



A Fondo

- * La importancia del protocolo en la comunicación política

Elecciones Reino Unido

- * Breve mapa de las elecciones en Gran Bretaña
- * Cuando los actores interpretan mal el guión
- * Ojo con lo que dices... dentro y fuera de Internet... antes, ahora y después
- * Los peligros de la campaña electoral
- * El peligro de los micrófonos abiertos también en campaña

La Tabla de ACOP

- * Valoración de la popularidad de presidentes

En Breve

- * China hace propaganda con buen cine
- * YouTube por un tubo
- * Un nuevo formato para la investigación periodística

Los patinazos del mes

- * A veces un detalle es suficiente
- * Cuando los despistados se cuelan
- * Revisen sus fuentes antes de afirmar nada de lo que no estén seguros

Actividades ACOP

- * Encuentro Internacional de Comunicación Política

Filmoteca

- * Feed
- * Split Divided America
- * Spin
- * Detrás de la noticia

A Fondo

La importancia del protocolo en la comunicación política

Fernando Fernández, Director de Protocolo de la Vicepresidenta Primera, Ministra de la Presidencia y Portavoz del Gobierno España. Acaba de publicar el libro "Protocolo para todos: prácticas, secretos y anécdotas".



"**EL PROTOCOLO ES LA PLÁSTICA DEL PODER**", así lo definía el Molt Honorable Señor Jordi Pujol, uno de los políticos más emblemáticos de nuestra reciente democracia. La palabra "protocolo", casi siempre por desconocimiento, es definida de mil maneras diferentes que poco se ajustan a la realidad.

El protocolo es una acción esencial del Estado. Del Estado emanan múltiples actos que necesita comunicar su significado (mensaje) y hacer participe al ciudadano. Estos actos son canalizados y desarrollados dentro de un marco de normativas, usos y costumbres que son los pilares principales del protocolo.

El primer texto de leyes relacionadas con el protocolo que se tiene referencia es el Código de Hammurabi, rey de la dinastía babilónica, en el siglo XVIII a.C. En dicho Código se puede observar, de manera minuciosa, cómo se realizaba la ceremonia de coronación del rey de Babilonia. En otro punto se imparten normas de comportamiento para los funcionarios que aplican el protocolo. Se les recomienda que traten con cortesía a todos



Reseñas

- * Las grabaciones de Bill Clinton
- * Clear Leadership
- * El poder de las ideas
- * Convencer: descubra los secretos de los grandes comunicadores

los ciudadanos del reino, cualesquiera que sea su nivel personal o social “porque todos los babilónicos, sea cual sea su situación personal y social, son hijos del rey de Babilonia”.

Los reyes han sido casi siempre anulados por un protocolo encorsetado y estricto que les aislaban de sus súbditos. Así pasó, por ejemplo, con Felipe III y Felipe IV para llegar al extremo con Carlos II “el Hechizado”, que lo anuló literalmente de modo que este rey no fue sino lo que el protocolo le permitió ser.

Muchos reyes como Salomón o el propio rey Sol, Luis XIV de Francia, demostraron al mundo su poder a través de un protocolo con gran pompa y boato. La misma reina de Saba visitó la corte de Salomón para comprobar todo lo que decían de ella quedando absorta por la comida, ordenación de la mesa, la etiqueta de sus ministros y uniformes. (I Reyes 10,1-13)

El protocolo y el mensaje político han ido siempre estrechamente relacionados. Es muy interesante el juramento que hacían los reyes

ante los Grandes de España que eran hombre que poseían grandes extensiones de territorio y ejércitos. Los Grandes antes del juramento se dirigían al rey con ésta expresión: “Nosotros que somos como Vos y juntos más que Vos...”. El mensaje era aplastante: el rey no era más que uno de ellos y si ellos querían juntos podrían derrocarlo.

También podemos observar como la ceremonia de coronación de nuestros reyes ha ido evolucionando al mismo paso que nuestra configuración política.

Así, si antes los reyes eran ungidos y coronados, como en la monarquía visigótica y asturiana o prestaban juramento, en la Catedral, ante el prelado como en la monarquía leonesa, nuestro rey Juan Carlos I fue proclamado en las Cortes Generales, que era y es en la actualidad la Institución representativa por excelencia de la soberanía del pueblo. Posteriormente la Constitución española ratificada por referéndum popular el 6 de diciembre de 1978 le reconoció expresamente como rey de España.

El protocolo actual se ha adaptado a los nuevos tiempos siendo más flexible y razonable como así lo exige una sociedad moderna y globalizada

Tras la transición española hubo una etapa protocolaria que se denominó “beligerante” debido al vacío de normativa. La normativa existente databa de los años 60 y lógicamente se encontraba fuera del ámbito constitucional. Los dirigentes políticos enviaban por delante a sus jefes de protocolo para que custodiasen sus puestos y preservasen su precedencia en los actos públicos. Esto nos demuestra que política y protocolo son dos conceptos inseparables.

En el año 1983, llega la denominada “paz protocolaria” al aprobarse el Real Decreto de Ordenamiento General de Autoridades del Estado que contempla, además, diversos aspectos importantes para el desarrollo de los actos oficiales del Estado.

Pero, ¿qué importancia tiene el protocolo en la comunicación política? A mi entender tiene mucha. El protocolo determina el puesto que debe ocupar un político tanto en la presidencia o “foto de familia” como en el escenario general del acto. Asimismo, decide el orden de intervenciones, por ejemplo en un acto oficial, mitin, etc. De nada le sirve a un político tener presencia pública si no sale en los medios de comunicación por estar fuera de “tiro” de las cámaras o porque su mensaje en los discursos se queda diluido o anulado como consecuencia de su situación en el orden de los parlamentos.

Dentro del ámbito del protocolo no podemos olvidar la negociación previa que existe antes de fijar las claves del acto. Esta negociación generalmente, requiere de una decisión política. Si concurren autoridades de alto rango, casi siempre, aunque el real decreto determine la situación protocolaria, se intenta negociar la presidencia del acto, orden de intervenciones, quien recibe y dónde, etc.

Si, por ejemplo, nos invitan a un acto oficial no es lo mismo que te reciba en la puerta o a pie de coche el anfitrión o uno de sus subordinados. Hemos leído y visto en medios de comunicación, muchas veces, como políticos relevantes se han ido de un acto por entender que el sitio protocolario que le han asignado no corresponde con su rango y representación. Y no sólo han tenido ese gesto sino que lo han transmitido a los medios de comunicación para crear polémica política.

Hoy en día no podemos separar, para que el mensaje político sea eficaz, protocolo de comunicación que deben estar coordinados aprovechando sus

sinergias. Los profesionales de la comunicación deben saber explicar la veracidad del mensaje y acercarlo a los medios de comunicación y para ello es fundamental que los profesionales del protocolo les den las herramientas, contexto y canales necesarios cuando organizan los actos públicos. Un ejemplo negativo, poco rebuscado, sería querer trasladar en un acto un mensaje de austeridad y, sin embargo, ser confeccionado en la cena de gala un menú con platos sofisticados y de materia prima cara. El mensaje sería anulado con un resultado opuesto al deseado como consecuencia de una decisión protocolaria errónea.

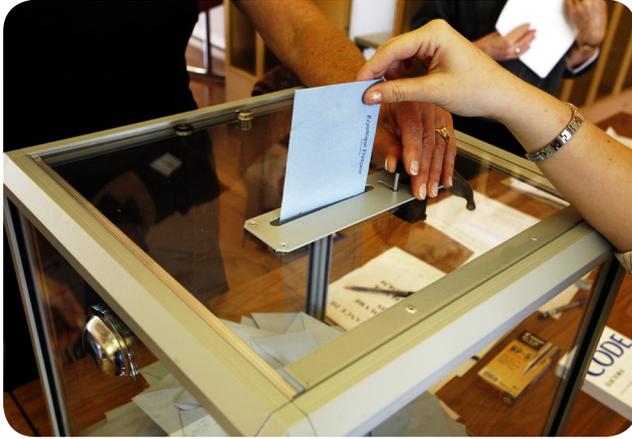
La política está emparentada con el protocolo porque cada mensaje tiene muchos signos; todo tiene valor simbólico. Protocolo es en definitiva la liturgia del poder.

La política está emparentada con el protocolo porque cada mensaje tiene muchos signos; todo tiene valor simbólico. Protocolo es en definitiva la liturgia del poder.

Termino con una frase de Charles Maurice de Talleyrand (1754-1838), importante político y diplomático francés: “Sólo los tontos se burlan del Protocolo. Simplifica la vida”. Yo, diría que el Protocolo simplifica la vida de los políticos. Sin normas protocolarias la convivencia entre ellos, de hecho, sería imposible.



Breve mapa de las elecciones en Gran Bretaña



1. **Debería ganar Cameron pero puede ganar Brown.** Los sondeos anticipan que serán las primeras elecciones realmente discutidas en décadas. El conservador lleva más de un año con amplia ventaja sobre el laborista, pero las distancias se han recortado mucho en los últimos tiempos y no consigue despegarse del todo. Cameron perdió una oportunidad de oro en el tercer y último debate, que si bien ganó no fue suficiente como para noquear a Brown.
2. **Los británicos quieren cambio, pero Cameron no convence.** El conservador tiene 43 años y ha aportado frescura frente al académico y flemático Primer Ministro sucesor de Blair. Las guerras de Irak y Afganistán, la sensación de que no se actúa correctamente contra la crisis económica y la división interna de “brownitas” y “blairitas”, han cansado a los ciudadanos, pero muchos de ellos siguen temiendo que Cameron no tenga fuerza y sustancia, y que resulte demasiado liberal.
3. **Algún partido pequeño puede beneficiarse del desencanto con los dos grandes.** Todo apunta a que podrían beneficiarse, muy especialmente, los liberal-demócratas de Nick Clegg.
4. **La abstención, el peligro de la izquierda.** Que los progresistas se queden en casa es el miedo de Brown y los laboristas. Los debates presidenciales serán definitivos en Reino Unido. Allí son una novedad, aunque vayan a ser “a tres bandas”, y menos interesantes en consecuencia.
5. **El papel de Blair está por definir.** Aún no sabemos si saldrá mucho o poco a ayudar a su antiguo gran aliado Brown en la recta final de la campaña. Tampoco es sabido el efecto que tendría si apoyara, porque salió de Downing Street con la reputación por los suelos. ¿Le habrán perdonado ya los desmovilizados?
6. **Es probable que la cosa se caliente y haya campaña negativa.** Aún la campaña está calmada, pero en contextos tan reñidos, lo normal es que quien puede perder (los laboristas) acudan al “miedo a que vengan los malos” (en este caso desalmados thatcheristas que dilapidarán los avances sociales por obra de un joven inexperto como Cameron).

Veremos qué es lo que finalmente deparan las urnas en el Reino Unido. **L. A.**

Cuando los actores interpretan mal el guión

En el primer debate televisado entre los candidatos a Primer Ministro en el Reino Unido, el líder conservador, David Cameron, citó a Neal Forde, un ciudadano anónimo con el que se había encontrado en una sesión de preguntas y respuestas.

Pero dio mal los datos. Dijo que tenía 40 años y tiene 51; dijo que había servido en la Marina Británica durante 30 años, pero en realidad fueron seis; y quiso sugerir que el ciudadano negro estaba decepcionado con el tratamiento que el Gobierno laborista daba a la inmigración, cuando



su opinión es que tampoco Cameron y los conservadores lo harían bien. Todo ello, según declaraciones del propio citado (que contó las inexactitudes del líder derechista a la prensa local).

Y es que la utilización de historias personales es una de las mejores tácticas de persuasión... siempre y cuando estén bien usadas.

Recordemos a Sarkozy en su famoso discurso “He cambiado”, y la retahíla de mujeres francesas que citó para expresar su idea de país. Recordemos la comparación que **Reagan hizo de los astronautas muertos en el Challenger** con el “pionero Drake” (más bien un pirata según otras definiciones); recordemos la

mención de Martin L. King a sus hijos negros que se darían la mano con los niños blancos; y, cómo no, recordemos la reciente utilización de historias personales de **Obama al firmar la Reforma Sanitaria con el pequeño Marcelas Owens a su lado**. Lo importante es que las historias personales sean reales. Si no es así, se dará la impresión de ser un líder superficial y mentiroso que exagera los hechos a su favor.

¿Será decisivo el candidato liberal Clegg en las elecciones británicas del 6 de mayo? En el primer debate él fue el que más historias utilizó. Y también fue el que ofreció más “eslóganes” (o cortes para la radio y la televisión). Así lo explica el escritor de discursos profesional Simon Lancaster, en un extraordinario vídeo-resumen de las sensaciones proporcionadas por los tres candidatos. **El vídeo está aquí y sólo son 3 minutos y medio magníficos, con imágenes de los momentos centrales del debate.** L. A.

Ojo con lo que dices... dentro y fuera de Internet... antes, ahora y después



Internet se ha cobrado su primera víctima en la campaña de las generales del Reino Unido. Se trata de Stuart MacLennan, aspirante laborista a diputado en la circunscripción escocesa de Moray, cuyo perfil en Twitter era una bomba de relojería activada por él mismo contra sí mismo.

El desencadenante de su caída fue la edición escocesa del diario **The Sun, que publicó algunos de los tweets más polémicos del joven (e inexperto) MacLennan**. Los insultos a los líderes de otros partidos políticos (“David Cameron es un gilipollas” o “Nick Clegg es un capullo que no puede jugar en la misma liga de Brown y Cameron”), sus disquisiciones sobre el whisky escocés (“Johnnie Walter Red Label es tan malo que no deberían venderlo en Escocia”), sus puntos de vista machistas y tabernarios y sus palabras sobre los jubilados (a los que definió como “prófugos del ataúd”), enterraron por completo su proyecto político.

Es justo decir que todos los tweets datan de un tiempo en el que MacLennan todavía no había sido seleccionado como candidato a diputado. Pero esta cuestión no le ha servido como excusa.

De hecho, ya ha sido expulsado del partido y Gordon Brown ha expresado su repulsa a sus pronunciamientos públicos realizados a través de la herramienta Twitter.

El propio MacLennan ya canceló su dirección de Twitter y su página web personal y se ha excusado diciendo: "Algunas de las cosas que colgué en Twitter antes de ser candidato eran muy muy tontas, y pueden considerarse como ofensivas". Y, efectivamente, en este punto, no le faltó razón. **D. R. M.**

Los peligros de la campaña electoral

Si hay algo peligroso en política son los últimos días de la campaña. Jornadas maratónicas de estrecho contacto con el público, que incluyen cierta exposición a algunos peligros. Todos los candidatos lo saben. Y algunos, lo padecen. Así lo constató este mismo mes el candidato conservador inglés David Cameron, quien, en pleno acto de campaña en la ciudad Cornualles, recibió el **impacto de un huevo** lanzado por un joven discrepante de sus propuestas políticas. Ante la incrédula mirada de todos los presentes, el candidato recibió el impacto del huevo en un hombro, pero salió airoso del trance relacionando este suceso con otro que le había ocurrido por la mañana, en el que se encontró con un hombre vestido de pollo. Así, Cameron comentó ante la prensa: "Ahora ya sé qué vino primero, la gallina, no el huevo".



Está claro: la conquista de la calle durante los últimos días de campaña electoral conlleva ciertos peligros, y pone a prueba la "cintura" de los candidatos. También en el Reino Unido. **M.G.G.**

El peligro de los micrófonos abiertos también en campaña



Sin duda las elecciones en Reino Unido están generando todo tipo de imágenes y de peligros para los candidatos, especialmente para David Cameron, y para Gordon Brown. Y es que éste en su visita a Rochadle, tuvo un vivo intercambio de palabras con una viuda de 65 años llamada Gillian Duffy. Las cámaras y sobre todo los micrófonos fueron testigo de tal suceso, como también lo fueron cuando introducido en su coche el micrófono de solapa de

Brown registró un **"Qué mujer tan fanática"** a sus ayudantes.

Todas las televisiones, y radios fueron testigo de tal incidente a pocos días del gran día. Sin duda un desliz peligroso que puede tener sus consecuencias a pocos días de las elecciones y que vuelve a poner de manifiesto la importancia de apagar o quitarse los micrófonos a tiempo. **M.G.G.**

Valoración de popularidad de presidentes

VALORACIÓN POPULARIDAD DE PRESIDENTES				
MANDATARIO	APROB.	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
Lula - Brasil	76%	Ipsos	Abril 2010	▲ +9
Piñeira - Chile	73%	Datafolha	Abril 2010	▼ -6
Morales - Bolivia	66%	Ipsos Apoyo, Opinión y Mercado	Abril 2010	▲ +6
Uribe - Colombia	63%	Invamer Gallup	Abril 2010	▼ -1
Medvedev - Rusia	59%	Obshestvenoe mnenie	Noviembre 2009	()
Rudd - Australia	58%	Newspoll / The Australian	Diciembre 2009	()
Merkel - Alemania	55%	Forsa	Abril 2010	▼ -4
Calderón - México	52%	Consulta Mitofsky	Abril 2010	▼ -3
Tsang - Hong Kong	52%	Hong Kong University Public Opinion Programme	Febrero 2010	▼ -2
Correa - Ecuador	46%	Cedatos	Abril 2010	▲ +4
Zapatero - España	46%	Público	Abril 2010	▲ +13
Berlusconi - Italia	44%	IPSO	Marzo 2010	()
Obama - EE.UU.	41%	Centro Investigación Pew	Abril 2010	▼ -12
Sócrates - Portugal	40%	TNS Sofres	Junio 2009	()
Hatoyama - Japón	37%	Kyodo	Abril 2010	▼ -5
Brown - Reino Unido	35%	The Guardian	Abril 2010	▼ -6
Sarkozy - Francia	30%	Ifop	Abril 2010	▼ -6
Chávez - Venezuela	30%	Datanálisis	Marzo 2010	()
Harper - Canadá	26%	Angus Reid Public Opinion	Febrero 2010	▼ -6
García - Perú	26%	Ipsos Apoyo, Opinión y Mercado	Febrero 2010	▼ -3
Kirchner - Argentina	20%	Ipsos Mora	Marzo 2010	▲ +1
Cowen - Irlanda	20%	Irish Time	Junio 2009	()

() No se dispone de nuevas mediciones.

Nota: Esta tabla recoge las tendencias de valoración de algunos 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 manera orientativa el porcentaje de población mayor de 18 años que aprueba o desaprueba la gestión de un mandatario concreto.

China hace propaganda con buen cine

Ciudad de vida y muerte es una película puramente comercial..., pero es más que eso. En algunos tramos es parecida a las dos de Spielberg **La Lista de Schindler** (que también es en blanco y negro) o **Salvar al Soldado Ryan**. “Ciudad de vida y muerte”, que ganó la Concha de Oro en San Sebastián, es la narración de las atrocidades cometidas por los japoneses en la **Masacre de Nankín**. Los nipones aparecen como sádicos asesinos y violadores en serie. Los chinos como pobres víctimas de los imperialistas en alianza con los nazis en 1937.

El Gobierno chino tardó siete meses en aprobar el guión y, según afirma el propio director, no gustó que un par de japoneses aparecieran en la película con cierta “humanidad” (no hay tregua para Japón), y que algún chino resultara traidor... Ese sería el motivo de que la película no compitiera en los Oscar. Suena todo a disimulo del Gobierno chino.

El caso es que China necesita congraciarse con el mundo entero: turismo, Juegos Olímpicos, buenas relaciones comerciales, rascacielos y economía de consumo, algo de lujo para algunos... y cine. En esta película, de excelente factura épica, nos recuerda su historia (y en parte la reescribe) para recordarnos que una vez fue víctima. Una víctima con la que el espectador se identifica en el primer segundo. Éxito de cine, éxito de propaganda.

En **Política y comunicación en la historia contemporánea**, Romá Gubern tiene un artículo muy entretenido e interesante (“Los líderes políticos y el cine”) en el que relata la obsesión ya temprana de los gobernantes con esa nueva herramienta cuando surgió, a finales del siglo XIX. En el mismo libro hay otro artículo (“Cine, escenografía de masas y totalitarismo”), sobre la película política más citada de la historia: **“El triunfo de la voluntad”**, supervisada personalmente por Hitler. Esta película es aterradoramente fascinante: planos contrapicados y manejos de la luz para ver al “dios” Hitler bajando del cielo y dirigiéndose a una masa única; exhibición de fuerza inmensa; emoción en la música y las palabras y los gritos.

Más allá hay otro artículo (“El uso del documental como estrategia política de Estado”) que estudia el caso de “El triunfo de la voluntad”, pero también de “Tierra de España” (**información aquí**; **vídeo aquí**), una película de propaganda para los republicanos en la Guerra Civil española y el primer capítulo de la serie **“¿Por qué luchamos?”**, de Frank Capra, que defendía la posición aliada en los preludios de la II Guerra Mundial.

Cine y política, de la mano, una vez más. Y, si no se lo creen, vean el fenómeno que ha significado la película **“La historia de Lula”** en Brasil. **L. A.**



YouTube por un tubo

El Primer Ministro canadiense, Stephen Harper, se ha atrevido con **YouTube para contestar preguntas enviadas por ciudadanos de su país**. Así, Harper decidió el mes pasado aparecer en solitario para responder durante 40 minutos a algunas de las más de 1.800 preguntas formuladas desde todo Canadá. Su aparición en YouTube es un paso más en su interés por acercarse a los votantes sin tener que pasar por los medios de comunicación convencionales.

Y es que Harper, muy conocido por su imagen rígida y su escaso o nulo interés por los medios de comunicación tradicionales, le está empezando a coger el gusto a las redes sociales de internet. En su cuarto año de mandato, Harper ha empezado a utilizar YouTube, Facebook y Twitter para aparecer, “sin filtros”, ante el electorado canadiense.

De hecho, Harper utilizó YouTube para explicar su programa de Gobierno tras la reapertura del Parlamento. Aunque su vídeo de 30 minutos atrajo sólo 8.100 visitantes (lo que le puso en el puesto 30 de los canales más vistos en YouTube Canadá), el valor político de la aparición del Primer Ministro a través de este canal de Internet es, sin lugar a dudas, muy alto entre la población más joven. **D. R. M.**



Un nuevo formato para la investigación periodística

La línea que delimita la realidad de la ficción es sinuosa en política. Esto es lo que parece desprenderse del caso “Clearstream”, investigado en Francia por el periodista Dennis Robert (quien acaba de publicar el cómic El negocio de los negocios). El escándalo conocido como ‘caso Clearstream’ comenzó en 2004, cuando salieron a la luz acusaciones, falsas y anónimas, de que Sarkozy y otros políticos tenían cuentas en una entidad financiera con sede en Luxemburgo y estaban relacionados con una venta de fragatas a Taiwan en la que se habrían pagado sobornos. El nombre de Villepin apareció también vinculado a estas acusaciones.

Pues bien, fue el propio Robert quien destapó ese caso, pero, curiosamente, terminó imputado en el proceso. De hecho, su reciente cómic sobre el caso que salpicó a media clase política francesa no ha pasado desapercibido para nadie y algunos hablan de un “nuevo formato” para la presentación del periodismo de investigación desde los códigos de la ficción (o de la realidad) gráfica. **Echadle un vistazo y juzgad por vosotros mismos. M.G.G.**

Compilados por Mario G. Gurrionero

De nuevo: cuidado con los micrófonos abiertos



Las imágenes no mienten. El que fuera inquilino de la Casa Blanca durante 8 años, George W. Bush, se unió a su homólogo Bill Clinton en su visita a Haití para reclamar ayudas para la recuperación de la isla tras el devastador terremoto que la asoló a principios de año. Todo por la recuperación de una zona castigada, todo por acercarse y contagiarse del espíritu solidario los haitianos. ¿Todo? Un pequeño detalle como fue **limpiarse sutilmente la mano en la camisa de Clinton** tras habérsela dado a miles de gentes, sirvió para dejar en evidencia ese espíritu solidario. A menudo los políticos olvidan que la cámara se empeña en detectar

cualquier gesto que ponga en evidencia la falta de conexión entre lo que se piensa y lo que se dice. Un detalle pequeño pero suficiente para echar por tierra la buena iniciativa del viaje.

Cuando los despistados se cuelan

No es más que una anécdota, pero nos sirve para recordar que la puesta en escena política exige que cuidemos al máximo todos los detalles, por mínimos que sean. Y, como muestra, un botón: durante una reciente rueda de prensa de Barack Obama, se coló por detrás, inopinadamente, un **funcionario anónimo**

(**entrando en el plano televisivo**). El cómico desliz del funcionario, inmediatamente subsanado por él mismo, sirve para recordar la importancia del protocolo, de cuidar la puesta en escena y, como en esta ocasión, el lugar donde están grabando. Acción, se rueda...ergo no pasen.



Revisen sus fuentes antes de afirmar nada de lo que no estén seguros

Es importante no falsear la realidad cuando uno es candidato político o se ha llegado a alcanzar un puesto de representación. Es mejor callar, que decir inexactitudes o mentiras. Y es que el discurso infundado puede llevar a decir cosas como que **Robinson Crusoe se haya**

convertido en una persona de carne y hueso (algo que así puso de manifiesto el mandatario chileno Sebastián Piñera). En su lapsus o descuido, Piñera llegó a afirmar que el personaje literario creado por Daniel Defoe vivió en la isla que lleva su nombre. Toda una desafortunada afirmación que pone de manifiesto la importancia de documentarse bien cuando se habla desde la palestra.

Encuentro Internacional de Comunicación Política (Bilbao, 17-18-19 de junio de 2010)



ACOP, con más de 200 miembros del mundo académico y profesional, procedentes de España, Portugal y América Latina, se está convirtiendo en una asociación de referencia en comunicación política. Por eso, hemos querido hacer coincidir nuestra Tercera Asamblea Anual de socios de ACOP con el I Encuentro Internacional que celebraremos los días 17, 18 y 19 de junio en el Palacio de Euskalduna de Bilbao.

En este foro, podremos departir con los mejores expertos, profesionales y académicos de todo el mundo y plantearles preguntas como, por ejemplo, ¿por qué se han ganado o perdido las últimas elecciones?, ¿cómo lograr que un gobierno sea bien valorado por sus ciudadanos?, ¿cómo se prepara un debate para ganar?, ¿qué aporta la investigación académica a la práctica profesional?, ¿qué efectos tiene el storytelling y cómo modifica la comunicación política?, ¿cómo se moviliza el voto?...

Nos acompañarán prestigiosos expertos como George Lakoff (“No pienses en un elefante”) y Frank Luntz (“Words that Work”). Portavoces y asesores de gobierno de los líderes políticos más valorados del mundo: Uribe (representado por José Obdulio Gaviria), Lula (Franklin Martins), Bachelet (Juan Carvajal), Helen Clark (Heather Simpson) y Nicolas Sarkozy (Pierre Giacometti). Y académicos especialistas como Robert Entman (de la George Washington University), Phillippe Maarek (chair de la sección de comunicación política de la IAMCR) o Wolfgang Donsbach (Editor de la International Encyclopedia of Communication).

El Encuentro Internacional de ACOP servirá también para la presentación (en paneles académicos) de investigaciones recientes.

Y terminaremos con la Tercera Asamblea Anual de socios de ACOP.

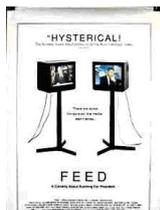
El encuentro cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Bilbao, del Gobierno Vasco, del Banco Santander, de El Corte Inglés y de las secciones de Comunicación Política de la International Communication Association (ICA) y de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

¡Te esperamos! Apúntalo ya en tu agenda: 17, 18 y 19 de junio de 2010

Más información en www.compolitica.com

Compiladas por Josué González

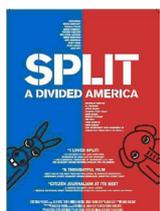
Este mes de abril retomamos nuestra habitual sección de cine relacionado con la comunicación política. En esta ocasión os traemos cuatro películas realizadas en Estados Unidos, que analizan desde diferentes perspectivas los entresijos de la relación entre los medios de comunicación y la política.



Feed (Kevin Rafferty, 1992). **Guión:** Kevin Rafferty y James Ridgeway. **Int.:** James Barzagli, Jerry Brown, Pat Buchanan. EE.UU. 76'

Documental sobre las primarias de New Hampshire de 1992, que incluye encuentros de los candidatos reales con los ciudadanos y la preparación de éstos antes de un discurso.

La mayor parte del documental está acaparada por Bill Clinton, como si los productores supieran que iba a ser el siguiente Presidente de Estados Unidos.



Split divided america (Kelly Nyks, 2008). **Guión:** Kelly Nyks y Peter Hutchison. **Int.:** Tucker Carlson, Al Franken, Jesse Jackson, Noam Chomsky. EE.UU. 90'

Una mezcla de road movie y documental que nos adentrará en una aventura que recorriendo Estados Unidos de costa a costa trata de encontrar las verdaderas razones que dividen a la sociedad entre demócratas y republicanos a día de hoy.



Spin (Brian Spinger, 1995). **Guión:** Brian Spinger. **Int.:** Larry Agran, Jim Bakker, Bill Beutel. EE.UU. 57'

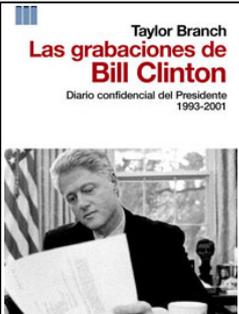
Con las elecciones de 1992 de fondo, Spin pone de manifiesto la silenciación que sufre el debate público, más allá del mundo de periodistas, consultores y políticos, despreciando a todo aquél y todas las noticias que no surjan de sus propios circuitos.



Detrás de la noticia (The Paper, Ron Howard, 1994). **Guión:** David Koepp. **Int.:** Michael Keaton, Robert Duvall, Alicia Clark. EE.UU. 112'

Con buenos toques de humor podremos apreciar lo que se esconde detrás de una gran noticia, sobre todo, en aquellos periódicos que priman las ventas sobre el código deontológico.

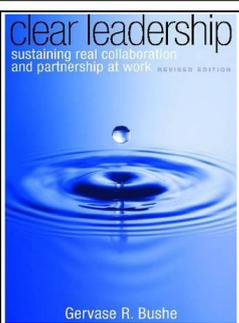
Compiladas por David Redoli y Luis Arroyo

	Título:	Las grabaciones de Bill Clinton: diario confidencial del Presidente (1993-2001)
	Autor:	Taylor Branch
	Editorial:	RBA
	País de publicación:	España
	Fecha de publicación:	2010
	Número de páginas:	848

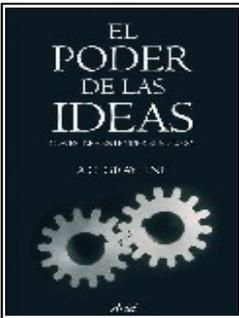
Nada mejor para un asesor político que conocer la forma de pensar, de analizar y de actuar de los líderes políticos. Pues bien, esto es lo que nos proporciona esta monumental obra del periodista Taylor Branch (ganador de un premio Pulitzer), quien entre 1993 y 2001, en la Casa Blanca, ya entrada la noche, entrevistó al presidente estadounidense Bill Clinton sobre multitud de temas, tanto íntimos como públicos.

79 entrevistas en total, realizadas para los registros de la Casa Blanca. Cientos de horas de reflexiones grabadas con el presidente Clinton, que quería dejar testimonio para las generaciones futuras de su labor presidencial y repasar todos los episodios de su trayectoria política y de su vida presidencial. Las grabaciones no obraron nunca en poder de Taylor Branch (él se limitaba a hacer de “registrador documental”), pero sí se tomó la molestia de, nada más llegar a casa, tras cada conversación con Clinton, reflejar por escrito lo que había escuchado y grabado horas antes.

El resultado de esas horas de trabajo es este libro excepcional, que radiografía las lógicas y los dilemas de uno de los presidentes más carismáticos de la historia reciente de los Estados Unidos.

	Título:	Clear Leadership
	Autor:	Gervase R. Bushe
	Editorial:	Davies-Black
	País de publicación:	EE.UU.
	Fecha de publicación:	2010
	Número de páginas:	297

Basta darle un vistazo a la página web www.clearleadership.com para hacernos una idea del alcance y la visión de este libro. Escrito fundamentalmente para personas que tienen que dirigir equipos o liderar proyectos (tanto políticos como empresariales) “Clear Leadership” es una novedosa aproximación a las dinámicas personales e interpersonales del liderazgo público. Construido sobre interesantes estudios de caso, el autor (prestigioso consultor en Estados Unidos y profesor en la Simon Fraser University) desgrana la agenda de trabajo que ha de desarrollar un líder que quiera motivar a su equipo y extraer lo mejor de su entorno, además de lograr las metas que se proponga (en contextos realistas, eso sí).

	Título:	El poder de las ideas: claves para entender el siglo XXI
	Autor:	A. C. Grayling
	Editorial:	Ariel
	País de publicación:	España
	Fecha de publicación:	2010
	Número de páginas:	544

Un libro esencial para toda aquella persona que desee participar activamente en la vida política de su país –bien como ciudadano, como asesor o como líder. Se trata de una guía para entender las ideas que transformarán el siglo XXI, un siglo lleno de incógnitas.

Esta obra concibe las ideas como engranajes que hacen avanzar la historia, como piezas de una maquinaria que permite configurar el movimiento del mundo. Así como el marxismo, el existencialismo o la teoría de la evolución influenciaron el presente que vivimos, la globalización o la bioética ya están definiendo nuestro futuro. Y de eso, de las nuevas ideas, es de lo que trata este libro.

Ciencia, filosofía, política, religión y sociología son los ámbitos que recorren este maravilloso compendio de las ideas, cuya amplia visión consigue superar los tecnicismos abstrusos que abundan en el mundo especializado de hoy. El resultado es una serie de ensayos breves, escritos con claridad y precisión por A. C. Grayling (uno de los pensadores europeos más comprometidos del momento). Muy recomendable.

	Título:	Convencer: descubra los secretos de los grandes comunicadores
	Autor:	Juana Ericei
	Editorial:	ESIC editorial
	País de publicación:	España
	Fecha de publicación:	2010
	Número de páginas:	153

Un libro muy práctico que analiza situaciones reales para desentrañar las reglas y los secretos que definen a un gran comunicador. Abordando la gestión de las emociones y de los sentimientos, la autora desgrana, punto por punto, cuáles son los aspectos más significativos del mensaje y cómo dirigirlo hacia el público. Se trata, en esencia, de un libro de fácil lectura, basada en la dilatada experiencia de su Juana Ericei dentro del mundo de la comunicación.

El Molinillo

El Molinillo 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 mundo cada vez más globalizado e intercomunicado, donde gobiernos y ciudadanos mantienen relaciones cada vez más estrechas y más transparentes. En **El Molinillo** encontrarás noticias de actualidad relacionadas con la comunicación pública y con todo tipo de informaciones de especial interés para los profesionales de este sector.

El Molinillo 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: elmolinillo@compolitica.com



Advertencia legal:

Los artículos publicados en este boletín son fruto de la selección y redacción del comité de redacción, 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.

www.compolitica.com