

La revista de acop

Nº 003 - 2ª etapa
MARZO DE 2016

WWW.COMPOLITICA.COM

MUJER Y 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 de actualidad relacionadas con la comunicación pública y con todo tipo de informaciones de especial interés para los profesionales de este sector.

El Molinillo de ACOP, y ahora con su nueva denominación, es una de las revistas de referencia en su sector, habiendo sido reconocida con el premio Victory Award a la publicación política del año en 2014 y 2015.

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

La revista de ACOP, Segunda Etapa
(pendiente ISSN)

La revista 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 hacérselas llegar a través de esta dirección:
larevistadeacop@compolitica.com

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

EDITA

ACOP - ASOCIACIÓN DE
COMUNICACIÓN POLÍTICA

Avda. Complutense s/n

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

www.compolitica.com

DIRECTOR

Ignacio Martín Granados, @imgranados

SUBDIRECTORA

Gabriela Ortega Jarrín, @gabrielaortegaj

COMITÉ EDITORIAL

David Redoli Morchón, @dredoli

Francisco Sánchez.

Joan Navarro, @joannavarro0

Joaquín Marqués, @Quim_Marques

Jordi Rodríguez Virgili, @jrvirgili

Myriam Redondo Escudero, @globograma

Pedro Marfil, @jpedromarfil

Sandra Bravo Ivorra, @sandra_BI

Daniel García, @danigarcia1986

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Lola Bonilla, @razaben

DISEÑO

Estudio VicenteRojo, www.vicenterojo.net

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

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

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

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

Stanley Greenberg, doctor en Harvard.

Marta Lagos, directora fundadora de la Corporación
Latinobarómetro.

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

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

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

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

SIGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



/user/compolitica



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



Igualdad real y cuotas legales en el congreso de los diputados **04**



Mujeres de Oriente **10**



Entrevista a Anne Gregory **16**

04
A FONDO
Igualdad real y cuotas legales en el congreso de los diputados

Jorge Pérez-Comeche.

24
TENDENCIAS
¿Crees que una mujer puede ser presidenta?

Gabriela Ortega.

30
CALENDARIO ELECTORAL
Marzo - Abril 2016

Samoa, Eslovaquia, Benin, Níger, República del Congo, Yibuti, Perú, República del Chad, Comoras y Macedonia.
Gabriela Ortega.

38
RESEÑA DESTACADA
Manuela Carmena en el diván de Maruja Torres

Sandra Bravo.

10
A FONDO
Mujeres de Oriente

Estefania Molina Morales.

26
TENDENCIAS
Somos mucho más que una cifra

Sandra Bravo.

34
SOCIAL MEDIA COMPOL

La cuenta de Twitter recomendada, el ranking, el meme, el tuit, ACOPstore, el álbum de Instagram.
Daniel García.

40
RESEÑAS

Lola Bonilla.

16
ENTREVISTA
Anne Gregory

Profesora de Comunicación Corporativa de la Universidad de Huddersfield (UK).

Karen Sanders.

28
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
La foto

Ignacio Martín Granados.

42
NOTICIAS ACOP
ACOP Bilbao 2016

22
TENDENCIAS
Las mujeres en el mundo de la influencia

Maria Rosa Rotondo.

29
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
Errores de comunicación política

En democracia, un político es un personaje público (¿con derechos de autor?).
David Redoli.

37
AGENDA

Seminario, Encuentro, Mesa redonda y Congreso.

47
VALORACIÓN
Tabla de popularidad Marzo 2016

Pedro Marfil.





AFONDO

IGUALDAD REAL Y CUOTAS LEGALES EN EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS



JORGE PÉREZ-COMECHE

@perezcomeche,
político y periodista.

El próximo 22 de marzo, tendrá lugar el noveno aniversario de la Ley 3/2007 para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. El propio texto reconocía la escasa presencia de mujeres en puestos de responsabilidad política, por lo que la preocupación del legislador por alcanzar la igualdad efectiva en la sociedad española incluía a las instituciones políticas. Por este motivo, se menciona en la Ley el principio de composición equili-

brada, con el que se trata de asegurar una representación suficientemente significativa de ambos sexos en órganos y cargos de responsabilidad. El texto modificaba varios preceptos de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General para poder cumplir con la norma. Aquí nos centraremos en el nuevo artículo 44 bis que afectará a la composición política de las instituciones electivas en tanto que establecía dos reformas fundamentales con consecuencias:

- Sobre el conjunto de las candidaturas electorales donde cada uno de los sexos supondrá como mínimo el 40 por ciento.

- Sobre cada tramo de cinco candidatos de la lista electoral, donde se mantendrá también la proporción mínima del 40 por ciento.

Las últimas tres elecciones generales ya se han celebrado con la vigencia de la Ley 3/2007. La ley sólo exige el establecimiento de las cuotas en las candidaturas electorales, pero una vez constituido el Congreso los partidos no tienen ninguna obligación de respetar el principio de composición equilibrada.

En este artículo repasamos la presencia de las mujeres en el Congreso de los Diputados desde la legislatura constituyente a la actual undécima legislatura. El objetivo es poder comprobar si estos cambios en la Ley han supuesto un verdadero avance en la composición equilibrada de mujeres y hombres en el Congreso.

AÑO	LEGISLATURA	PARTIDO MÁS VOTADO	% MUJERES	DIFERENCIAL
1977	CONST	UCD	5,8	n.a.
1979	I	UCD	6,1	0,3
1982	II	PSOE	6,2	0,1
1986	III	PSOE	8,4	2,2
1989	IV	PSOE	13,6	5,2
1993	V	PSOE	16,0	2,4
1996	VI	PP	24,0	8,0
2000	VII	PP	31,5	7,5
2004	VIII	PSOE	36,8	5,3
2008	IX	PSOE	38,5	1,7
2011	X	PP	38,8	0,3
2015	XI	PP	39,4	0,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.congreso.es (n.a.) no aplica



Durante los últimos 39 años de actividad parlamentaria en el Congreso de los Diputados ha habido un contexto cambiante en España, que ha ido favoreciendo la mayor presencia de mujeres en la cámara. En primer lugar, la democratización del Estado que extiende la igualdad de mujeres y hombre como un principio constitucional. En segundo lugar, la modernización del país y la incorporación de la mujer al mercado laboral que tiene un reflejo en la vida política. Y, en tercer lugar, las cuotas voluntarias impuestas por los propios partidos políticos, el PSOE fue el primero en adoptarlas seguido de IU. Por último, las cuotas legales a las que nos referimos.



¿Los cambios en la Ley han supuesto un verdadero avance en la composición equilibrada de mujeres y hombres en el Congreso?

Pero, sería un ejercicio muy vago quedarnos en la mera dimensión descriptiva de la representación. No se puede afirmar que por el mero hecho de alcanzar una masa crítica superior al treinta por ciento de mujeres en la cámara éstas hayan alcanzado una posición de plena igualdad respecto a los hombres. Si avanzamos en nuestro análisis y nos detenemos en los otros órganos, al margen del Pleno, que conforman el Congreso de los Diputados, el porcentaje de mujeres se desploma. La posición política del diputado en la cámara es una dimensión con gran poder explicativo para analizar la relevancia del diputado en las tareas legislativas y comprobar la existencia de la igualdad efectiva.

Siguiendo el Título III del reglamento del Congreso de los Diputados, por el que se establece la organización de la Cámara se enumeran cinco órganos. Además del Pleno, que está compuesto por todos los diputados electos, el reglamento describe ▶



a 1) la Mesa como el órgano rector de la Cámara que se compone por el Presidente del Congreso, cuatro Vicepresidentes y cuatro Secretarios; 2) la Junta de Portavoces, constituida por los portavoces de los Grupos Parlamentarios; 3) las Comisiones legislativas integradas por un Presidente, dos vicepresidentes y dos secretarios, de entre los miembros de cada comisión y, finalmente, 4) la Diputación Permanente que estará presidida por el Presidente del Congreso y formarán parte de la misma un mínimo de veintiún miembros, que representarán a los Grupos Parlamentarios en proporción a su importancia numérica.

La diferencia principal de estos cuatro últimos órganos respecto al Pleno es que existe un criterio restrictivo que obliga a los grupos parlamentarios a elegir de entre todos sus miembros a los mejores representantes (o más capaces) para los intereses del partido político, dado que hay un límite que impide participar a todos los diputados.



No existe un patrón continuado que muestre un incremento de mujeres en los órganos del Congreso de los Diputados

Si aplicamos el mismo análisis que al Pleno, al resto de órganos de la Cámara, para conocer la evolución respecto a la presencia de mujeres los datos son mucho peores. Si vemos la evolución de las presidencias de las comisiones legislativas se aprecia como en ninguna legislatura se supera el 30 por ciento de mujeres, es decir, de entre todos los presidentes de comisiones sólo en la segunda legislatura de Zapatero se roza el treinta por ciento. Además, la evolución no ha sido constante y en cuatro legislaturas

(segunda, tercera, sexta y décima) se han producido importantes retrocesos respecto a la anterior, sobre todo, en la penúltima legislatura que tras las elecciones de 2011 supuso la victoria del Partido Popular y ya con la Ley 3/2007 en vigor. El retroceso en la décima legislatura es notable porque de entre todas las diputadas del Congreso sólo un 2,2 por ciento de éstas ocupa la presidencia de una comisión frente al 12,3 por ciento de los hombres.

Del mismo modo, los integrantes de la Mesa del Congreso son mayoritariamente hombres en todas las legislaturas, salvo en la séptima y en la actual. Nuevamente, no existe un patrón continuado que muestre una evolución creciente de mujeres en el máximo y más reducido órgano del Congreso de los Diputados. Asimismo, la Mesa es un órgano muy visible y de un tamaño reducido (11 miembros), por lo que debemos ser cautelosos a la hora de interpretar los datos.

AÑO	LEGISLATURA	PARTIDO MÁS VOTADO	% PRESIDENTAS EN COMISIÓN	DIFERENCIAL	% MUJERES EN MESA CD	DIFERENCIAL	PRESIDENTE/A
1977	CONST	UCD	0,0	n.a.	14,3	n.a.	hombre
1979	I	UCD	5,1	5,1	30,0	15,7	hombre
1982	II	PSOE	3,9	-1,3	11,1	-18,9	hombre
1986	III	PSOE	0,0	-3,9	11,1	0,0	hombre
1989	IV	PSOE	0,0	0,0	22,2	11,1	hombre
1993	V	PSOE	7,1	7,1	22,2	0,0	hombre
1996	VI	PP	6,7	-0,4	20,0	-2,2	hombre
2000	VII	PP	15,6	8,9	60,0	40,0	mujer
2004	VIII	PSOE	25,8	10,2	40,0	-20,0	hombre
2008	IX	PSOE	27,8	2,0	33,3	-6,7	hombre
2011	X	PP	10,0	-17,8	44,4	11,1	hombre
2015	XI	PP	17,9	7,9	66,7	55,6	hombre

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.congreso.es
(n.a.) no aplica



En cuanto a los cargos referidos a los grupos parlamentarios (portavoces titulares, adjuntos y presidentes del grupo) fue un terreno vedado para las mujeres hasta 1989. No obstante, la presencia de mujeres en este ámbito ha sido la más reducida de todos los órganos. En 2008, se superó por primera vez la masa crítica del 30 por ciento, pero en la décima legislatura se produjo un nuevo retroceso, repuntando al máximo histórico en la actual, que también es la más fragmentada en cuanto a la presencia de número de partidos. La diputación permanente ha experimentado una evolución similar a la del Pleno de la cámara, eso sí, con porcentajes algo menores.



AÑO	LEGISLATURA	PARTIDO MÁS VOTADO	% DIPUTADAS GRUPO PARLAM.	DIFERENCIAL	% DIPUTADAS EN DIP. PERMANENTE	DIFERENCIAL
1977	CONST	UCD	0,0	n.a.	0	n.a.
1979	I	UCD	0,0	0,0	7,9	7,9
1982	II	PSOE	0,0	0,0	0	-7,9
1986	III	PSOE	0,0	0,0	2,6	2,6
1989	IV	PSOE	8,3	8,3	5,3	2,7
1993	V	PSOE	9,7	1,4	11,4	6,1
1996	VI	PP	20,5	10,8	15,7	4,3
2000	VII	PP	10,7	-9,8	20,4	4,7
2004	VIII	PSOE	17,2	6,5	29,3	8,9
2008	IX	PSOE	32,3	15,1	30	0,7
2011	X	PP	23,3	-9,0	34	4
2015	XI	PP	37,1	13,8	La constitución de este órgano todavía no se ha producido (marzo, 2016)	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de www.congreso.es (n.a.) no aplica

Con estos datos quiero poner de manifiesto que la presencia de mujeres en el Congreso de los Diputados ha alcanzado un nivel más que notable, de hecho, somos el duodécimo país del mundo con más mujeres en la Cámara Legislativa, según la Unión Interparlamentaria, equiparados a

algunos países nórdicos. En la actualidad, casi el 40 por ciento de los escaños son ocupados por mujeres, por lo que durante las últimas tres legislaturas se estaría consolidando una masa crítica de parlamentarias de forma estable, alcanzando el propósito de la Ley 3/2007. No obstante,

existe otra realidad que el legislador no contempló y dejó al arbitrio de los propios partidos políticos, como hemos podido ver: aquellos puestos o posiciones en órganos que no exigen un principio equilibrado de ambos sexos no se respetan sólo con la voluntad de los partidos.







AFONDO

MUJERES DE ORIENTE

“Que las mujeres sean independientes y peleen por ellas. Es tiempo de pelear”.



ESTEFANIA MOLINA
MORALES

@EstefMolina_
Periodista de
elnacional.cat y
política.

Con este espíritu, ganó el premio Nobel la activista paquistaní, Malala Yousafzai. A sus sólo 17 años se hizo famosa por escribir un blog donde combatía los preceptos talibanes, en defensa de sus derechos como mujer. Aunque su edad era corta entonces, Malala es ejemplo de cómo se puede luchar con los recursos mínimos –aún con el máximo riesgo– por una causa. Valiente, estaba convencida de que la educación era la forma de liberar a las personas oprimidas del maltrato y la justificación de atrocidades, como sufren muchas mujeres en países como Sudán, Yemen y Arabia.

“ Es en Oriente Medio donde ha aparecido un nuevo modelo de mujer, occidentalizada e independiente, con tenacidad para abanderar la defensa de sus derechos

Precisamente, es en Oriente Medio donde ha aparecido un nuevo modelo de mujer, occidentalizada e independiente, con tenacidad para abanderar dichas causas. Son las primeras damas de Siria, Jordania

y Qatar. Con su educación anglosajona, Asma, Rania y Mozah han sido capaces de tomar partido en países donde la mayoría femenina lleva velo, y siempre va un paso por detrás del conyuge. No es su caso. De hecho, es gracias a la credibilidad y el poder que les confieren las figuras masculinas que las acompañan –en sociedades patriarcales– que han contribuido a transformar sus Estados.

Ellas, desde la causa social y su poder informal como modelos a seguir gracias a sus trayectorias personales –aplicadas a sus países– y ellos, desde el poder político *de facto*.

Asma, la rosa del desierto

*“Soy británica y soy árabe.
No soy lo uno o lo otro.
Formo parte de dos mundos”.*

Nació en una isla (Londres, 1975) rodeada de agua, a pesar de llevar el desierto en la sangre. Se educó en un colegio de la Iglesia anglicana, donde prefirió ser llamada “Emma” entre sus compañeros, hasta graduarse en informática y literatura francesa por el King’s College británico. Si bien, su nombre era Asma: una joven políglota y estudiante brillante, que dominaba el inglés, el francés y el árabe. Así, el Deutsche Bank la fichó para gestionar fondos en Europa y Oriente Medio, hasta que dejó la City por el banco de inversión JP Morgan en Nueva York. Y para entonces, sólo tenía 23 años.

Apodada la “Rosa del Desierto” por la revista *Vogue*, Asma Al-Asad es la primera dama de Siria –casada con el presidente Bashar Al-Asad–. Sin embargo, no responde al canon de mujer siria. Occidental en las maneras y la ropa, no ha renunciado a su esencia por ser la consorte en los *affairs* diplomáticos. “A fin de cuentas, soy y seré la misma persona que antes de casarme”. Precisamente, la ambivalencia en su linaje es la principal apuesta de storytelling de Asma, que envuelve cuanto es y cuanto hace.

Arabo-británica

Icono de modernidad para muchos, la Lady Di siria lleva el pelo corto y mechado, viste traje, tejanos o falda –aunque vive a pocos kilómetros del Estado Islámico. No lleva *niqab*, aunque podría haberlo usado. Su familia de origen suní emigró a Gran Bretaña en los años 50 cuando su padre médico estudiaba cardiología. El apellido ▶



Fawaz al-Akhras delata su procedencia, como también los nombres de sus hermanos, Fara y Ayad. Su madre era diplomática en la embajada del Reino Unido, figura emancipada que debió marcar su imaginario sobre la condición femenina.

Sin embargo, Asma siempre tuvo cierta añoranza hacia sus orígenes. “Mi marido me devolvió algo que había perdido”. Del frío neoyorquino y de los números del banco, Asma dejó su carrera para volver al calor del desierto, tras casarse. Bashar y ella se conocieron un verano en Damasco y llevaron su relación en secreto en Londres –pues los Asad son de una facción opuesta a la suya, la alauita–. Pero con la muerte del cuñado, el heredero, regresaron a Siria para que su marido ocupase el cargo.



La ambivalencia en su linaje es su principal apuesta de *storytelling* que envuelve cuanto es y cuanto hace

De reformista a denostada

Su mente liberal y crianza en la democracia británica la suponían capaz de modernizar el régimen sirio –que en sus inicios tomó un cariz reformista, debido a su fuerte implicación política–. Si ella era una rosa con raíces en el desierto, al par que mujer liberada, su pueblo podía seguir su ejemplo –ese parecía el mantra–. Por ello, paseó en tejanos por el país acercándose a los problemas de la gente. Se hizo Facebook, prohibido por el régimen sirio, y financió instituciones de caridad, programas para la educación a la infancia y promoción de los derechos femeninos.

Pero con la guerra siria, su *storydoing* personal no cuajó. La crudeza y los peligros de la guerra asfixiaron la voluntad de cambio y desmoronaron el relato personal de Asma. Ante los miles de muertos, hay quienes la creyeron prisionera del régimen, mientras otros afirmaban que ni se ▶



▼
inmutaba al conocer la barbarie. Su pasión por los zapatos Loboutine y las múltiples compras son motivo de queja para los opositores, mientras ella viste de negro compartiendo el duelo de los ciudadanos y abre cajas de ayuda humanitaria junto a su marido.

Es esa la fidelidad moral al presidente algo incomprensible para muchos, de lo que no la perdonan. Empezó a aparecer así la decepción hacia una mujer de quien Bashar afirmaba que “cambiaría la visión que el mundo tenía de Siria, y la visión que los sirios tenían del mundo”. Si bien, la decadencia en su imagen se hizo evidente cuando Vogue retiró la famosa portada de la “La rosa del desierto”. “La dama del infierno” era el nuevo apelativo con que la apodaron a la pequeña Emma, verdadera Asma.

Rania, la innovación pedagógica

“Soy Rania Al Abdullah de Jordania. Y creo en el poder de la educación para crear un cambio duradero”.

Ella es símbolo de belleza y elegancia para el mundo de la moda, aunque no es el único legado que dejará en Jordania. Rania pertenece a esa estirpe de mujeres de estética y modales occidentales que se dedica a las causas humanitarias. Con Asma comparte la educación británica y la procedencia emigrante. No es jordana, ni palestina –como sus padres– sino de Kuwait (1970), aunque recorrió toda la parte oriental del Mediterráneo, llegando a estudiar en la Universidad Americana en el Cairo (Egipto).

También la historia personal de Rania, marcada por la innovación y la pedagogía, es lo que le ha permitido perfilar un relato colectivo exitoso con que transformar su Estado. Graduada en Negocios y Adminis-

tración, pasó a trabajar en el sector de la banca y tecnológico en empresas de prestigio internacional. Con 23 años conoció a su marido, el hoy Rey Abdulá II, figura masculina que

a clases inspiradoras y a planes de estudio modernos, sino también a profesores y tecnología que puedan conectarlos con el mundo y al mundo con ellos”. Así definen sus asesores la



la devolvió a sus orígenes –como a Asma–. Este es su mejor amigo y confidente, con quien forma un tándem donde Abdulá gobierna de facto y Rania trabaja por transformar la sociedad jordana.

Tecnología y educación

“Cada niña y niño jordano, y todos los niños, deben tener acceso no sólo

mentalidad de la reina Rania en su página web. Precisamente, usa las plataformas online como arma potente para difundir sus proyectos –pues el medio es también mensaje–. Allí cuenta sus hazañas, centradas en la utilización de instituciones civiles y políticas, como el ministerio jordano, una fundación personal, o colaborando con Naciones Unidas y UNICEF con el objetivo de promocionar la innovación educativa. ▶



Pero Rania, madre de cuatro hijos no sólo se involucra en proyectos macro. Su vocación pasa por enseñar, por lo que ha escrito cuentos para niños, como el “Sandwich Swap”, o “Maha de la montaña”. Además, ha sabido aprovechar su institución familiar y matrimonio para la transmisión de un ejemplo a seguir, que difunde en las redes sociales. Conocidas son las imágenes que cuelga en Facebook, Twitter e Instagram, sobre sus viajes, así como escenas con los hijos y el marido en casa, el colegio, o el cine, donde se desprenden valores que calan en la conciencia de los jordanos.



Su historia personal, marcada por la innovación y la pedagogía, es lo que le ha permitido perfilar un relato colectivo exitoso con que transformar su Estado

Defensa de lo árabe

“Estas personas están buscando seguridad”. Pero ella no huye de la cultura árabe, al contrario. Con la guerra de Siria, hizo patente otra de sus grandes causas: la voluntad de desestigmatizar el islamismo, así como condenar a “aquellos que lo usan para cometer sus más sangrientas atrocidades”. Por ese motivo, se posicionó claramente a favor de colaborar ayudando a quienes huían del conflicto sirio. Así, ante las imágenes de los bebés muertos en las costas, compareció en la cumbre internacional sobre niños y jóvenes refugiados estimando la financiación necesaria para acogerlos.

Allí, instó al mundo a repartirse la recepción de estas personas, asumiendo su compromiso, pues “Jordania es pequeña en tamaño, pero grande en responsabilidad”, como afirmó. ¿Qué mensajes vamos a enviar a estas personas si no somos capaces de ayudarles? No podemos fallarles”. Una frase, muestra de que todas las causas que emprende y los medios que utiliza para su difusión responden a la voluntad de enseñar –mediante símbolos e instituciones–. Eso, para contribuir al “cambio duradero” y generar un debate sustancial en Jordania, entorno al modelo de país deseado.

Mozah, la marca institucional

“Creemos que las cosas suceden porque se diseñan, no de forma arbitraria. Y creemos que es nuestro deber hacer que esas cosas ocurran”

Mozah bint Nasser al-Missned es jequesa de Qatar. Nunca ha desempeñado ningún oficio relacionado con su carrera, la sociología, pero se conoce bien la teoría y mejor la práctica. Ha dedicado su vida a las fundaciones humanitarias de su país e internacionales, labor que le ha granjeado títulos como Honoris Causa en las universidades de Virginia, Texas, Carnegie Mellon, Georgetown o el Imperial College de Londres. Si bien, en Mozah nada es casual –como a ella le gusta resaltar– y ha sabido encontrar en su estética personal una fórmula para proyectar un cambio en el modelo de mujer en su país, y en las instituciones, una posibilidad para positivar la imagen de Qatar.

Ropa icono

“La antigua jequesa entiende la moda como una industria enorme que ofrece grandes oportunidades para las mujeres”. Así definía a Mozah Sandra

Wilkins, experta de moda en la Universidad de Virginia. Ella es símbolo de liberación femenina en la zona, y la más atrevida del club de las *primeras damas del Golfo* –formado por la mujer del emir de Dubai o Abu Dabi–. No lleva el rostro cubierto, aunque sí el pelo con turbante. “No puedo ayudar desde detrás de un velo”, dijo en una ocasión. Ahora bien, sus estilismos oscilan entre recatados y elegantes, con colores fuertes propios de los modistos más reconocidos, sin faltar las joyas más caras, ni el maquillaje.

Sin embargo, ahí asoma la contradicción en ella. No es la única mujer de su marido, pues el anterior jeque de Qatar, Hamad bin Jalifa Al Thani, tiene otras dos esposas más. En el mundo árabe no existe la figura de la “primera dama”, pero podría decirse que Mozah es la *primus inter pares* –la primera entre sus iguales– por mediática, madre de siete de sus hijos –uno de los cuales es el heredero del emirato, en quien Hamad abdicó en 2013– y porque juntos forman un tándem de poder y dominio.

Control institucional

“Si su alteza no creyera en el derecho de la mujer a participar, yo no habría podido hacer mi labor. Compartimos la misma visión para el futuro de Qatar”. Mozah tuvo que exiliarse de pequeña a Kuwait y Egipto, en tanto que hija de un opositor al régimen de su hoy suegro. Sin embargo, regresó tras la muerte de éste y contrajo matrimonio con el emir. A él le debe la posibilidad de postularse como mujer influyente, algo que ha beneficiado a la pareja para “diseñar” una imagen más amable internacionalmente sobre su país, que permita superar la realidad interna.

Esa labor pasa por promocionar instituciones como la *Qatar Foundation*, que ha impulsado proyectos ▶



de educación, ciencia, desarrollo comunitario o deporte. A su vez, preside el Consejo Supremo de Asuntos de la Familia, de la Fundación Árabe para la Democracia y vicepresidenta del Consejo de Educación, habiendo colaborado con la UNESCO o la Alianza de Civilizaciones. Así como en Rania, son las instituciones la arma más potente que emplea para la construcción de la marca país, aunque en la primera asoma más vocación transformadora que proyección internacional.



Ha sabido encontrar en su estética personal una fórmula para proyectar un cambio en el modelo de mujer en su país

Lujo y monarquía

De ese modo, las obras sociales son una importante inversión para Qatar, que cuenta con millones de dólares en fondos, derivados de los usos de recursos naturales como el petróleo. Este hecho le ha permitido mantener magníficas relaciones bilaterales con distintas monarquías y mandatarios occidentales. Así, el último hecho destacado entorno a Mozah fue la compra de un palacio en medio de Londres, decorado sin escatimar ni una libra. Eso, y su pasión por adquirir grandes firmas de moda fetiche. Porque en ella nada es casual, y todo es elegido con gusto y precisión.

En consecuencia, son Asma, Rania y Mozah, el ejemplo de tres mujeres capaces de ser independientes y pelear no sólo por ellas, sino también por la educación, el desarrollo social y la infancia. Mujeres de Oriente, aunque también Mujeres de Estado.





ENTREVISTA

PONENTES BILBAO 2016

ENTREVISTA A ANNE GREGORY

Profesora de Comunicación Corporativa de la Universidad de Huddersfield (UK)

“The private sector has a great deal to learn from public sector communication”



KAREN SANDERS

@kbfsanders

Catedrática de Comunicación en CEU San Pablo y ex-presidenta de ACOP.

A

anne Gregory is one of the world's leading PR academics. She was head of the Centre for PR Studies at Leeds Beckett University where she worked for 23 years and is now Professor of Corporate Communication at the University of Huddersfield.

I first met Anne in the 1990s when we were both founding members of the Institute of Communication Ethics. She is a straight-talking Yorkshire woman who has been hugely significant in building the UK Government's communication and leadership capacity over the last ten years. Her research focuses on these areas as well as on the strategic role of communications and on ethics and globalisation. Anne's multiple publications include the UK's seminal book on Campaign Planning and the four volume Sage Master works on *Strategic Communication*, which she edited with Professor Robert Heath.

Anne's research, teaching and role as Chair of the Global Alliance, the worldwide body of over 60 national and inter-

national public relations associations, has involved her in a great deal of travelling over the last couple of years. I was able to catch up with her on Skype on an early February morning.

[Anne Gregory \(@GregsAnne\)](#) is one of the guest speakers at the IV International Political Communication Meeting ACOP Bilbao to be held in July 2016 under the title "New communication: New politics?".



When you look at the top jobs, there are 14 Directors of Communication in the huge government departments and only one of them is a woman

Around 70% of those working in the Public Relations/Corporate Communication sector are women, according to the 2015 Global PR Report, the definitive global study of PR industry size and trends. Why do you think so many women are attracted to the PR and communications field?

I don't think that the PR industry is any less typical than some of the other professions such as law, journalism, medicine and accountancy that have gone through a process of feminization. There is something about the professions that is very attractive to women because they give you a level of status. But there are a whole set of other reasons why women go into public relations in particular. Empathetic, softer business skills, the ability to get alongside others, to listen and to put yourselves in the place of the other, these capabilities I think come more easily to women than to men. They can also develop their craft skills typical for the communication profession such as creativity, visualization and writing. And women have proved themselves very capable. Women see things through. A lot of public relations is not just about starting and initiating something but seeing things through and attending to the detail. Without wanting to be too stereotypical about this, women tend to be completer finishers because of our socialization, but also because of



that natural mothering instinct which sees people through both the tough times as well as through the easy times.



People working in health and transport are doing things that impact on people's lives every day. It's a bit different from selling frozen peas

Only 30% of women occupy leadership positions in the industry. Why do you think this is?

PR is not atypical of other professions which are, to quote Larissa Grunig, predominantly female but dominated by the men. Once you get above a certain level, it is very clear that there is an inversion with men being obviously in the majority in the senior posts. This is the case in the professions more generally in the UK. Some serious work is being done to examine the reasons for this by the Government Communication Service in the UK. Why is it when you get to the senior civil service level all these massively capable women are suddenly not there? Some of that is easily explainable. You tend to be at the peak of your potential development at the time when the biological clock is running and career breaks also put a brake on things. But I think it's more profound than that. Women sometimes lack the confidence to go for the big jobs and we know from research that they tend only to apply for those jobs that they feel fully qualified to do. Men on the other hand go for jobs even though they know they do not meet all the requirements. I am convinced there's still a lot of conscious and unconscious prejudice and sometimes women can be their own enemies about who is trusted when you get to the highest level. There's still something abroad in society, and that will be reflected in employer organizations, that says that women in the most senior and responsible positions are unusual and not only are they unusual but they tend to be of a particular type. Certainly in the world of top politics and top business it is overwhelmingly macho. From my discussions with senior women, I know that the women feel they have to behave in a particular way and that the leadership styles they would wish to adopt, they are cau-





▼
tious about and that is despite all the literature that says that feminine leadership styles are the ones that maximise team effort. Women often find they have to act in a way which is alien to their preferred ways of behaving as leaders. This creates inner tension. So some women remove themselves because they don't want to be at the top and feel they have to behave in certain ways. This, coupled with the innate suspicion that still says that men naturally inhabit the top jobs and women don't, makes for a poisonous combination.

“ We belong to a great profession and we need to step up to the leadership plate to secure its future and to be a force for good in the world.

You have done considerable work in the training of government communicators and, in particular, government communicator leaders. Are women well represented in this sector as communicators/communication leaders?

I work on a senior talent programme for British government communicators. Women are very well represented on the programme. They are the majority. We're now on the third edition and around 60% are women. The UK civil service is putting extraordinary efforts into ensuring that women coming through that programme have no barriers to promotion. However, when you look at the top jobs, there are currently 14 Directors of Communication in the huge government departments and only one of them is a woman. I believe we're at a point of transitioning and questioning. There are women being prepared for those senior jobs. The jury is out about whether they will come through into those senior jobs in any representative numbers. I know that a number of senior people in government communication are particularly concerned about this and want to ensure the diversity of senior people in government. And it's not just about women. Where are the disabled people? Where are the black and ethnic minority people? ▼





▼ Women are representative, a totem – they are not a minority in society – of the underrepresented groups as well as being the most significantly underrepresented group.

There are undoubted challenges in the arena of government for women communicators. Most senior politicians are men, most MPs are men and the world of senior politicians is rough and tough. Quite macho. Women have to engage in that environment. And there are particular pressures in those top jobs anyway that mark them out as very different from the private sector. There is a political overlay on everything that is undertaken which is very difficult to read. For civil servants, as opposed to political appointees, that line between working for the government but being politically neutral is a delicate one which brings subtle pressures and is less easy to navigate than “I’m not doing that because it’s not ethical”. Then there are the multiple accountabilities that people who work in government have. Literally the whole country can take an interest in your work. The Home Office is one of the top three stories in quality newspapers every day. Furthermore, anyone is able to enquire about the detail of your work because you are bound by the Freedom of Information Act which means the work you’re involved in can be scrutinized by everyone from the press to private citizens. So that multiple accountability together with political overlays and there being no hiding place because you have to be transparent in all you do produce great pressure.

One of my annoyances is that sometimes I hear people in government saying that we have so much to learn from the private sector. I think it’s the other way round. There’s a lot to learn from the public sector in terms of the intrinsic complexity and value of the work. People working in health and transport are doing things that impact on people’s lives every day. It’s a bit different from selling frozen peas.



It’s intricate, difficult work. If you add these other elements I mentioned earlier to the cocktail, there are a number of private sector people who wouldn’t last two minutes in such an environment. These are tough, complex, highly professional roles and massively pressured. So can women hack it? Of course they can. But they might do it in a different way. It’s the way they do things rather than what they do that seems to be the particular challenge.

We still live in a society where the hours people work are regarded as the final measure of their commitment rather than their loyalty and the level of focus they apply when they’re actually at work. Maybe employers need to come up with new metrics and be more demanding about the impact people have, not the hours they’re working.

What advice would you give to a young woman going into communication about the skills she needs to have?

Worldly wisdom. Go out and experience as much as you can. Put yourself out of your comfort zone. Put yourself in situations where you find it difficult to explain what you’re doing. Be endlessly inquisitive. You can learn how to write. You can learn how to do many things. But what you don’t learn very easily, and which are the key things in the world of communication, are judgment, wisdom, the ability to say no because you understand how things operate and you can give cogent arguments about how a different decision will produce different, better outcomes. Confidence, taking risks. With good training you can learn how to do the technical aspects of the job, but worldly wisdom is hard won by making mistakes, learning and moving on.

Could you tell us of any female communicators you particularly admire and why?

There are a couple of people I admire in the UK government communi- ▶



cation world. For example, the director of communication of NHS Blood and Transplant, Leonie Austen. She's in senior management and I admire her profound understanding and ability to persuade her Board that unless communication is at the heart of everything you do, you're not going to get very far. Unless you communicate in ways that people understand and that resonate with them, nothing gets achieved because whatever an organisation achieves, it achieves through people, either inside or outside. So you have to work really hard to build trust and gain the right to explain or justify what you're trying to do but also have to listen to them. She works with people and listens to them. She is massively informed and brings evidence to the Board to show them what's happening out there and how Board decisions are likely to land. She is very clear about what the implications of certain decisions are likely to be and guards the reputation of her organization - she is the chief risk officer. She keeps the organisation safe. She's very clear that if the organisation is going to progress and prosper, it needs to be very aware of its accountabilities.

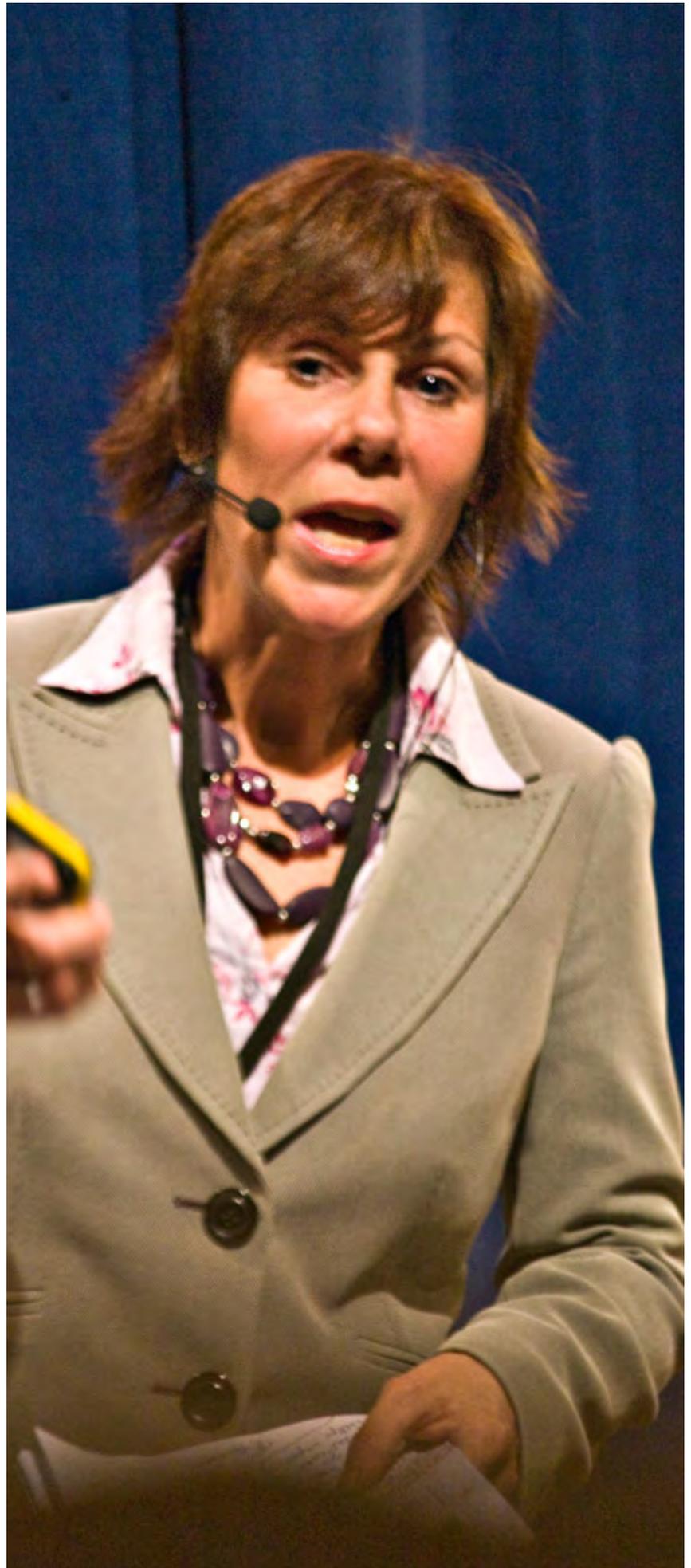
Leonie's often quiet but when she does make a contribution, boy, does it matter. She changes the course of conversations and decisions. She's understands how to make an impact.



Communication is about leadership because organizations can't exist without communication even though they can exist without money or buildings

Are there any women politicians who you consider to be great communicators?

Angela Merkel. She is a woman of principle, grounded. Whatever you make of what she's done in allowing hundreds of thousands of refugees into Germany, you can see how her childhood experience in East Germany has embedded in her a clear value set which she's prepared to go out and defend. She still makes her husband's breakfast in the morning. Power hasn't gone to her head.





I also like Glenda Jackson, the famous actress who transitioned to become a serious politician, and Giselle Stuart (UK Labour MP). What comes through is a clear set of values, wanting to make a contribution and it sounds really naïve and idealistic, but they're not in it for the power, they're not in it for the prestige but they want to make the world a better place. It should be the motivation of every MP but I'm not sure it is. For those who do have that underpinning, it comes across. The awful word that is used in our environment is "authenticity". They're genuine people. You might not like them but at least you can trust them.

You have been an outstanding leader in the field of communication. You were the first female PR professor in Britain and have recently

been the first woman to lead the Global Alliance. Could you tell us about the challenges you have faced?

My role as the Global Alliance Chair has meant I've had to travel all around the world. I'm aware that as a woman I'd be regarded in certain cultures as second class. It was often clear when I travelled with a male companion where the deference was being shown and where it wasn't and I'd have to remind them who was leading. You also know that as a woman you'll be scrutinized not just for what you're saying but also for what you look like and what you're wearing. But in the end you just get on with it, try to build relationships and do the right thing. The challenges for the communication profession as a whole involve establishing our own legitimacy.

The World Economic Forum is very focused on the issue of the nature of leadership. We can and should be making a contribution to that space. After all, organizations and society are about communication, they're constituted by it. But we've still a long way to go and we've only taken baby steps. And we risk other professions occupying this space. Management consultancies are already onto this track. And we need to secure the territory. Communication is about leadership because organizations can't exist without communication even though they can exist without money or buildings. Communication is at the heart of everything that has meaning. We belong to a great profession and we need to step up to the leadership plate to secure its future and to be a force for good in the world. ✎



TENDENCIAS

LAS MUJERES EN EL MUNDO DE LA INFLUENCIA



MARIA ROSA ROTONDO

Presidenta de la Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales (APRI)
@lobby_es

A pesar de ser indudables las ventajas de contar con una visión femenina en el mundo corporativo y en el político, ambos corren parejos en cuanto a presencia de mujeres: la XI legislatura se estrena con 138 diputadas o, lo que es lo mismo, un 39,4% del hemiciclo, la cifra más alta de la democracia. Apenas el 35% de los miembros de APRI son mujeres, solo un poco por debajo de la representación femenina en el Congreso.

Pero más allá del dato ¿tiene algún impacto real el que las mujeres accedan a puestos de liderazgo público y a la toma de decisiones? ¿Qué rol debemos jugar las mujeres lobistas cuando la tendencia es ir hacia parlamentos y gobiernos más paritarios? ¿Puede la paridad cambiar el futuro de nuestra profesión y la forma de hacer nuestro trabajo?

Los [estudios](#) avalan una afirmación rotunda: cuando la presencia de mujeres en puestos con capacidad de decisión supera el 30%, el funcionamiento general del país mejora. Valga de ejemplo la introducción forzada mediante cuotas de mujeres en gobiernos locales de zonas rurales de la India desde 1993, que ha redundado en un mayor bienestar de esas zonas, compa-

radas con otras de nula presencia femenina, y está directamente relacionada con la casi desaparición de la discriminación de género en dichas áreas.

Halla Tomasdottir, que se define como emprendedora y catalizadora del cambio, en plena crisis financiera en Islandia, en 1997, decidió aplicar valores típicamente femeninos (seguridad, claridad y capital emocional) a los servicios financieros, atrapados en una crisis derivada según ella, de la tremenda homogeneidad de la cultura financiera mayoritariamente masculina. Como resultado, su empresa capeó la crisis en magníficas condiciones. Se trata solo de un ejemplo de visión femenina aplicado a un mundo masculino que, este caso, ha generado una bonita historia de éxito.

Es un hecho, además, que el electorado está premiando un nuevo tipo de líder: un líder empático, cercano y con credibilidad. Todas estas son cualidades que encarna más naturalmente el género femenino. Y prueba de ello es el gran apoyo que han recibido nuevas figuras políticas femeninas en las últimas elecciones Autonómicas y Locales.

Ese aumento de la presencia femenina en la política española tendrá seguramente un impacto en la introducción de temas en la agenda política y en su abordaje.

¿Por qué esto es así? Las mujeres enfocamos mejor las necesidades de cambio, tenemos más empatía, somos sensibles a las necesidades y los objetivos de nuestros adversarios, somos más proclives a introducir mejoras que redundan en beneficio de la comunidad en su conjunto (tales como servicios sociales, infraestructuras, educación) y, además de introducir un lenguaje más amable en la política, la presencia femenina genera procesos más participativos y ricos en puntos de vista, que ofrecen posibilidad de crecimiento a mujeres y hombres por igual.

En el caso de las mujeres que trabajamos en el mundo de la influencia podemos decir lo mismo. Tendemos a medir muy bien



nuestros argumentos y nuestra forma de exponerlos para que sean fácilmente aceptados por nuestros interlocutores. Intuyo que tenemos más intuición que nuestros compañeros masculino y somos más hábiles a la hora de tejer redes de apoyo.

Las mujeres podemos aportar otros valores a la política y a los asuntos públicos, y por ello, no debemos renunciar a defender nuestra capacidad de aportar una visión femenina -nuestra visión, ni mejor ni peor-. Debemos ser capaces de abrazar nuestra diferencia de pensamiento y aprovecharla con el fin de influir en el cambio de rumbo de la política y de la denominada "influencia". Aunque yo prefiero hablar de persuasión, porque ¿qué hay más femenino que influir... mediante la persuasión ¿y qué forma hay más poderosa de influencia?

Clara Campoamor decía en su discurso de defensa del voto femenino en las Cortes en 1931, "Yo, señores diputados, me siento ciudadano antes que mujer, y considero que sería un profundo error político dejar a la mujer al margen de ese derecho". No podemos estar más de acuerdo, y por ello agradecemos la oportunidad que nos brinda ACOP de incluirnos en este precioso número dedicado a las mujeres. ✨





¿CREES QUE UNA MUJER PUEDE SER PRESIDENTA?



GABRIELA
ORTEGA

@gabrielaortegaj
Subdirectora de La
Revista de ACOP

A veces las conversaciones informales dan para muchas anécdotas. ¿Crees que una mujer puede ser presidenta? fue la pregunta que desató una serie de elucubraciones que culminarían en repetir esta duda a cuatro grupo de mujeres de distintas edades y nacionalidades, obteniendo respuestas muy diversas.

Sin pretender ser un estudio exhaustivo de opinión pública, ni obtener resultados concluyentes, los cuatro “grupos de estudio” se compusieron por mujeres de España y Ecuador, uno entre los 20 y 35 años y otro de más de 60 años. Las opiniones que se desarrollaron en estas conversaciones informales resultan curiosas e interesantes porque desvelan similitudes que no distinguen entre nacionalidades o edades, pero también marcan diferencias.

Las opiniones sobre si una mujer puede ocupar el poder ejecutivo son unánimes sin importar la edad y la nacionalidad: **todas las “entrevistadas” creen que una mujer puede ser presidenta**, pero cada una tiene sus puntos de vista individuales para justificarlo. De tal manera, todas, sin excepción, lo **abstraen a sus países, a su realidad** e incluso alguna a su círculo familiar, sin pensar a nivel general: “yo votaría

por una mujer, pero no hay por quién, y no sé si, por ejemplo, mi padre votaría por una mujer”. La anterior declaración dividía las opiniones de los grupos en dos bandos, aquellas que pensaban que la sociedad, tanto ecuatoriana como española, está lista para tener una presidenta y quienes no creen que el machismo permita tener a una mujer en la presidencia. De todas maneras, la división de opiniones no responde a criterios de edad o nacionalidades, en todas las conversaciones se formaron dichos bandos.

Otro dato que resulta curioso es que, independientemente de la nacionalidad y la edad, siempre surge la ineludible **comparación entre el mandato de una mujer y de hombre**. “Seguro que puede hacerlo mejor que Mariano (Rajoy, actual presidente en funciones de España)... si podemos llevar una casa... con lo que lleva, no te digo un país”, “una mujer puede estar tan capacitada o más que un hombre”, “tenemos las mismas capacidades que los hombres para gobernar una nación”...

Frente a estas primeras convergencias de edad y nacionalidad es importante recordar que comparando América Latina con Europa, el porcentaje de mujeres que han gobernado países por elección popular no es muy distinto. Sin embargo, no es comparable el número de hombres que han asumido el ejecutivo a lo largo de la historia en ambos continentes con el número de mujeres. De los veintiséis países que conforman América Latina, diez (23%) han tenido presidentas elegidas en las urnas: Nicaragua, Panamá, Chile, Argentina, Costa Rica y Brasil. Otras cuatro mujeres latinoamericanas han ejercido el poder ejecutivo por sucesión constitucional o por encargo del poder ejecutivo o regímenes de facto en transición. En una comparativa con Europa, de los cincuenta países del continente, doce (24%) han tenido mujeres encabezando su poder ejecutivo: Alemania, Dinamarca, Eslovenia, Lituania,

Noruega, Croacia, Kosovo, Malta, Polonia, Islandia, Finlandia y Suiza.

Con respecto a las diferencias que se desvelaron entre una y otra conversación hay que destacar que **no se evidenciaron diferencias en las respuestas según edades**. Sin embargo, **una diferencia clara se marcó entre las conversaciones con mujeres ecuatorianas y españolas**; un porcentaje alto de ecuatorianas justifican que actualmente “no hay mujeres capacitadas” y que “ahora mismo ¿quién podría?...”. En este sentido, no creen que en la actualidad pueda haber una presidenta en el Ecuador a pesar de que varios nombres han salido al escenario electoral considerando que hay elecciones en 2017, entre ellas: Cinthya Viteri, Lourdes Tiban o Lourdes Cuesta, entre otras.

Por el contrario, en España, la idea de que una mujer sea presidenta ya tiene nombre en la palestra, barajándose el de Soraya Sáenz de Santamaría como posible candidata del Partido Popular. Aunque no para todas, es importante que ya exista un referente femenino para asumir el ejecutivo español, al menos uno.

Por último, cabe señalar que la alemana Ángela Merkel es el ejemplo por excelencia de lo bien que puede gobernar una mujer, al buscar referentes femeninos, la totalidad de mujeres se refieren a la canciller alemana como ejemplo de preparación y capacitación que son los valores que se destacaron en todas las conversaciones. A lo mejor, mucho le debemos a los medios de comunicación y la imagen que nos han proyectado de una Ángela ejemplar ya que, al menos en Latinoamérica, tenemos referentes de gobernantes mujeres como Michelle Bachelet o Dilma Rousseff (quien comparte ranking con Merkel en la lista de la revista Forbes de las 100 mujeres



más poderosas), pero que no resultan referentes, al menos en estas conversaciones en concreto.

Se evidencia en este tipo de conversaciones que ya se ha recorrido mucho camino y que poco a poco desaparecen las diferencias generacionales; para todas las mujeres es posible ver a una presidenta, al menos en estos casos en concreto. “¿Crees que una mujer puede ser presidenta?” parece una simple pregunta, pero engloba muchos criterios sociales, éticos, políticos, culturales, económicos... que entrevén una opinión por cada mujer y cada realidad. Estas conversaciones me han dejado ganas de realizar un estudio de opinión del cual extraer conclusiones determinantes. De momento, esperemos ver pronto a mujeres presidentas en España y Ecuador. 🇪🇺





SOMOS MUCHO MÁS QUE UNA CIFRA



SANDRA BRAVO

@sandra_BI
Asesora de
comunicación

Para este número de *La Revista de ACOP* me piden un breve sobre mujeres y política. No es la primera vez que abordo el tema, así que intento buscar un enfoque original y sobre el que no haya hablado antes... Pienso y lo primero que me viene a la mente es: ¿por qué nadie jamás me ha pedido un artículo sobre “hombres y política” y, en cambio, cuando se trata de nosotras, se suele utilizar el concepto así, en abstracto?

A continuación, hago lo que cualquier persona hace hoy en día cuando quiere documentarse sobre un tema: ver qué dice el señor don Google. Y, ¡tachán!, lo que me temía: no dejamos de ser una cifra o un tópico. Se habla de nosotras en porcentajes, en comparación con (los hombres). Somos víctimas, cuotas o clichés. Los hombres están en política; las mujeres pasan por ella. Las mujeres cobran menos, pero engordan más las listas del paro. Y, salvo contadas excepciones, seguimos siendo anécdotas en los puestos de responsabilidad.

Sí, quizá no estoy siendo muy original con mi enfoque, pero es que precisamente quería hablar de eso: nos hemos convertido en un tema de conversación políticamente correcto. Cada 8 de marzo se debe

hablar de lo injusto que continúa siendo el mundo con nosotras, así como recordar todas las estadísticas que avalan esta postura.

Siempre existen ejemplos de superwoman que han llegado donde nuestros homólogos, por méritos propios y dejando el pabellón muy alto. Son esas excepciones que confirman la regla. En la otra cara de la moneda se habla de las mujeres-víctima: de maltratos, de una sociedad con una educación machista, de una moral que nos niega la igualdad frente a los hombres... ¿Y en medio? ¿Qué queda? Porque el debate público olvida generalmente a las mujeres que van abriendo camino, pero que no han llegado aún a la meta (y tampoco han perecido en el intento).

Me gustaría que algún día se apostara por una reforma educativa real, no de esas que se realizan a cada cambio de silla en el Ministerio. Una reforma amplia en la que se tuviera en cuenta la voz de muchas personas y colectivos, no sólo de un partido en el poder. Una reforma que aportara a nuestras aulas una igualdad real, rompiendo clichés, tabúes, abordando emociones... Donde se nos enseñara que, aunque diferentes, hombres y mujeres tenemos los mismos derechos y que la realización de una mujer va mucho más allá de su maternidad (otro gran tema de debate).

No somos una cifra. No somos un cliché. No somos víctimas ni somos heroínas. Somos mujeres. Tenemos las mismas capacidades que los hombres, con matices diferentes que hace que nos complementemos y enriquezcamos mutuamente. Así que vayamos al meollo del asunto (la educación) mientras realizamos otros cambios en el tejado (listas cremallera, cuotas, ayudas...) No nos conformemos con una compensación por un trato injusto. Hagamos que entre todos la política y la sociedad sea cosa de personas. ✘



EL CAJÓN DEL
CONSULTOR



LA FOTO



IGNACIO MARTÍN
GRANADOS
@imgranados

En este número traemos una fotografía más habitual de los álbumes familiares que del escenario político. Una escena sencilla en la que tres niños, tres hermanos, miran atentos a la cámara que les retrata junto a la mascota familiar. A la izquierda, la niña más pequeña es [Tsai Ing-wen](#), ex profesora de leyes, elegida el pasado mes de enero como presidenta de la República de China (ROC), que es el nombre oficial de Taiwán desde la instalación en 1949 en la isla de Formosa del generalísimo Chiang Kai-shek y su derrotado Ejército.

Tras perder las elecciones presidenciales de 2012 en las que se presentaba como la primera candidata mujer en la historia de las elecciones presidenciales taiwanesas, ahora será, desde el 20 de mayo cuando asuma el poder y se convierta en el duodécimo presidente de la ROC fundada por Sun Yat-sen en 1912, el séptimo de Taiwán, el segundo de su partido y la primera mujer. Así se convertirá también en la segunda mujer jefe de Estado en el Este de Asia después de la presidenta actual de Corea del Sur, Park Geun-hye, dejando a Japón como el único país democrático de Extremo Oriente que nunca ha tenido un gobernante femenino.

La dirigente conoce muy bien a los líderes chinos, porque desde hace 20 años está en la primera línea de las relaciones bilaterales y conoce a muchos personalmente. De 2000 a 2004 fue la presidenta hasta entonces más joven del Consejo para Asuntos de China Continental. Bajo su mando, el Partido Progresista Democrático -partidario de la independencia de Taiwán- se alejó de posiciones irreales y radicales respecto de China y, tras la debacle electoral de 2008 -que puso fin a los ocho años de presidencia de Chen Shui-bian, un líder más agresivo-, Tsai refundó el partido y lo unificó.

Tsai Ing-wen, considerada "previsible" y "conciliadora", tiene como modelo a la canciller alemana y, de hecho, sus compañeros de partido la describen como la "Angela Merkel de Asia". 🇺🇸



ERRORES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

En democracia, un político es un personaje público (¿con derechos de autor?)



DAVID REDOLI
@dredoli

De acuerdo a la definición contenida en el [Diccionario enciclopédico de comunicación política](#) de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE), editado en 2015 por el Centro de Estudios Políticos y Constitucionales de España (CEPC), “libertad de expresión” es “una libertad propia de las democracias liberales, que la protegen en forma de derecho a través de su ordenamiento jurídico. El Estado no sólo tiene la obligación de respetarla, sino de hacerla efectiva y garantizarla, previniendo, sancionando y reparando todo acto que la vulnere”. Es decir: la libertad de expresión es básica para el mantenimiento de la democracia en las sociedades contemporáneas.

La libertad de expresión es un concepto íntimamente ligado a la “libertad de prensa” (es decir, “el derecho de toda persona a expresar y transmitir ideas, opiniones y creencias a través de procesos de comunicación que emplean medios de comunicación de masas, como son los periódicos, la televisión, el cine, la radio o internet”). Y en esas libertades, la de expresión y la de prensa, se da la actividad política. Una actividad pública sujeta a escrutinio público que ningún líder político puede eludir. Porque el ejercicio del liderazgo político se hace ante la opinión pública y ante los medios de comunicación. Y esto es así muy especialmente cuando se ostenta un cargo público, sufragado con los impuestos de todos los ciudadanos.

Pues bien, en Ecuador su presidente Rafael Correa parece no estar muy de acuerdo con ese principio poliarquico. No se explica de otra manera que varios comentaristas políticos que utilizaron imágenes de Correa, transmitidas por la televisión pública de Ecuador, recibieran reclamos o demandas por parte de la empresa privada española Ares Rights requiriéndoles la retirada de imágenes del presidente ecuatoriano en actos públicos. Incluso se ha llegado a poner obstáculos a la distribución en Internet de películas documentales críticas con el Gobierno, como fue el caso de los periodistas Santiago Villa y Gonzalo Guillén con su documental [‘Rafael Correa: retrato de un padre de la Patria’](#).

La comunicación política la ejercen tanto los que gobiernan como los que se oponen legítima y legalmente al gobierno. Gobierno y oposición son dos ejes esenciales de cualquier democracia sana. Es difícilmente comprensible, por lo tanto, que una empresa española reclame en Ecuador a periodistas o a académicos o a ciudadanos, en nombre de instituciones públicas, derechos de autor, simplemente por utilizar imágenes

del presidente ecuatoriano en actos públicos, como detalló ya hace un par de años el [diario El País](#).

Los presidentes del gobierno, mientras ejerzan su actividad pública, deben estar y están expuestos al escrutinio público. Reclamar derechos de autor por tu imagen pública mientras eres político es, cuando menos, un error. Es un error político y es un error de comunicación política, tal y como lo explica [Alexandra Ellerbeck](#), investigadora del Programa de las Américas del Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ). [↗](#)





CALENDARIO
ELECTORAL



GABRIELA
ORTEGA
@gabrielaortegaj

CITAS ELECTORALES MARZO - ABRIL 2016

MARZO



SAMOA

Elecciones presidenciales
4 DE MARZO DE 2016

Tuilaepa Sailele Malielegaoi, quien gobierna el país desde 1998, ha vuelto a ganar con 47 de los 49 escaños. 🗳️



ESLOVAQUIA

Elecciones parlamentarias
5 DE MARZO DE 2016

El primer ministro en funciones, Robert Fico, tiene la misión de formar gobierno con un amplio abanico político y la pérdida de la mayoría absoluta de su partido Socialdemócrata (SMER) –pasando del 44% obtenido en 2012 al 28,3% de los votos. 🗳️





BENÍN **Elecciones presidenciales** 6 DE MARZO DE 2016

La primera ronda de las elecciones presidenciales en Benin, prevista para el 28 de febrero, fue pospuesta una semana, al 6 de marzo, ya que no habían sido distribuidas todas las papeletas de votación. Los primeros resultados se esperan 72 horas después de la elección. [x](#)



NÍGER **Segunda vuelta presidencial** 20 DE MARZO DE 2016

La primera vuelta se desarrolló el 21 de febrero y, al cierre de esta edición, todavía no se contaba con datos definitivos para determinar los dos candidatos más votados que competirían en la segunda vuelta. [x](#)



REPÚBLICA DEL CONGO **Elecciones presidenciales** 20 DE MARZO DE 2016

El presidente de la República del Congo, Denis Sassou Nguesso, adelantó las elecciones presidenciales previstas para julio. El mandatario congolés, que lleva tres décadas en el poder, justificó el adelanto para acelerar la puesta en marcha de las nuevas instituciones previstas en la modificación constitucional aprobada el pasado octubre, y que también le permite aspirar a un tercer mandato. [x](#)



ABRIL



YIBUTI

Elecciones presidenciales 8 DE ABRIL (FECHA TENTATIVA)

La Unión de Salvación Nacional (USN) es la coalición de oposición que reúne a ocho partidos. Su candidato, Omar Elmi Khaireh, se enfrentará al actual mandatario, Ismail Omar Guelleh, quien lleva en el ejecutivo desde 1999. 🗳️



PERÚ

Elecciones presidenciales 10 DE ABRIL DE 2016

22.901.954 peruanos elegirán a su próximo presidente, vicepresidente, congresistas de la república y parlamentarios andinos para el periodo 2016-2021. Las encuestas mantienen a Keiko Fujimori, candidata de Fuerza Popular e hija del ex mandatario Alberto Fujimori, en el primer lugar de las preferencias. En el caso que ninguno de los candidatos presidenciales obtenga más del 50% de los votos válidamente emitidos, la segunda vuelta será el 5 de junio. 🗳️



REPÚBLICA DEL CHAD

Elecciones presidenciales

10 DE ABRIL DE 2016

La constitución establece un fuerte poder ejecutivo encabezado por un presidente que domina el sistema político. El presidente es elegido directamente por voto popular para un mandato de cinco años sin límite de reelección. 🇸



COMORAS

Segunda vuelta presidencial

10 DE ABRIL DE 2016

La primera vuelta se desarrolló el 21 de febrero y, al cierre de esta edición, todavía no se contaba con datos definitivos para determinar los dos candidatos más votados que competirían en la segunda vuelta. 🇸



MACEDONIA

Elecciones parlamentarias

24 DE ABRIL DE 2016

Macedonia vuelve a sumirse en una crisis política debido a que el líder de la Unión Socialdemócrata de Macedonia (SDSM) -principal fuerza de la oposición- Zoran Zaev, anunció que el partido boicotará las elecciones generales anticipadas del 24 de abril aduciendo falta de tiempo para confeccionar listas electorales. La convocatoria electoral había sido pactada con toda la oposición, bajo mediación de la Unión Europea, después de año y medio de crisis política. 🇸



SOCIAL MEDIA
COMPOL



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986



CUENTA DE TWITTER RECOMENDADA

[@WomenComPol](#)

Este mes os recomendamos la cuenta de Twitter de WomenComPol. Se trata de la Plataforma Internacional de Mujeres Consultoras de Comunicación Política cuyo objetivo es dar visibilidad y reconocer el excelente trabajo de las mujeres dedicadas a la consultoría en comunicación política tanto en España como en el extranjero. 



EL RANKING

Los Candidatos a la Casa Blanca más seguidos en Twitter #USA2016

PRESIDENTE	PAÍS	LINK	Nº SEGUIDORES
Donald J. Trump	Republicano	@realDonaldTrump	4,9M
Hillary Clinton	Demócrata	@HillaryClinton	4,37M
Bernie Sanders	Demócrata	@BernieSanders	4,27M
Marco Rubio	Republicano	@marcorubio	2,69M
Ben Carson	Republicano	@realbencarson	2,55M
Ted Cruz	Republicano	@tedcruz	2,54M
Rand Paul (R)	Republicano	@randpaul	1,4M
Carly Fiorina (R)	Republicano	@carlyfiorina	485K
Jed Bush (R)	Republicano	@jebbush	346K
Mike Huckabee (R)	Republicano	@govmikehuckabee	226K
Rick Santorum (R)	Republicano	@ricksantorum	180K
John Kasich	Republicano	@johnkasich	143K
Martin O'Malley (R)	Demócrata	@martinomalley	125K
Chris Christie (R)	Republicano	@chrischristie	76,6K

(R): candidato retirado

Fecha de actualización: 22/02/16



Rebecca Chaouch
@Rebecca_Chaouch



Men #Photoshopped out of pictures 4 @ELLEUK campaign #MoreWomen . Take a look> youtube.com/embed/GEKo22ry... #ElleFeminism



EL TUIT

A finales del año pasado, la edición británica de la revista Elle lanzó la campaña 'More Women' (bajo los hashtags #MoreWomen y #ELLEfeminism), a la que cualquier persona podía sumarse, reclamando más presencia femenina en los negocios, la política, los medios de comunicación, las artes... Con la ayuda del Photoshop, queda claro cuál es el número de mujeres en puestos directivos en cualquier ámbito.



EI MEME

Este mes las redes se han inundado de memes a raíz de la dimisión de la experimentada política española Esperanza Aguirre como Presidenta del Partido Popular de Madrid.



ACOPSTORE

Barrios activos es una aplicación desarrollada por Kit Urbano (disponible para dispositivos [IOS](#) y [Android](#)). Se trata de una plataforma digital que engloba un mapa interactivo y participativo que brinda a los vecinos la posibilidad de generar reportes ciudadanos de sus barrios, votar reportes de otros vecinos y lograr la difusión de estos al compartirlos en las redes sociales. El objetivo de esta *app* es impulsar acciones vecinales y recuperar el sentido de comunidad. Los usuarios de América Latina (especialmente Argentina) y España son los más activos en esta plataforma social.



bundeskanzlerin SEGUIR
2,603 Me gusta
bundeskanzlerin Bundeskanzlerin Angela #Merkel unterhält sich in Bussen am zweiten Tag des Europäischen Rates mit Großbritanniens Premierminister David Cameron. Chancellor Angela Merkel speaks with British Prime Minister #DavidCameron during the EU summit in Brussels. ver los 67 comentarios
...kingyle... Mal in ernst frau merkel die
Inicia sesión para indicar que te gusta o comenta.



bundeskanzlerin SEGUIR
4,881 Me gusta
bundeskanzlerin Bundeskanzlerin Angela #Merkel unterhält sich im Kanzleramt während des traditionellen Adventsempfangs für Angehörige von Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr sowie Polizistinnen und Polizisten im Auslandsdienst mit Kindern. #Bundeswehr #Polizei #bundespolizei
During the traditional Advent reception
Inicia sesión para indicar que te gusta o comenta.



bundeskanzlerin SEGUIR
3,568 Me gusta
bundeskanzlerin #Sommerferien: Bundeskanzlerin Angela #Merkel und ihre Berater gehen in New York zu Fuß zur Gedenkveranstaltung der Vereinten Nationen. 24/09/2010.
ver los 79 comentarios
tghents @mrsok
mwek1138 Abbey Road!
mwek1138 @lynn_ekelers
crazeyale... Haha
christopher... anderssen habe können wir mal bitte mit ihnen ne pizza essen gehen?
nach.behr1 Angel trying to be one of the Beatles? #nyjapan #AbbeyRoad @bundeskanzlerin
@wingtural Trendy in Lila ist sie heute unterwegs #OOTD #instagood #fashionista #trendsetter @thesephoric



bundeskanzlerin SEGUIR
4,176 Me gusta
bundeskanzlerin Bei einer Tasse #Kaffee unterhalten sich #Bundeskanzlerin Angela #Merkel und die britische #Queen #Elizabeth II. zu Beginn ihres Treffens im #Berlins
ver los 72 comentarios
6b1991 @ts_me_alexandru
irenu VOLIAMO, Adele VOLIAMO???
#adeleright
fernandovillojo067 Love
@bundeskanzlerin
sahraaaa_18 @koyla... 97
johndandjko Long live the Queen! Congratulations from Ukraine!
taleb.oussali @bundeskanzlerin Angelt the iron woman
...sephia_belle... Das ist so cool!
#merkel 9 #AngelaMerkel #berlin #bundeskanzlerin

EL ÁLBUM DE INSTAGRAM



ELa protagonista del Álbum de Instagram de este mes es la Presidenta de Alemania Angela Merkel (<https://www.instagram.com/bundeskanzlerin>). La Canciller Federal de Alemania cuenta actualmente con más de 137.000 seguidores en esta red social.



AGENDA

MARZO

10



"RETOS DE LA POLÍTICA INTERNACIONAL DE JAPÓN EN ASIA-PACÍFICO"

Seminario

Organizado por Barcelona Centre for International Affairs (CIDOB) y el Grupo de Investigación InterAsia (UAB).

Barcelona (España).

[más información](#)

11 - 20



VI ENCUENTRO "MUJERES QUE TRANSFORMAN EL MUNDO"

Encuentro

Encuentro de reflexión, debate y denuncia de la realidad de la mujer en distintas partes del mundo y desde ámbitos diferentes.

Organiza Ayuntamiento de Segovia.

Segovia (España).

[más información](#)

17



"ADVOCACY: EL PODER SOCIAL EN EL DEBATE PÚBLICO"

Mesa redonda

¿Cómo afecta la sociedad y los stakeholders sociales al día a día empresarial?.

[más información](#)

30



"CUIDADO, VULNERABILIDAD E INTERDEPENDENCIAS, NUEVOS RETOS POLÍTICOS"

Seminario

Seminario de Investigadores García Pelayo. Organiza Centro de Estudios Políticos y Constitucionales (CEPC).

[más información](#)

MAYO

6 - 7



"CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN PÚBLICA Y MARKETING POLÍTICO"

Congreso

Bucaramanga (Colombia).

[más información](#)

24 - 25



"I CONGRESO IBEROAMERICANO NEBRIJA PIATCOM. LAS TENDENCIAS Y PERFILES PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN."

Congreso

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nebrija, Campus de La Berzosa, Hoyo del Manzanares.

Madrid (España).

[más información](#)

JULIO

28 - 30



"V CONGRESO INTERNACIONAL DE ALICE EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA"

Congreso

Buenos Aires (Argentina).

[más información](#)



Autor: Mariuja Torres
Editorial: Planeta
Fecha publicación: 2015
Nº páginas: 218



RESEÑAS

RESEÑA DESTACADA

Manuela Carmena en el diván de Maruja Torres



SANDRA BRAVO
@sandra_BI

Maruja Torres comienza este libro a su estilo, con una frase auténtica y con marca propia: “Como periodista siempre he pensado que los políticos son como las folclóricas. Igual de escurridizos, aunque mucho más aburridos”. No es el caso de Manuela Carmena, no al menos en este libro.

Quien busque en esta lectura un anecdotario de la campaña que la llevó a la alcaldía de Madrid, no lo encontrará. Aquí se habla de política –aunque pueda parecer contradictorio–, porque se habla de muchos de los aspectos que influyen en la vida cotidiana de las personas. En este caso, de dos mujeres coetáneas (porque Maruja Torres se deja ver entre las réplicas de su entrevistada).

No obstante, aunque no sea un manual de campaña, se puede aprender –y mucho– de las pinceladas que Manuela Carmena da de su irrupción en la vida política. De una manera elegante, pero clara, pone en tela de juicio algunos aspectos básicos de las campañas políticas, como la espectacularización o la estandarización de los mensajes.

La lectura de este libro es amena y agradable –parecido a encontrarse relajadamen-

te en un diván escuchando anécdotas–, pero su contenido invita a la reflexión, tanto a los que puedan estar de acuerdo con la alcaldesa, como a los que no. De alguna manera podría decirse que este libro sirve tanto a propios como a ajenos, porque te permite conocer a Manuela Carmena para admirarla o para descubrir sus puntos débiles, pero también y, en cualquier caso, para aprender.

El libro no es ni una biografía ni un relato de la *carrera política* de Carmena, sobre todo porque ella jamás aceptaría este término. Prefiere el de política amateur, que indirectamente le otorgó en una ocasión Mariano Rajoy. “*Resulta que me parece razonable que los puestos políticos se desempeñen por políticos no profesionales. Sería bueno, creo yo, que representar a los ciudadanos y gestionar los asuntos de todos fuera una tarea de cualquiera, de personas corrientes, normales, vinculada a la vida, aunque, eso sí, con habilidades para la representación y la gestión*”, asegura la alcaldesa.



Es un libro donde se da a conocer un tipo de liderazgo y una manera de entender la política distinta a la habitual

De la protagonista de esta historia no se deben esperar respuestas “políticamente correctas”. Carmena se abre en canal con total naturalidad, sin miedo a mostrarse tal y como es, rompiendo así con la imagen habitual de una persona dedicada a la gestión pública. Maruja Torres la conduce con sus preguntas a terrenos a los que la clase política parece ajena o en los que sólo se mete cuando va a un plató de televisión: el amor, la familia, el sexo, el sentido del humor, la maternidad...

Es un libro repleto de reflexiones llenas de sentido común y espontaneidad, donde se da a conocer un tipo de liderazgo y una manera de entender la política distinta a la habitual. Independientemente de las ideas de cada uno, vale la pena conocer a esta mujer para entender algunos de los cambios más recientes de la política española. ✎



Hablar al aire. Una historia de la idea de comunicación

Autor: Peters, John Durham
Editorial: UOC
Fecha de publicación: 2016
Nº de páginas: 138

Hablar al aire del comunicólogo John Durham Peters es una obra- traducida por primera vez al español gracias a José María Ímaz- que se enfoca en el tema de la comunicación como percepción misma. Se analiza, sobre todo, el auge que tuvo ésta junto con los medios informativos del siglo XIX y mediados del XX.

Cabe señalar que no es un libro que se dirija al estudio de un idioma o lenguaje en específico, sino que se refiere al problema, en general, de la comunicación entre los hombres del mundo moderno.

El autor aborda el tema desde su historicidad remontándose a sus orígenes en la cultura griega y la religión cristiana. Luego, considera algunos de los fundamentos de diversas corrientes filosóficas alemanas del XIX para, finalmente, aterrizar su investigación en los resultados que dichos antecedentes conforman, en la modernidad, las nociones de lo que es comunicable y de lo que no. 📖



LOLA BONILLA
@razaben



Amor y política. La imprescindible sensibilidad de la política

Autor: Genoveva Sastre Vilarrasa y
Montserrat Moreno Marimón
Editorial: Icaria
Fecha de publicación: 2015
Nº de páginas: 112

Parece obvio que para gobernar sabiamente es necesaria una cualidad que denominamos inteligencia y que se supone poseen aquellas personas que alcanzan el poder político. Difícilmente se votaría a quienes se consideraran intelectualmente incapaces. ¿Qué relación tiene la capacidad intelectual con la emocional? ¿Actúa la inteligencia al margen de las emociones y de los sentimientos? ¿Basta ser inteligente para enfrentarse con éxito a la tarea de gobernar un país? ¿Representan algún papel el amor y los sentimientos a él asociados, en el buen gobierno y en la búsqueda del bien común?

En este libro, las autoras se proponen sacar a la luz las relaciones que existen entre dos de las construcciones humanas que pueden provocarnos el mayor bienestar o sumirnos en la mayor de las miserias: el amor y la política. Los sentimientos y las emociones se han pretendido siempre al margen de la res pública, considerados como asuntos no pertinentes. Este afán implícito por silenciar su valor revela que se está ocultando algo muy importante, algo que se tiene mucho cuidado en impedir que emerja a la luz de la conciencia colectiva. Algo que podría romper muchas apariencias, descubrir muchas debilidades. Algo, en definitiva, innombrable y sospechoso de ser subversivo. En esta obra, se invita al lector a explorar sus consecuencias y señalar propuestas. 📖

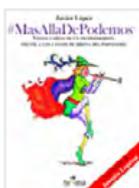


Marco Rubio y la hora de los hispanos

Autor: Eduardo Suarez, María Ramirez
Editorial: Debate
Fecha de publicación: 2016
Nº de páginas: 224

La carrera de Marco Rubio, candidato republicano a la presidencia, el primer hispano en la historia con posibilidad de llegar a la Casa Blanca.

Marco Rubio es el primer hispano en la historia con serias opciones de llegar a la Casa Blanca. Hijo de inmigrantes que huyeron de la miseria de Cuba antes de la llegada del castrismo y que se quedaron a medio camino de hacer realidad el sueño americano, Rubio es una figura con una fuerte carga simbólica. Su padre nunca pasó de camarero y su madre limpiaba hoteles en Las Vegas o Miami, pero Marco se interesó desde adolescente por la política escuchando a un abuelo que admiraba a Ronald Reagan. Se graduó en la universidad e hizo carrera política desde los cargos más modestos en Miami. Su ascenso dentro del partido tiene que ver con su capacidad retórica y su habilidad para adaptarse a cualquier situación. Llegó al Senado como uno de los favoritos del sector más conservador y poco a poco se ha ido moviendo hacia posiciones más centristas abanderando la reforma migratoria que podría legalizar a millones de inmigrantes indocumentados. Su trayectoria simboliza de modo inmejorable el auge de la comunidad hispana, y permite retratar a la vez a un joven y ambicioso político y a la joven y ambiciosa comunidad a la que representa. 📖



#Más allá de podemos. Veinte cartas de un inconformista frente al populismo

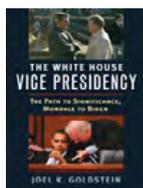
Autor: Javier López
Editorial: Sekotia
Fecha de publicación: 2015
Nº de páginas: 92

Este libro es un recorrido por el fenómeno Podemos a través de veinte cartas dirigidas a un ciudadano perplejo e inquieto. Podemos es para el autor un boceto de lo que él denomina "izquierda fascistizada", un hecho político que tomando como punto de partida los postulados de la izquierda radical se abriga con recursos emocionales y dialécticos propios del fascismo, tales como la ambigüedad calculada de un discurso netamente populista, el abuso de los giros estratégicos en aras de la consecución de cotas de poder a corto plazo o la exacerbación del relato político como puesta en escena espectacular

Como contrapunto de la denuncia el autor se apoya en citas de pensadores de la tradición occidental que, en contra de la superficialidad de Podemos, sí que profundizaron en teorías sociales alternativas desde puntos de vista diversos y dispares, manteniéndose fieles a una tradición honestamente idealista. Además se recurre también a las fuentes del fascismo para demostrar las semejanzas con Podemos.

El autor concluye reivindicando la responsabilidad del ciudadano en un momento de convulsión política, responsabilidad que se puede manifestar bien apostando por acuerdos de calado entre los actores políticos existentes que mantengan nuestro actual sistema de convivencia con las reformas necesarias una vez sorteado el momento de mayor peligro económico; bien buscando espacios de inconformismo suficientemente fundamentados y razonados.

Nunca dejándose llevar por aventuras demagógicas cuyos resultados negativos son previsibles. ✎



The White House Vice Presidency

Autor: Joel K. Goldstein
Editorial: University press of Kansas
Fecha de publicación: 2016
Nº de páginas: 440

Joel K. Goldstein es Profesor de Derecho en la Facultad de Derecho de la Universidad de Saint Louis y autor de numerosas obras sobre la vicepresidencia, la sucesión presidencial y el derecho constitucional de EE. UU.

"No soy nada, pero puedo estar en todo" escribió de su cargo el primer vicepresidente, John Adams. Y para la mayoría de los historiadores americanos, la parte "nada" de la formulación de Adams refleja correctamente la importancia de la vicepresidencia, al menos mientras el presidente tenía un latido del corazón.

El aumento del papel de la Vicepresidencia tomó una trayectoria ascendente con la representación de Walter Mondale. En la obra de Goldstein vemos cómo Mondale y Jimmy Carter diseñaron e implementaron un nuevo modelo de la oficina que permitió que el vicepresidente se convirtiera en un cercano asesor presidencial y representante en las misiones que importaban.

Goldstein nos lleva, desde los vicepresidentes Mondale a Joe Biden, a explicar las medidas que cada uno tenían con sus respectivos presidentes, que muestra elementos de continuidad y también las variaciones en la oficina y la descripción de cada uno de los retos que se presentan y el trabajo que hizo cada uno.

El libro también examina el proceso de selección a la vicepresidencia y campañas desde 1976 y muestra cómo estas actividades afectan o se ven afectadas por la vicepresidencia de la Casa Blanca de nuevo desarrollo.

A través de este libro se refleja que la Vicepresidencia de la Casa Blanca es más que eso. Se muestra cómo un cargo constitucional puede evolucionar a través de la repetición de los precedentes acumulados y demuestra el papel fundamental de liderazgo político en el desarrollo institucional. De este modo, el libro ofrece lecciones que van mucho más allá de la segunda oficina de la nación. ✎



Los espías de Suárez

Autor: Ernesto Villar Cirujano
Editorial: Espasa
Fecha de publicación: 2016
Nº de páginas: 328

La historia inédita de la Transición a través de los informes secretos de los "espías rojos" del Gobierno. 15 de junio de 1977: los españoles están llamados a las urnas por primera vez desde 1936. Muerto Franco en 1975, el rey Juan Carlos I es el nuevo jefe del Estado. Ese día, un puñado de agentes de inteligencia que viene operando desde finales de los sesenta envían al presidente Suárez un informe que recoge la situación de España en esos momentos. Su conclusión es inapelable: la democracia es el único sistema político viable en la nueva España.

Este libro es un detallado recorrido por la historia social y política de nuestro país a través de los informes de los servicios de inteligencia españoles entre 1974 y 1977. Los entresijos de la historia de España que jamás se han contado.

Los espías, que presumían de saber hasta el color de los calzoncillos de Felipe González, que se citaron con todos aquellos políticos, empresarios y periodistas acomodados al balcón privilegiado de la Transición, recuerdan en este libro, casi con una sonrisa, aquellas reuniones secretas en las que no siempre era fácil disimular bajo la camisa los cables de los rudimentarios micrófonos. Ellos hacen un relato inédito hasta hoy: el de la Transición española contada por los espías.

Ahora son agentes al servicio de Suárez y el Rey. Ayer, de Franco y Arias Navarro. ¿Qué se cruzó en sus mentes para pasar de defender una dictadura a trabajar por la democracia? Aceptaron, sin más, que el franquismo sin Franco era una utopía. Quizás por eso había quien decía que la cúpula de la agencia creada por Carrero Blanco se había llenado de "rojos". ✎



NOTICIAS
ACOP

CONFERENCIA DE ROBERT ENTMAN EN LA UCM



El pasado día 22 de febrero visitó la Facultad de Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid Robert Entman, prestigioso autor de grandes investigaciones sobre el *framing*. En su exposición, titulada *'The Politics of Self-Inflicted Pain: Inequality and Asymmetric Partisan Communication Competence'*, habló sobre cómo las narrativas de los simpatizantes demócratas y republicanos en EEUU difieren en el modo en que explican las diferencias entre sus discursos y sus acciones. “Los Demócratas no cuentan con una narrativa contundente sobre los problemas y las soluciones del país, mientras los Republicanos sí”, aseguró. Además, el profesor Entman indagó en

las estrategias narrativas del partido conservador estadounidense. “Los Demócratas no son hábiles a la hora de comunicar sus capacidades de gestión económica”, dijo, mostrando datos que demuestran que pese a lo que se cree comúnmente, no son los Republicanos quienes gestionan mejor la economía de los Estados Unidos.

En un auditorio repleto, Entman también contestó a las preguntas de los asistentes y habló sobre las posibilidades de los diferentes precandidatos de alzarse con una victoria el próximo mes de noviembre en las elecciones. “Hillary hace malas campañas, pero Sanders no puede ganar las primarias. No a su edad y con esa narrativa”. ✂



PRESENTACIÓN DE LA REVISTA DE ACOP



Bez.es fue el escenario de la presentación de *La Revista de ACOP*, tras su cambio de nombre y rediseño. Lleno absoluto en la sala para escuchar a su director y ex directores que repasaron la trayectoria de la primera publicación de ACOP. “Me llamó Luis Arroyo y me dijo que íbamos a sacar una revista y que se llamaría ‘El Molinillo’. Al principio, pensé que bromeaba”, comentó David Redoli, que pilotó los primeros pasos de la publicación. Redoli agradeció a Mario G. Gurrionero y al diseñador Juan Antonio Alonso, el apoyo en los primeros años de la revista “sin ellos, no habría sido posible” aseguró. Jordi Rodríguez Virgili tomó las riendas con el objetivo de consolidar la publicación. “Dimos pasos importantes, como la obtención del ISSN para la revista y su internacionalización”, recordó.

Por su parte, Juan Zafra, predecesor del actual director, describió las jornadas de

cierre. “Las semanas previas a las salidas, siempre son muy intensas. El trabajo de José Vicente Rojo (nuestro diseñador) desde Perú, es excelente, y nos permite trabajar con algunas horas de margen” comentó. Tras él, Ignacio Martín Granados, actual director de *La Revista*, agradeció el trabajo de la subdirectora, Gabriela Ortega y expuso los objetivos para esta etapa. “Desde que nos hicimos cargo queríamos mantener la calidad, que ya es un reto en sí, y poder trabajar la planificación con la mayor holgura posible para poder prever temas de interés con antelación”, expuso.

La Revista de ACOP cuenta con el aval de la trayectoria de “El Molinillo”, con dos premios Victory Awards a la mejor publicación sobre comunicación política. Su objetivo es mantenerse como referencia en el ámbito y continuar canalizando la comunicación de ACOP de una manera equilibrada y rigurosa. ✎



VI CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE REDES SOCIALES "COMUNICA2"

POR VICTORIA APARICIO

Los pasados días 25 y 26 de febrero se celebró en Gandía el VI Congreso Internacional sobre redes sociales "Comunica2" en el que la Asociación de Comunicación Política colaboró junto a la Universidad Politécnica de Valencia.

Fueron dos días intensos llenos de entusiasmo por parte de participantes y asistentes. Los temas, variadísimos, han versaron sobre cómo las redes sociales han revolucionado nuestra sociedad, desde

grandes instituciones como la Biblioteca Nacional de España, a grandes y pequeños medios digitales.

Entre los asistentes, Juan Zafra, ex director de "El Molinillo" de ACOP, presentó la propuesta del diario que dirige: bez.es. Además de las Comunicaciones, fueron importantes los talleres que se desarrollaron, sobre el de cómo editar en Wikipedia, el manejo de redes como Instagram, escritura creativa, o Marca personal. Una puerta abierta al futuro, donde cada día de aprendizaje es crucial. [✎](#)

AGENDA ACOP PAPERS N° 4

Este mes publicaremos un nuevo número de los ACOP Papers. En esta ocasión lo firma Daniel Ureña y versará sobre el lobby en España ante el nuevo escenario político.

En este nuevo trabajo, Ureña describe la realidad de este sector en el contexto del nuevo mapa político español que supone tanto un desafío como una oportunidad para las organizaciones que desarrollan actividades de representación de intereses. 'La actividad de lobby va a ser más necesaria que nunca para empresas, ONG y otros actores en la próxima legislatura', sostiene el autor. Permaneced atentos a la web de ACOP para todas las novedades de la publicación y su presentación. [✎](#)



ACOP BILBAO YA TIENE WEB Y NUEVOS PONENTES CONFIRMADOS

IV ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
ACOP BILBAO 2016
Nueva comunicación: ¿nueva política?

REGÍSTRESE AHORA

CUÁNDO
 7, 8 y 9 de julio de 2016

DÓNDE
 Bilbao

Te presentamos la web del IV Encuentro Internacional de Comunicación Política. En ella podrás encontrar toda la información sobre el evento, programa, sesiones, posibilidades de alojamiento, etc. **Te animamos a que reserves cuanto antes tu hotel, se prevé que Bilbao tenga una alta ocupación durante esos días.**

Además, te informamos de que tenemos nuevos ponentes confirmados para la cita.

- **Stanley Greenberg:** Doctor en Harvard y profesor en Yale. Ha sido asesor de Bill Clinton, Tony Blair o Nelson Mandela. Actualmente dirige su propia firma de encuestas Greenberg Quinlan Rosner. Anteriormente, fundó junto con James Carville y Bob Shrum, la organización Democracy Corps, orientada a ayudar a candidatos progresistas.

- **Anita Dunn:** Estratega política norteamericana. Trabajó como directora de comunicación de la Casa Blanca en 2009 y 2010 durante el primer mandato de Barack Obama. Ahora desarrolla su trabajo como Senior Partner en la firma de comunicación estratégica SKDKnickerbocker en Washington y colabora con la NBC y CNBC entre otros medios. ✎

¡ÚNETE A ACOP!

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, El Molinillo de ACOP, Listado ACOP de artículos y ACOP Papers).
- ★ Acceso a **ACOP Premium**.

Más información en:
<http://compolitica.com/acop/unete-a-nosotros/>

¡ANÚNCIATE EN LA REVISTA DE ACOP!



PUBLICACIÓN POLÍTICA
★ DEL AÑO ★

- Alcanza a un **público con alto valor** añadido en una revista mensual reconocida a nivel internacional.
- Llega a una **audiencia directa** de más de 2.000 lectores de España y América Latina.
- Desde **300 euros** podrás mostrarte a profesionales y representantes del **sector público y académico**, de la **consultoría y estudiantes**.

La inclusión de publicidad estará sujeta a diferentes criterios y requisitos: - Las apariciones estarán ubicadas en el interior o en la contraportada, nunca en la portada. - Los anuncios o gráficas podrán tener un tamaño de página entera o media página. - Se aceptará publicidad de cursos, universidades, seminarios, empresas dedicadas al sector de la comunicación política y pública.

Más información sobre inserciones y tarifas en: <http://compolitica.com/acop/publicaciones/publicidad/>



VALORACIÓN DE POPULARIDAD

MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
Putin - Rusia	82%	Levada	Enero 2016	()
Medina - R. Dominicana	79%	Mark Penn	Enero 2016	()
Trudeau - Canadá	68%	EKOS	Enero 2016	▲ +4
Macri - Argentina	58%	Poliarquía	Febrero 2016	▼ -6
Morales - Bolivia	58%	Ipsos	Febrero 2016	▲ +4
Turnbull - Australia	52%	Ipsos	Febrero 2016	▲ +1
Obama - EE.UU.	48%	Gallup	Febrero 2016	▲ +1
Merkel - Alemania	46%	Infratest Dimap	Febrero 2016	▲ +2
Correa - Ecuador	40%	Cedatos	Enero 2016	()
Peña Nieto - México	40%	Parametría	Noviembre 2015	()
Chun-ying - Hong kong	40%	Universidad de Hong Kong	Febrero 2016	▲ +4
Cameron - Reino Unido	39%	Ipsos Mori	Febrero 2016	▲ +1
Santos - Colombia	39%	Gallup	Noviembre 2015	▼ -2
Costa - Portugal	35%	Eurosondagem	Noviembre 2015	()
Tabaré Vazquez - Uruguay	35%	Cifra	Enero 2016	()
Hollande - Francia	35%	Ifop-Fiducial	Febrero 2016	()
Maduro - Venezuela	33%	Datanalisis	Noviembre 2015	()
Kenny - Irlanda	32%	Irish times	Febrero 2016	()
Renzi - Italia	32%	IXE	Febrero 2016	()
Rajoy - España	30%	Metroscopia	Febrero 2016	()
Bachelet - Chile	28%	Adimark	Enero 2016	()
Humala - Perú	17%	Ipsos	Febrero 2016	▼ -1
Rousseff - Brasil	10%	Datafolha	Noviembre 2015	()

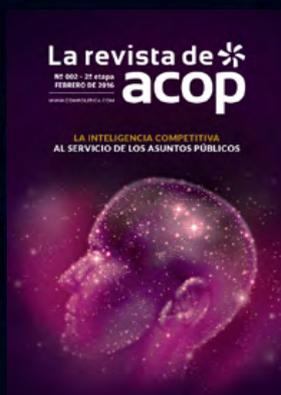
() no se dispone de nuevas mediciones.



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. en este primer número, recogemos por primera vez, la compilación de índices que obtienen los líderes de algunos países latinoamericanos, europeos y de otros continentes.



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



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



/user/compolitica

La revista de **acop**