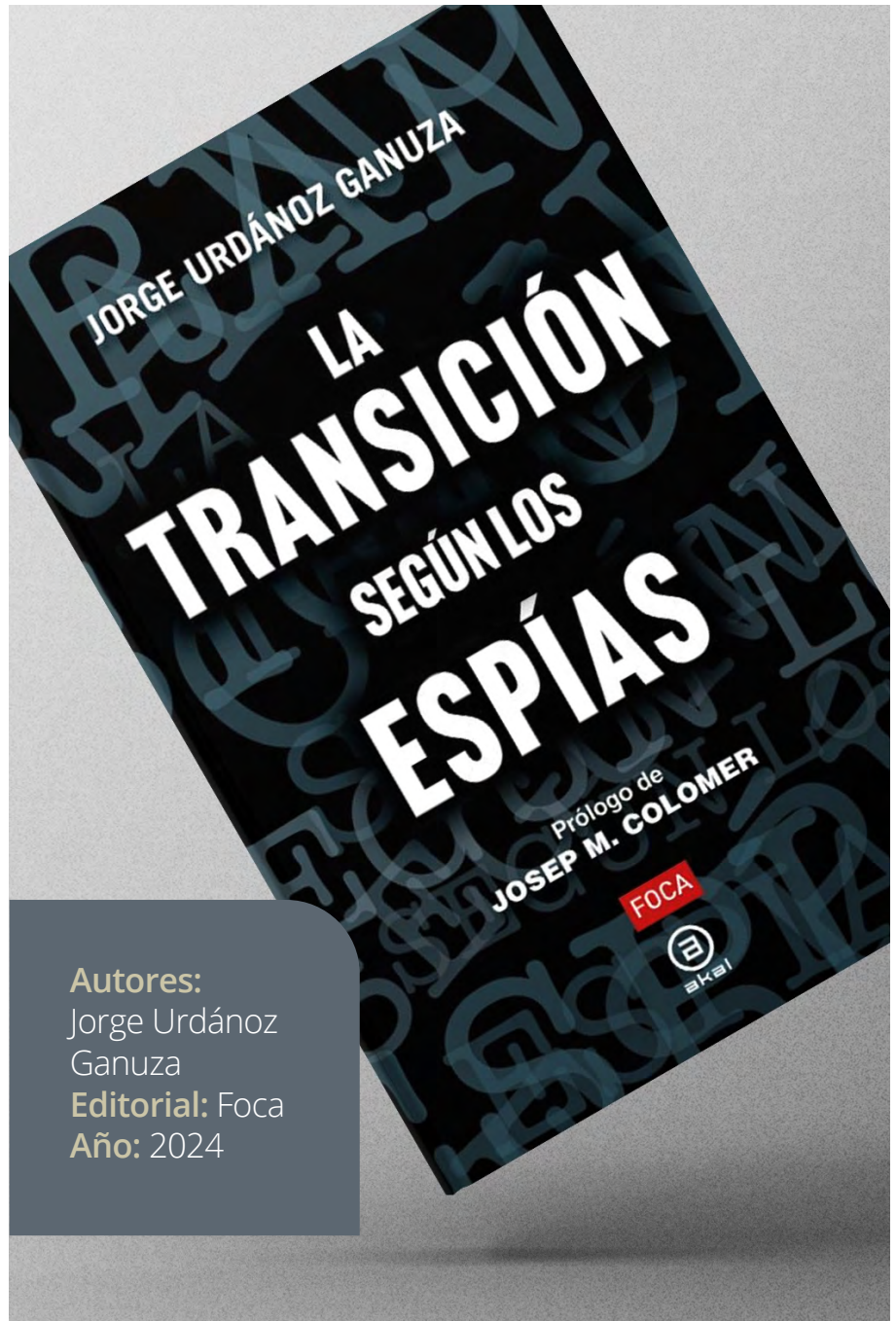


Suárez y Carrillo debió existir, pero fue el frío cálculo electoral lo que recomendó permitir la participación del PCE en las primeras elecciones democráticas.

Para el autor “la transición se decidió en los 12 meses inmediatamente posteriores a la muerte de Franco” (noviembre del 1975 y noviembre de 1976). “Allí se plantó una semilla determinada que solo podía dar un árbol determinado”; un tipo particular y concreto de democracia. “La Constitución será en buena medida su resultado, no su origen”. Acepta, eso sí, algunos “injertos” en ese árbol, no previstos “desde arriba” como el diseño autonómico, impuesto por la oposición democrática.

Profesor de filosofía del derecho, Urdanoz no podía no señalar cómo los españoles disponemos de un “derecho fundamental”, en el sentido de “fundador” de la democracia española, superior al derecho a la vida, la seguridad o la libertad de expresión: el derecho fundamental a la Monarquía, aberración liberal donde las haya, no por la Monarquía como institución tan legítima como la República, sino porque esta no es fruto de la voluntad popular, sino que es justo la Monarquía la que la permite la expresión popular y con ella el advenimiento, la fundación, de la democracia.

“El propio monarca, que es sin duda el piloto de todo el proceso, entiende la democracia como un medio, no como un fin [...] la única manera de salvar a la Corona es transformarse en rey de todos los españoles”. Aberración académica, sin duda, y viva historia de la realidad política española del



Autores:
Jorge Urdániz
Ganuza
Editorial: Foca
Año: 2024

momento, también. Hace bien el autor en señalar que, si la Corona quería ser Democracia, fue porque la “sociedad española obligó a los herederos del franquismo a transitar desde las estructuras propias de una mentalidad dictatorial y caudillista hasta las de una sociedad libre y abierta”.

El ensayo y la lectura de los cables del embajador Stabler nos ofrece un clima de novela de espías, fácil de leer y divertida, cuando en realidad recrea con rigor momentos fascinantes de las decisiones políticas que han construido la sociedad que somos. Bien por Jorge Urdanoz.

Cibercorresponsales: jóvenes periodistas y participación de la infancia



Socio de
ACOP

MANUEL RODRÍGUEZ
@ManuRodriguezCC

Consultor político y de
innovación social en
Cámara Cívica

Cuando en el Congreso de ACOP en Valencia de 2022 salió la pregunta: “¿Cómo hacemos para que los jóvenes se acerquen a la política?”, pedí la palabra y agarré el micrófono. Conté que, quizás, lo que deberíamos hacer es ir a donde están ya participando, darles el micrófono, callarnos la boca y escuchar. Quizás no fue la expresión más elegante, pero lo cierto es que sigo pensando lo mismo. Habrá quien piense que aquello fue una sobrada muy naif, pues no hay tantos espacios de participación juvenil de los que podamos aprender.

Sujétame el teclado.

En mi eterna misión de patrullar la frontera entre comunicación política e innovación social para traeros buenas prácticas inspiradoras, hoy le toca el turno a uno de mis proyectos favoritos: Ciber-corresponsales.



Se trata de una red social y plataforma de blogs creada por y para jóvenes menores de 18 años. Esta herramienta sirve para entrenar a jóvenes reporteros y reporteras que publican artículos, hacen entrevistas y mucho más, siempre con su lenguaje propio y sobre los temas que les interesan. Aunque reciben el acompañamiento de adultos, son los y las jóvenes quienes expresan sus ámbitos de interés y seleccionan las historias que quieren contar. Para ello reciben formación en escritura periodística, en fotografía, diseño web o seguridad en internet.



Al desarrollo de sus competencias digitales se suma el fomento de la participación y la colaboración en esas edades, de forma que se crean redes digitales de verdaderos demócratas y comunicadores con capacidad de incidencia en su entorno.

Ciberresponsales es un proyecto promovido por la [Plataforma de Infancia](#), entidad que agrupa a 75 organizaciones que trabajan por los derechos de las personas menores de edad en España. El objetivo de este programa es formar a jóvenes periodistas para dar voz a niños, niñas y adolescentes a través de la participación digital, a la vez que se fomenta el uso positivo y seguro de las TIC. Ha sido reconocido con premios como el I Premio PantallasAmigas o el Premio Mejor Iniciativa Multimedia 2013 de la Asociación de Usuarios de Medios de Madrid.

En ese sentido, una parte importante del proyecto tiene que ver con el uso seguro de las tecnologías de la información y la comunicación. Sus educadores hacen énfasis en la navegación segura y responsable por internet, lo que tiene un efecto preventivo que lucha contra fenómenos como el *grooming*, el ciberacoso, las *fake news* o la extensión del discurso de odio en internet.

En relación a esto último, hay un grupo específico dedicado luchar contra el ciberacoso: se trata de La Pinza, un grupo de jóvenes agentes de cambio que trabaja para visibilizar experiencias juveniles en materia de ciberseguridad, derechos de la infancia en el mundo digital e iniciativas contra



el *ciberbullying*. Entre ellas cabe destacar una [serie de vídeos cortos en los que se abordan las violencias digitales contra la infancia](#), específicamente el ciberbullying y el racismo, la LGTBI-fobia o la violencia de género. Todas estas obras audiovisuales son ideadas, guionizadas, grabadas y protagonizadas por los menores participantes en La Pinza. El potencial de estos formatos es enorme para sensibilizar a niños y niñas y adolescentes, hasta el punto de que se ha aprovechado para difundir en este segmento de edad la existencia del 017, el número de asistencia telefónica gratuita del INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad) para resolver dudas y atender casos

de amenazas a nuestra privacidad y ciberseguridad.

En una época en la que se culpa a la juventud de la extensión del odio en internet, del avance de la extrema derecha, de la pérdida del decoro y las buenas costumbres y hasta de la desaparición de los dinosaurios, proyectos como Ciberresponsales y La Pinza son una muestra de que quien habla no es el conocimiento, sino los prejuicios edadistas.

Estos y otros ejemplos de participación infantil nos demuestran que llevar menos años en el mundo no siempre equivale a tener menos derecho a participar en nuestra sociedad. [x](#)

El discurso populista y su relación con la polarización política. Caso de Ecuador- 2021



Socia de ACOP

ELISA ALEMÁN

En América Latina, el populismo se ha consolidado como un rasgo endémico dentro de los escenarios políticos, hasta el punto de moldear tanto las estructuras de poder como la interacción entre líderes y la ciudadanía.

El populismo puede manifestarse a través del discurso y la construcción de este en la opinión pública. En este sentido, establece distintos rasgos que diferencian a ciertos líderes de otros, a través de una conexión emocional con la ciudadanía y la construcción de un 'pueblo' en oposición a los 'otros'. El populismo no solo se convierte en una herramienta retórica, sino que también es un catalizador de la polarización, generando así divisiones que trascienden el espectro ideológico tradicional.

El caso ecuatoriano, particularmente el debate de la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2021 ofrece un escenario para explorar la relación entre populismo y polarización afectiva. Analizar esta línea temporal es relevante, ya que marcó un hito en la historia electoral del país, no solo por la diversidad de candidatos -16 en total-, sino por la obligatoriedad del debate organizado por el Consejo Nacional Electoral, lo que permitió observar cómo los diferentes actores políticos adoptaron elementos populistas para conectar con el electorado.



"El debate de la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2021 en Ecuador ofrece un escenario para explorar la relación entre populismo y polarización afectiva"

Históricamente, los trabajos académicos se han ocupado de tratar la polarización ideológica en una posición de izquierda-derecha. Sin embargo, los escenarios ▸

▼
políticos actuales han mostrado una intensificación al rechazo entre miembros de partidos opuestos que va más allá de las diferencias políticas y que ha desencadenado en lo que se conoce como la polarización afectiva.

Este enfoque teórico, impulsado por los cambios en el entorno mediático, sugiere que los partidos políticos ya no se limitan a preferencias políticas, sino que han integrado otros aspectos como la identidad o la pertenencia a grupos, lo que lleva a las personas a evaluar de manera negativa a los de otro partido político, no solo por sus opiniones políticas, sino porque el grupo antagónico representa identidades opuestas.

Los partidos ya no se limitan a preferencias políticas, sino que han integrado otros aspectos como la identidad o la pertenencia a grupos

La pregunta principal de este artículo es comprobar si la polarización afectiva tiene relación con el populismo. Para ello, se realizó una investigación con enfoque cualitativo utilizando la metodología del análisis del discurso. Sobre la base de la literatura se identificaron ocho rasgos populistas y se codificaron las intervenciones pronunciadas.

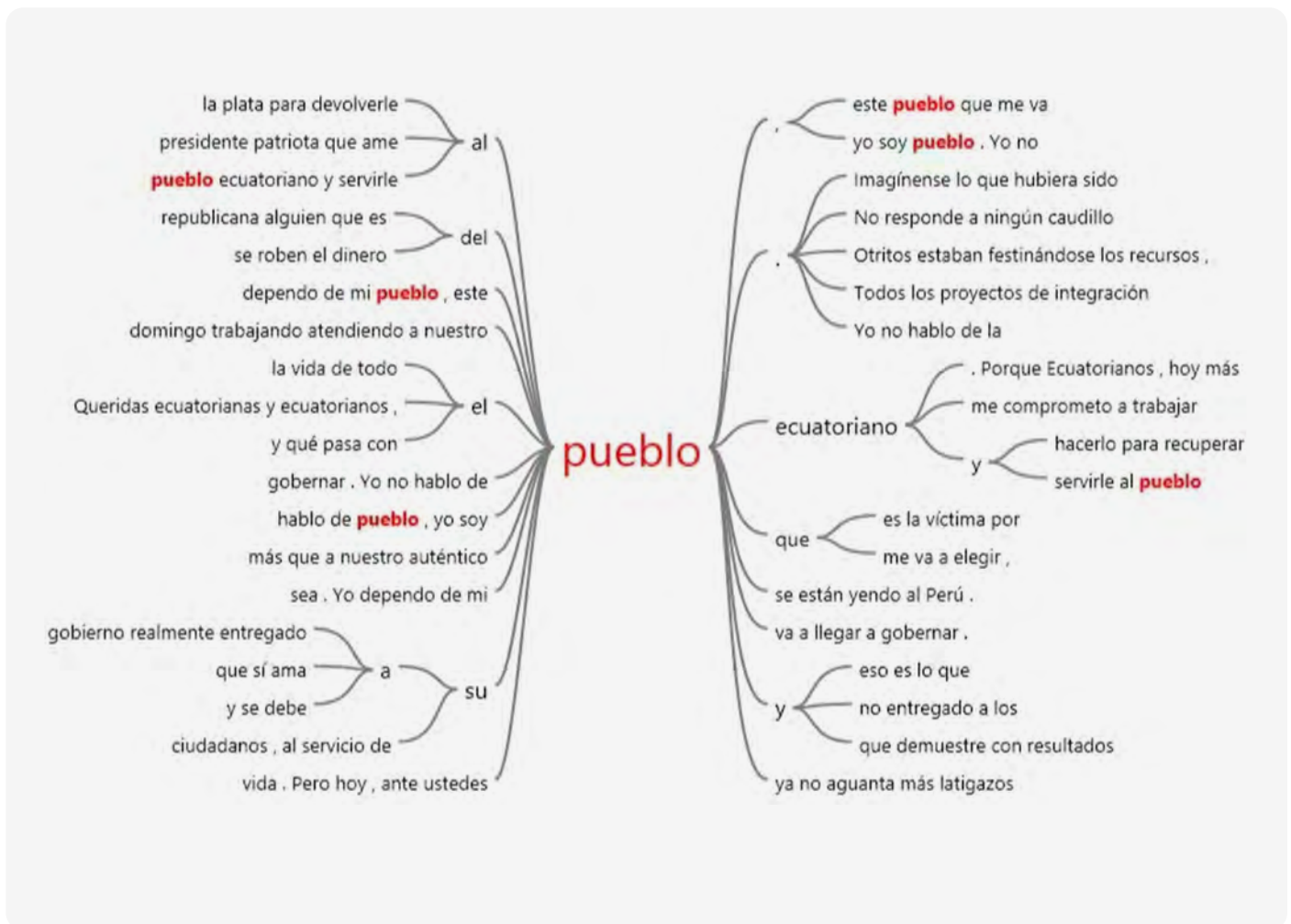
CATEGORÍA	REFERENCIAS
Líder que surge desde abajo	Calatrava, 2020; Fernández, 2019; Laclau, 2005
Construcción de pueblo	Barberis, 2021; Laclau, 2005; Pérez, 2021; Ramírez, 2020
Identificación de un enemigo	López et al., 2021; Moreno & Rojo, 2021; Sarasqueta, 2020
Salvador o mesías del pueblo	Charaudeau, 2020; Cisneros & Rodríguez, 2021
Confrontación	Soler, 2020
Victimización de los sectores vulnerables	Cigüela, 2020
Gobierno paternalista o hiperpresidencialista	Cerbone, 2021; López et al. 2021; Soler, 2020
Demagogia y clientelismo	Moreno Velador & Figueroa Ibarra, 2016; Zapata, 1990

Los resultados demostraron que seis de los dieciséis candidatos presentaron una mayor carga populista. Las categorías que más se repitieron durante el debate fueron 'confrontación' e 'identificación de un enemigo'. Ambos rasgos permitieron argumentar que este tipo de discurso facilitó la polarización afectiva en la conversación a partir de opuestos como el correísmo vs. la banca, más que el tradicional clivaje izquierda-derecha.

Tras la decodificación del debate se obtuvo que las tres palabras populistas más comunes durante el programa fueron: 'gobierno', 'corrupción' y 'pueblo', mientras que tras analizar el campo semántico dentro del discurso populista se encontraron varias metáforas que señalan a diversos culpables como 'el correísmo', 'el

morenismo', 'la banca' y el narco-tráfico. Esto se alinea con el rasgo populista de identificación de un enemigo que señala a responsables específicos con el fin de crear un conflicto que establece una narrativa de 'nosotros contra ellos'. Al comparar la corrupción con metáforas como la pandemia o el cáncer se refuerza la idea de una amenaza que debe ser erradicada en favor del pueblo.

La estrategia de asignar la responsabilidad de las problemáticas nacionales a un gobierno 'corrupto' o 'quebrado' intensifica la polarización afectiva y convierte al gobierno en un símbolo del 'antipueblo'. Esta contraposición entre el "mal gobierno" y el "pueblo" contribuye a que los candidatos construyan un marco superior, donde sus propuestas se presentaran como la única opción. ▽



La estrategia de asignar la responsabilidad de las problemáticas nacionales a un gobierno 'corrupto' o 'quebrado' intensifica la polarización afectiva y convierte al gobierno en un símbolo del 'antipueblo'

Para este caso se encontró que el discurso de los candidatos se construye alrededor de un pueblo que, según ellos, está débil, es la víctima y ya no aguanta más latigazos. Esta representación del pueblo frágil y necesitado establece un vínculo emocional entre los candidatos. La apelación a la emotividad y nacionalismo crea una frontera simbólica entre el 'pueblo ecuatoriano' y la oposición a un 'enemigo' responsable de su sufrimiento.

Entre los candidatos analizados se encontró que Lucio Gutiérrez fue el más populista con un

44.16%, seguido de Yaku Pérez, con 36.88%, y Andrés Arauz, con el 30%. Es importante acotar que Lucio Gutiérrez tuvo más porcentaje populista dentro de su discurso, pero Yaku Pérez presentó un discurso más profundo y es el que más hace uso de las tres categorías que prevalecieron en el discurso populista ecuatoriano: confrontación, identificación de un enemigo y construcción del pueblo. Esto se debe a que Lucio Gutiérrez utilizó otros recursos como el nacionalismo y el gobierno paternalista que no fueron tan relevantes al momento de construir el discurso para el debate.

	Confrontación	Identificación de un enemigo	Demagogia	Construcción de un pueblo	Mesías del pueblo	Victimización de sectores vulnerables	Líder que surge desde abajo	Gobierno paternalista
Andrés Arauz	39.8%	31.2%	8.1%	1.7%	9.3%	7.2%	0%	2.7%
Carlos Shagñay	32.5%	24.5%	16.9%	15.4%	0%	1.9%	8.9%	0%
Guillermo Lasso	25.7%	27.6%	10.7%	20.1%	8.2%	3.9%	0%	3.9%
Lucio Gutiérrez	22.2%	22.1%	11.8%	5.8%	23.7%	0%	0%	10.6%
Ximena Peña	29.4%	17.4%	0%	0%	0%	43.3%	9.9%	0%
Yaku Pérez	31.9%	21.2%	17.7%	10.5%	0%	1.7%	12.2%	4.8%



La polarización fue una pieza clave al momento de construir los discursos debido a su capacidad para captar votantes, a la vez que crea enemigos



Se descubrió que sí existe una relación entre los rasgos populistas y la polarización afectiva en el discurso, ya que durante toda la jornada los candidatos se dedicaron a atacar a dos contrincantes y se dividieron las opiniones en campos antagónicos: anticorreísmo (ataque a Andrés Arauz) y un ataque a la banca (Guillermo Lasso). El análisis de los resultados demuestra que Andrés Arauz confronta constantemente al entonces candidato Guillermo Lasso y su lenguaje dentro del discurso se basa en calificarlo como ‘el candidato de los privilegiados’ o ‘de los banqueros’.

En el caso de Ecuador, la polarización fue una pieza clave al momento de construir los discursos debido a su capacidad para captar votantes, a la vez que crea enemigos. Este fenómeno abre la puerta no solo al estudio del populismo, sino también a ampliar el análisis de la polarización afectiva a los contextos latinoamericanos. Asimismo, permite entender cómo, en los escenarios actuales, la polarización ideológica se transforma en polarización afectiva. ☒



MARIO MONTERO
→ @ElElectoral

Enero - Febrero 2025

2025 empieza con un par de meses algo más ligeros en lo relativo a procesos electorales que los últimos de 2024. Los platos fuertes de este inicio de año serán claramente **Alemania** y **Ecuador**, a los que acompañan varias elecciones de menor interés, algunas para instancias con poco poder político, como las cámaras altas de los órganos legislativos o la presidencia de regímenes parlamentarios.

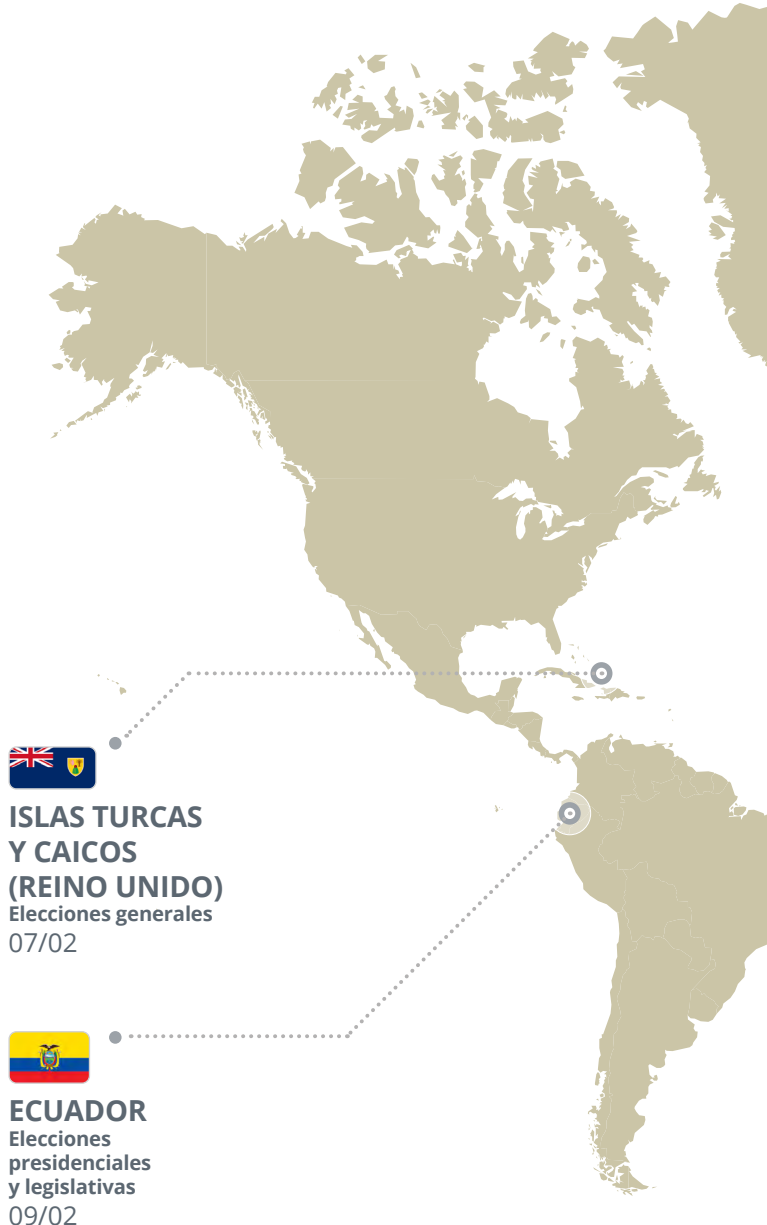
Enero ha empezado con una segunda vuelta de las elecciones presidenciales en **Croacia**, donde el actual presidente socialdemócrata ha logrado una arrolladora victoria, con tres cuartas partes del voto frente a su contrincante conservador.

El mes ha continuado con unas elecciones generales anticipadas en **Vanuatu**, de las que debería salir una nueva coalición que pusiera fin a la reciente inestabilidad política y afrontara la reconstrucción tras el terremoto que sacudió al país en diciembre.

A finales de mes, **Bielorrusia** celebra unas nuevas elecciones sin garantías democráticas, en las que la continuidad del presidente autoritario Alexander Lukashenko no está en entredicho.

A inicios de febrero se celebran elecciones legislativas en el territorio de la capital nacional de Delhi (**India**), en las cuales el progresista AAP, que a diferencia de en las elecciones generales de 2024 concurre sin alianza con el histórico Congreso Nacional, aspira a conseguir una nueva mayoría frente al derechista BJP del presidente indio Narendra Modi. Delhi, antiguo feudo del Congreso, pasó en 2015 a ser la plaza fuerte del AAP, que gobierna desde entonces. El segundo domingo de febrero contaremos con el día de este arranque del año en que coincidan un mayor número de citas electorales.

Liechtenstein celebra unas elecciones generales en las que los conservadores VU y FBP, que llevan gobernando conjuntamente la mayor parte de la historia democrática del microestado, se disputan una vez más la victoria. También se celebrarán elecciones generales en **Kosovo**, donde el socialdemócrata y nacionalista albánés Vetëvendosje del primer ministro Albin Kurti aspira a nueva victoria, que seguiría incrementando la tensión con Serbia.



Por su parte, en Ecuador, el actual presidente Daniel Noboa aspira a conseguir un mandato completo, después de que llegara al poder en 2023 tras la 'muerte cruzada' decretada por el expresidente conservador Guillermo Lasso. Para ello se enfrentará de nuevo en una disputada pelea electoral con la 'correísta' Luisa González. Todo parece indicar que la presidencia del ▶



▼ país se tendrá que decidir en balotaje, ya a mediados de abril.

A finales de febrero, Alemania celebrará unas elecciones federales que, muy previsiblemente, dejarán un cambio al frente del gobierno. Los socialdemócratas del actual canciller Olaf Scholz salen muy tocados de estos

tres años y medio en el poder, tanto, que podrían quedar en tercera o cuarta posición, según las encuestas. Se esperan unas elecciones en las que la ultraderecha de AfD obtenga un nuevo máximo histórico, con grandes victorias en la zona oriental del país y que sitúen al democristiano Friedrich Merz como nuevo canciller, bajo una coalición con socialdemócratas o verdes. ▣

Las marcas territorio protagonizan el ciclo 'Diálogos de influencia'



El pasado 15 de enero, el Espacio LAAAB de Zaragoza acogió una nueva sesión del ciclo 'Diálogos de influencia', organizado por el Laboratorio de Aragón [Gobierno] Abierto (LAAAB) en colaboración con la Asociación de Comunicación Política (ACOP).

El encuentro estuvo centrado en el desarrollo de las marcas territorio como fundamento básico de la comunicación institucional, un tema que ha ganado relevancia en los últimos años debido a su capacidad para identificar y promover la gestión pública en distintos niveles.

El ponente fue Jesús Espino, socio de ACOP y coordinador general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, quien compartió su amplia experiencia en la creación y consolidación de marcas territorio. Destacó cómo estas marcas se sustentan en cuatro pilares clave: condiciones naturales, planificación estratégica, estabilidad política y colaboración público-privada, elementos que permiten a las administraciones

competir y posicionarse, no solo en el ámbito turístico, sino también en otras áreas estratégicas.

El coloquio, que contó con una notable asistencia presencial y virtual, fue moderado por la periodista aragonesa Verónica Crespo, también socia de ACOP, quien dirigió una conversación dinámica y enriquecedora sobre la evolución de las estrategias de comunicación institucional.

Jesús Espino, reconocido por haber revolucionado la comunicación institucional en Málaga y por su papel destacado en la campaña 'Con Paco gana Málaga', galardonada como la mejor campaña electoral de 2023, compartió ejemplos concretos de cómo las marcas territorio pueden convertirse en herramientas fundamentales para fortalecer el vínculo entre las administraciones y la ciudadanía.

Si te lo perdiste, puedes volver a verlo en el siguiente [enlace](#).



Socio de ACOP

PEDRO MARFIL
→ @JPedroMarfil

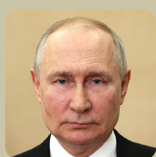
Febrero 2025



Bukele
El Salvador

87 %

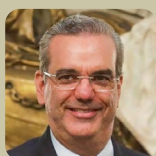
Latinobarómetro
DICIEMBRE 2024 ▼ -2



Putin
Rusia

87 %

Levada
DICIEMBRE 2024



Abinader
República Dom.

68 %

Latinobarómetro
DICIEMBRE 2024



Sheinbaum
México

64 %

Mitofsky
DICIEMBRE 2024 ▲ +1



Montenegro
Portugal

53 %

Pitagorica
ENERO 2025



John Lee
Hong Kong

51 %

Public Opinion Research
NOVIEMBRE 2024 ▼ +1



Lacalle
Uruguay

50 %

Equipos
OCTUBRE 2024



Harris
Irlanda

47 %

Statista
NOVIEMBRE 2024



Milei
Argentina

47 %

Statista
NOVIEMBRE 2024 ▼ +4



Noboa
Ecuador

46 %

Cedatos
OCTUBRE 2024



Meloni
Italia

41 %

Ixe
NOVIEMBRE 2024



Sánchez
España

40 %

CIS
NOVIEMBRE 2024 ▼ -5



Albanese
Australia

39 %

Essential report
DICIEMBRE 2024 ▼ +4



Biden
EE. UU.

39 %

Gallup
DICIEMBRE 2024 ▼ +2



Petro
Colombia

34 %

Invamer
DICIEMBRE 2024 ▼ -3



Da Silva
Brasil

33 %

Paraná Pesquisas
ENERO 2025



Boric
Chile

31 %

Cadem
ENERO 2025 ▼ +3



Starmer
Reino Unido

27 %

Ipsos
DICIEMBRE 2024 ▲ +1



Macron
Francia

24 %

Ifop
DICIEMBRE 2024 ▲ +2



Trudeau
Canadá

22 %

Angus Reid
DICIEMBRE 2024 ▼ -6



Scholz
Alemania

20 %

Infratest Dimap
ENERO 2025 ▼ -3



Boluarte
Perú

4 %

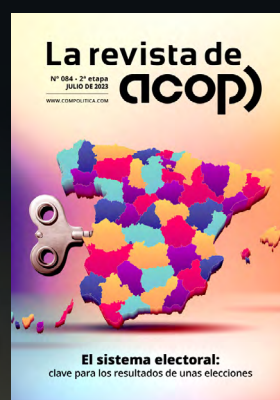
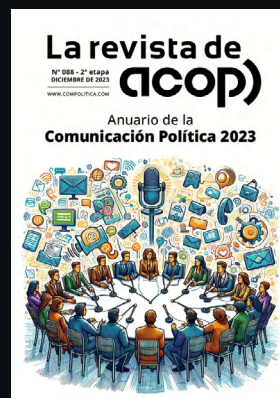
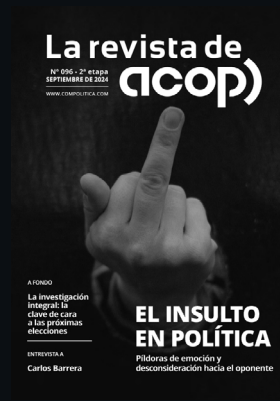
Ipsos Perú
NOVIEMBRE 2024

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

Nota:

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

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



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:

