

Jul. - Ago. 2014

el molinillo



DE ACOP

06

ESPECIAL
COMIENZA LA SESIÓN

20

ENTREVISTA
DAVID REDOLI MORCHÓN, PRESIDENTE DE LA
ASOCIACIÓN DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (ACOP)

26

ACTIVIDADES
VII ASAMBLEA GENERAL DE
SOCIOS ACOP



**Especial III Encuentro Internacional de
Comunicación Política ACOP Bilbao 2014**



Uniendo ciencia y práctica

Entra en:
www.compolitica.com

Infórmate:

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

Síguenos en:



acop*

asociación comunicación política

Sumario

Nº67 JUL. - AGO. 2014

04 Especial

- » III Encuentro Internacional de Comunicación Política ACOP Bilbao 2014.
- » Comienza la sesión.
- » La comunicación en el S.XXI.
- » El poder de los nodulos en la comunicación digital.
- » Política y mujer a escena.
- » La profesionalización de la comunicación política.
- » Analizando las estrategias de comunicación de gobierno.
- » Sobre la complejidad y la veracidad en la política.
- » Tras ACOP Bilbao 2014... ¿Ahora qué?

20 Entrevista

- » Entrevista a David Redoli Morchón, Presidente de la Asociación de Comunicación Política (ACOP).

26 Actividades

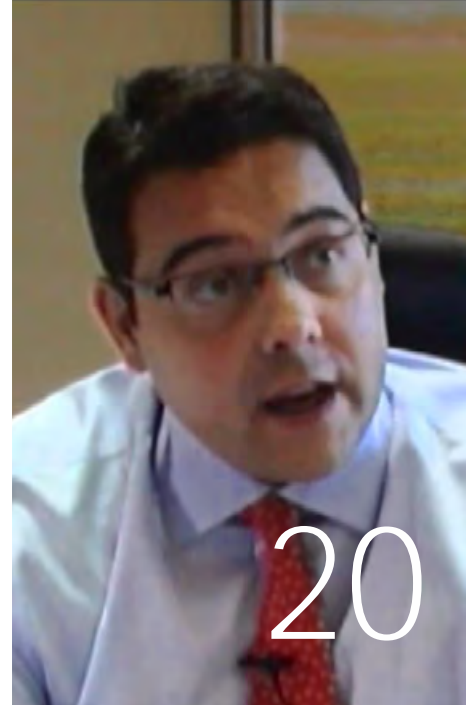
- » VII Asamblea General de Socios ACOP.
- » Código ACOP.

28 Reseñas

Te invitamos a leer los libros y publicaciones más relevantes sobre comunicación política y estratégica.



4



20



26

III ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA ACOP BILBAO 2014

Bilbao, 17, 18 Y 19 de julio de 2014

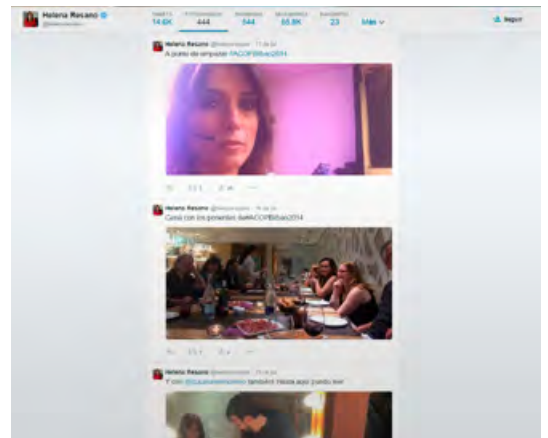


Hace escasamente un mes se cerró uno de los grandes eventos del año en materia de comunicación política como es el III Encuentro Internacional de Comunicación Política que organiza la Asociación de Comunicación Política (ACOP) en Bilbao. Más allá del número de ponencias, intervenciones y mesas redondas, que en esta tercera edición fueron incluso más que en las dos anteriores, había gran expectación por comprobar si la de 2014 podía incorporar novedades respecto a las ediciones anteriores. A la vista de lo sucedido, podemos afirmar que así fue. Y es que, gracias al gran interés despertado durante los días 17, 18 y 19 de julio, el evento de Bilbao fue segundo "trending topic" en Twitter en España bajo la etiqueta #ACOPBILBAO2014.

Sin duda, esta tercera edición de ACOP BILBAO se planteó en torno a tres objetivos importantes. En primer lugar, consolidar el evento a nivel internacional en cuanto a calidad de contenidos y ponentes. Para ello, se configuró un pro-

grama con ponentes internacionales de más de una docena de países, tales como Estados Unidos, Chile, República Dominicana, Reino Unido, Alemania, República Checa, Brasil, entre otros. Por otro lado, y también importante, se abrió el programa a dinámicas de participación más horizontal, como fueron las mesas redondas de la tarde, tanto la del 17 como la del 18 de julio. Y por supuesto, se generaron contenidos que despertaron interés no solo para el ámbito académico y consultor, sino también para los medios de comunicación. Por último, se trabajó para disfrutar de un programa de ocio y *networking* que sirvió para continuar con las charlas y tertulias más allá de las paredes del Paraninfo de la UPV, sede del Encuentro. Sin duda, motivos de sobra para estar satisfecho con la celebración de este evento internacional bienal que tiene lugar en la ciudad de Bilbao desde 2010. En cualquier caso, y por si no pudiste presenciar en directo ni a través de las Redes Sociales, aquí tienes un vídeo [resumen](#).





COMIENZA LA SESIÓN

La tercera edición del Encuentro ACOP Bilbao 2014 comenzó el jueves 17 de julio en el Paraninfo de la Universidad del País Vasco. Como en años anteriores, contamos con la participación de la presentadora de informativos en La Sexta, Helena Resano. No se puede añadir mucho más a lo que todos conocen y pudieron comprobar, grandísima profesional del periodismo, de la comunicación política y desde luego, una de los grandes embajadoras del Encuentro. Aquí tenéis para muestra una foto, apenas unas horas antes de que diese comienzo el Encuentro, en la cena de recepción de los ponentes. Todo un lujo contar con ella.

La primera sesión arrancó con un ponente de talla internacional como es **Joel Benenson**, CEO en *Benenson Strategy Group* y encuestador demócrata que ha participado en dos campañas presidenciales con Barack Obama (2008

y 2012) y también con Bill Clinton (1996). Bajo el título [Detrás de los números: lo que las encuestas con frecuencia olvidan pero las campañas siempre necesitan](#), Benenson abordó en su intervención cómo a través de la investigación

cualitativa se empezó a repuntar la maltrecha popularidad de Barack Obama en septiembre de 2011, *"No se les preguntó por política, sino información sobre sus vidas, comunidad, esperanzas, preocupaciones, frustraciones"*.



La sesión fue moderada por el presidente de Asesores de Comunicación Pública y ex presidente de ACOP (2010-2012), Luis Arroyo. A lo largo de más de 60 minutos se pudo comprobar el peso de la investigación, cualitativa y cuantitativa a la hora de elaborar una estrategia de comunicación política. La sesión acabó con un turno abierto de preguntas entre el ponente y el público.

Nada más acabar la sesión, Joel fue abordado por algunos medios de comunicación para preguntarle por los bajos índices de popularidad del presidente Barack Obama en la política estadounidense. [Echa un vistazo](#).

LA COMUNICACIÓN EN EL S.XXI

Sin prisa y solo con una ligera pausa para cambiar el escenario, dio comienzo la mesa redonda **Nuevas tendencias globales en comunicación política**. Un espacio en el que se contó con distintas voces expertas y autorizadas para afron-

tar cuáles pueden ser los retos que tiene por delante la comunicación política. Los encargados de aportar luz en esta materia fueron [Thomas Hanitzsch](#), catedrático de Comunicación en la Universidad de Munich, [Daniel Innerarity](#), catedrático

de Filosofía Política y Social en la Universidad del País Vasco y director del *Instituto Globernance* y [Jen O'Malley](#), codirectora de la campaña electoral de Barack Obama en 2012.



Todos ellos convergieron en la fragmentación existente entre la ciudadanía, los medios de comunicación, los políticos y la necesidad de elaborar diferentes estrategias de comunicación como única vía para alcanzar los diferentes públicos. Como quedó patente en el posterior debate con el público, moderado por el miembro del Consejo Directivo David Redoli, las tres ponencias resultaron estimulantes y cumplieron con las expectativas de la mesa.

Por cierto, por si no pudiste escucharlo en directo, aquí tienes el [podcast](#) de la entrevista que la Cadena Ser hizo a Jen O'Malley.



A mediodía pudimos disfrutar de un espacio de relax dedicado al *networking* entre los socios y ni que decir tiene que esos 30 minutos supieron a poco. Como bien recogieron las encuestas de satisfacción, este espacio fue uno de los grandes aciertos del Encuentro. Durante este café hubo decenas de socios que se apuntaron a la presentación del documental *'Hillary Clinton: The Human Side of a Leader'*, en una sala anexa, en la que la guionista del mismo **Marcela T. Garcés**, doctora y profesora en *Siena College*, desglosó las claves narrativas para la proyección de una buena imagen pública que se identifican en la política norteamericana.



EL PODER DE LOS NÓDULOS EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Pasados unos minutos del mediodía dio comienzo la última sesión de la mañana. Esta se centró en analizar las **Redes sociales y participación política**. Para ello contamos con 3 expertos como [Andrew Chadwick](#), catedrático de Ciencias Políticas en la Universidad de Londres, [Jon Aguirre](#), portavoz de Democracia Real Ya y cofundador de Paisaje Transversal y [Marta Lagos](#), directora de la firma Latinobarómetro.



Nota: Gráfico derecha, representa visualmente el tráfico de tuits durante el 15M (fuente, Jon Aguirre)

Durante el debate posterior conducido por Ignacio Martín, coordinador del *Comité de Asesores y de Consultores de ACOP*, los ponentes señalaron que *“el activismo actual en las Redes no busca generar un poder alternativo sino en evitar el abuso”*. En este sentido, coincidieron en afirmar que todo el mundo quiere hablar pero nadie quiere escuchar, por lo tanto el reto se centra en cómo gestionar la escucha entre ciudadanos, medios de comunicación y políticos.



POLÍTICA Y MUJER A ESCENA

La mesa redonda [Mujer y Comunicación Política](#) era, sin duda, uno de los grandes alicientes del Encuentro en términos mediáticos y políticos. Y no defraudó a nadie. **Itxaso Atutxa**, presidenta del PNV de Bizkaia, **Idoia Mendia**, portavoz del PSE-EE, **Laura Mintegi**, portavoz de EH Bildu, **Arantza Quiroga**, presidenta del PP, las 4 al frente de las principales fuerzas políticas en Euskadi juntas en una misma mesa de debate. Expectación máxima por parte de los medios de comunicación que no dudaron en abrir portadas y noticiarios con esta noticia.



Cuestiones como el liderazgo de la mujer en política, la relación que se establece entre las mujeres políticas y los medios de comunicación en las ruedas de prensa y comparecencias, o la valoración que se hace de aspectos como la vestimenta o el peinado de las mujeres políticas, fueron solo algunos de los tópicos que se analizaron en esta interesante sesión que fue moderada con mucho acierto por la catedrática de Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos, Rosa Berganza.



A continuación, y tras un breve resumen de lo sucedido durante esta primera sesión, dio comienzo el programa de ocio con la visita guiada a la Torre Iberdrola de Bilbao. Allí, **Asís Canales**, delegado institucional de Iberdrola en el País Vasco y **Andoni Aldekoa**, director de Gabinete de Alcaldía de Bilbao, dieron la bienvenida a ACOP a la Torre y a Bilbao, respectivamente. Más allá de este breve turno de palabra, uno de los platos fuertes de esta visita fue la charla explicativa sobre "La construcción de la Torre Iberdrola" en la planta 24, a cargo de **Javier Urrutxua**, director de la Torre Iberdrola. Vistas, panorámicas y fotos regadas con un txakolí y un cóctel. Al concluir esta, comenzó la noche y siguió el buen humor por las calles y bares de Bilbao.



LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La segunda sesión comenzó a las 10.00am con un espacio dedicado al debate constructivo y al diálogo entre académicos y consultores. La idea de la mesa [Academia y consultoría. ¿Qué pueden aprender la una de la otra?](#), era juntar a profesionales de ambos perfiles del campo y tratar

de converger en una serie de puntos comunes. Por la parte académica la mesa contó con la presencia de **Michael Delli Carpini**, decano de la *Annenberg School for Communication* y **Karen Sanders**, catedrática de Comunicación en la Universidad CEU San Pablo. Por la parte profesional, en

la sesión participaron **Melvin Peña**, presidente de Comunicaciones Integradas y **Luis Arroyo**, presidente de Asesores de Comunicación Pública. **María José Canel**, catedrática de Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid fue la encargada de moderar el debate.



Tres conclusiones rápidas de la charla. Primera, se puede y se debe nutrir la consultoría en comunicación política del rigor y metodología de la academia. Segunda, es conveniente que la academia siga ofreciendo análisis y herramientas que permitan desentrañar el mundo de hoy, con casos de estudio actuales. Tercera, la visión holística y el pensamiento global debe estar presente

tanto en la academia como en la consultoría. Y en este sentido, ponentes como Luis Arroyo o Karen Sanders, no dudaron en citar estudios y obras procedentes de la economía, la genética, la biología, etc. Por cierto, para acceder a las obras y estudios que fueron citadas a lo largo de ACOP BILBAO 2014, solo tienes que consultar la estupenda entrada del [blog del socio Xavier Peytibi](#).

De esta manera, con preguntas y sugerencias se llegó al espacio del networking y del café. Para los que quisieron seguir hilvanando academia y práctica, se dispuso una sala anexa de trabajo en la que los socios **Astrid Alemany** y **Marc Monells**, presentaron *El plan municipal de Social Media* (#PMSM).

Tras la pausa del café dio comienzo la mesa redonda **Retos para profesionalizar la comunicación política**. 3 expertos de referencia internacional fueron los encargados de aportar ideas y trasfondo en el enorme desafío que supone la profesionalización de la comunicación política en un escenario como el actual. **Melvin Peña**, que había intervenido apenas unos minutos antes en la sesión anterior, **Manuel Alcántara**, catedrático de Ciencia Política en la Universidad de Salamanca y **Carolina Bescansa**, profesora de Metodología en la Universidad Complutense de Madrid y responsable de la Unidad de Análisis Político del partido político Podemos.



El consultor dominicano [Melvin Peña](#) disecionó las diferencias que se establecen entre los políticos que hacen historia y aquellos que solo la cuentan. Aquí tienes la [presentación](#) en detalle que él mismo colgó en su perfil de Twitter.

Por su parte, el académico [Manuel Alcántara](#) abordó de manera brillante cuál ha sido la evolución de lo que conocemos hoy por el oficio político y la profesionalización de la comunicación político a lo largo de la historia. Buenos ejemplos y varias citas de autores más que pertinentes para ilustrar este campo de estudio.

[Carolina Bescansa](#) afirmó que la decisión de voto es cada vez más tardía y explicó que *“en 1996 el 10% de los votantes decidió su voto durante la campaña; en 2014 el 40%, y la tendencia continuará”*. Además, sostuvo que si las pasadas elecciones europeas *“hubieran durado más, los resultados habrían sido mejores”*.



ANALIZANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE GOBIERNO

Arrancó la sesión de la tarde y lo hizo con fuerza. En primer lugar, **Agustí Uribe** presentó durante unos minutos las claves de su libro reciente, [La comunicació i la regeneració democràtic i política](#). Sin duda, un libro más que oportuno para entender el momento actual que te puedes [descargar](#) aquí.



A continuación, entró en escena la mesa redonda de la tarde **Estrategias de comunicación de los Gobiernos Británico, Catalán y Vasco**, con gran interés no solo de para los socios sino también para los medios de comunicación. Para ello, contamos con la colaboración de [Xabier Barandiaran](#), profesor de Comunicación en la Universidad de Deusto y ex jefe de Gabinete del Diputado General en Diputación Foral de Guipúzcoa para hablar del caso vasco, con [Antoni Gutiérrez Rubí](#), consultor político en Ideograma para hacerlo del caso catalán y de [Philip Schlesinger](#), catedrático de Comunicación en la Universidad de Glasgow y presidente del Comité Asesor para Escocia de *Ofcom*, el regulador de las comunicaciones del Reino Unido. La sesión

fue moderada por **Jordi Rodríguez Virgili**, director del *Máster de Comunicación Política y Corporativa* de la Universidad de Navarra.

Antoni Gutiérrez Rubí colgó unas [notas](#) interesantes de su intervención que aquí las rescatamos. También te dejamos un breve resumen de su aportación, al igual que del resto de ponentes.

La charla de Philip Schlesinger giró en torno a los diferentes actores encargados de impulsar, liderar y gestionar la comunicación en el proceso escocés de independencia. Un punto de vista y unas palabras que sirvieron para poner negro sobre blanco sobre un caso muy citado en los últimos meses, pero probable-

mente no lo suficientemente explicado.

Por su parte, el ponente [Xabier Barandiaran](#) centró su explicación en la estrategia del Gobierno Vasco en 1998 y su intento con la izquierda abertzale para que ETA, asumiendo que esta no tenía salida, *“dejara las armas y en paralelo, el Gobierno pusiera en marcha un proceso de profundización democrática y así fortalecer el sistema institucional vasco”*.

Tres casos distintos e interesantes para estudiar el papel y el peso de la comunicación institucional en la toma de decisiones. Veremos en las próximas semanas y meses cómo se siguen desarrollando estos pasos tanto en España como en Escocia.



Para concluir la sesión del viernes 18 de julio se contó con la presencia de **Michael Delli Carpini**, miembro del *Comité Asesor Internacional de ACOP* y como se ha destacado anteriormente, decano de la *Annenberg School for Communication*. Con su ponencia [¿En quién confiar? Políticos y medios de comunicación en una era de crisis global](#), Delli Carpini profundizó en el concepto de confianza y las dificultades para generarla en una sociedad como la actual. Concretamente, el ponente

dedicó buena parte del tiempo a hablar de los medios de comunicación, su inmediatez para trabajar y la complejidad que estos encierran al no poder adoptar una perspectiva algo más elaborada en sus rutinas de trabajo y la generación de noticias.

Nada más terminar, la presidenta de ACOP **Karen Sanders**, agradeció su intervención como moderadora y a continuación, realizó un breve resumen de lo que habían sido las dos

jornadas del Encuentro. En primer lugar, agradeció a todos los participantes y al público la atención prestada. Al mismo tiempo, informó de las dos actividades que iban a suceder a continuación, la cata de vino gentileza de la Diputación Foral de Bizkaia, en primer lugar, y posteriormente el encuentro **Beers & Politics** que se desarrollaría en el café *La Granja* con dos invitados como **Rafa Laza**, director de Gabinete de Alcaldía Vitoria y **Dani Álvarez**, periodista de EITB.



Xabier Peytibi, uno de los directores del *Beers & Politics* hizo un [gran resumen](#) de este encuentro, al que ya puedes acceder.

SOBRE LA COMPLEJIDAD Y LA VERACIDAD EN LA POLÍTICA

La del sábado fue algo más que una jornada de cierre. Y lo fue, entre otros motivos, debido a la intensidad de los conceptos, las mesas de trabajo y desde luego, la celebración de la **VII Asamblea General de Socios**.



Abrió el fuego de la mañana **Josep Borrell**. El que fuera presidente del Parlamento Europeo (2004-2007) y actualmente Titular de la Cátedra *Jean Monnet* en Integración Económica Europea en el Instituto Complutense de Estudios Internacionales, participó en el Encuentro con su ponencia [La complejidad y la veracidad en la comunicación](#).

A lo largo de su exposición, Borrell subrayó la importancia de construir buenos relatos racionales y emocionales en política. Asimismo, dedicó una parte de su charla a analizar la situación de la Unión Europea. En este sentido, apuntó que *“no hay una convincente narrativa que explique por qué hay que estar más unidos en Europa”*.

Antoni Gutiérrez Rubí estuvo brillante en la moderación de esta sesión que, a pesar de comenzar a

primera hora del sábado, contó con mucha asistencia y participación, como muestra la fotografía.

Acto seguido, dio comienzo de manera paralela la parte más dinámica e interactiva con los diferentes workshops programados y las sesiones de investigación. Más de 8 salas de trabajo dedicadas a analizar, presentar y practicar diferentes ámbitos de la comunicación política durante una hora y media. Muchas gracias a **Jorge Santiago Barnés**, director del taller de *Negociación*, **César Calderón**, director del taller *Nuevas tecnologías, las plataformas digitales y la movilización*, **Javier Puig**, director del taller *Gestión de comunicación de crisis* y **Julio César Herrero**, director del taller *Cómo hacer una entrevista en televisión*. Y desde luego, muchas gracias a los casi 30 investigadores de más de seis nacionalidades que hicieron el esfuerzo de condensar sus

respectivos trabajos en cada una de las salas provistas. Un broche de oro a la sesión del sábado.

Y de esta manera, se dio por concluido la parte del Encuentro referida a las ponencias y se convocó a los socios para la celebración de la VII Asamblea General de Socios ACOP a las 13:00pm. Esta Asamblea sirvió, en primer lugar, para poner en valor el trabajo del Consejo Directivo 2012-2014, presidido por Karen Sanders. Y al mismo tiempo, elegir por unanimidad al nuevo Consejo Directivo de esta organización para el periodo 2014-2016, que queda integrado por los siguientes siete miembros: **David Redoli Morchón** (presidente), **Daniel Ureña Uceda** (secretario), **Ignacio Martín Granados** (tesorero), **Rocío Zamora Medina** (vocal), **Imanol Pradales Gil** (vocal), **Jorge Santiago Barnés** (vocal) y **Karen Sanders** (ex presidenta vocal).

TRAS ACOP BILBAO 2014... ¿AHORA QUÉ?

El III Encuentro Internacional de Comunicación Política sirvió para sacar varias conclusiones que a continuación resumimos. En primer lugar, Bilbao se ha convertido en el epicentro de la comunicación política internacional y en un binomio inseparable, que ha quedado demostrado una vez más en este 2014. En segundo lugar, ACOP goza de una salud de hierro tanto para dar continuidad en el Consejo Directivo (el cuarto desde 2008), como para seguir creciendo en volumen de socios (269 socios según datos de la gerencia). Por último, el posicionamiento y compromiso de ACOP como marca, espacio y foro de/para la Comunicación Política, es más pertinente que nunca tanto en el ámbito académico como en el profesional. La aprobación del "Código ACOP" como documento de referencia para la práctica académica y profesional de la comunicación política así lo acredita. No obstante, Redoli también anunció otras líneas de acción como el impulso a la internacionalización de ACOP, especialmente en la Unión Europea, en América Latina y en Estados Unidos, o la consolidación de ACOP como la asociación de referencia en el ámbito de la comunicación pública en Iberoamérica.



En sus primeras palabras como presidente, Redoli subrayó la gran labor desarrollada (ver sección Actividades de este número de la revista) por la anterior presidenta, Karen Sanders, destacando el impulso del "Código ACOP", un conjunto de buenas prácticas para el ámbito de la comunicación política, que fue aprobado unánimemente en esta Asamblea.

ENTREVISTA A REDOLI MORCHÓN, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (ACOP)

“Hoy hacer política sin profesionalizar la comunicación pública es no hacer bien la política”

Por **Mario García Gurrionero**



Enhorabuena por tu reciente elección como presidente de ACOP. Tras las presidencias de María José Canel, de Luis Arroyo y de Karen Sanders, ¿qué principales objetivos te propones alcanzar durante tu mandato?

Muchas gracias. En primer lugar, agradecer y reconocer la labor desarrollada por mis predecesores. El trabajo realizado por María José, por Luis y por Karen es encomiable: los tres han conseguido, en poco más de un lustro, convertir la Asociación de Comunicación Política (ACOP) en un referente internacional. Ya contamos con más de 250 socios de Europa y de América. Tenemos una magnífica página web, una publicación, *El Molinillo de ACOP*, que este mismo año ha sido reconocida con el *Victory Award* a la mejor revista sobre comunicación política, una muy activa cuenta de Twitter con más de 4.300 seguidores, acumulamos decenas de seminarios organizados durante los últimos años y en nuestro haber ya constan tres espléndidos encuentros internacionales realizados en Bilbao, que han convertido a la capital vasca en epicentro de la comunicación política internacional. Este es el legado que heredo. Mi principal meta, por lo

tanto, es continuar el camino iniciado por ellos. Un objetivo que se sintetiza en los 15 compromisos adquiridos ante la Asamblea General de socios que tuvo lugar el pasado mes de julio. Entre ellos, destacan, por ejemplo, mantener en la asociación el equilibrio y la interrelación entre ámbito académico y el ámbito profesional, establecer nuevas alianzas con organizaciones públicas y privadas del ámbito de la comunicación pública/política, conseguir una mayor estabilidad administrativa a través del establecimiento de una sede, la mejora de las fuentes de financiación y la profesionalización de la gestión, crear una bolsa de trabajo con información sobre oportunidades laborales para profesionales de la comunicación pública e implantar el “Código ACOP” como referencia de la práctica académica y profesional de la comunicación política. Adicionalmente, el nuevo Consejo Directivo se ha fijado también como metas reforzar la internacionalización de ACOP, incrementar el número de socios y continuar con la organización de seminarios periódicos y otras actividades relativas a materias de interés de los socios, tanto académicos como profesionales.

¿Cuál es el perfil de este cuarto Consejo Directivo de ACOP?

“EL NUEVO CONSEJO DIRECTIVO SE HA FIJADO TAMBIÉN COMO METAS REFORZAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE ACOP.”



El nuevo Consejo Directivo de ACOP es mitad continuidad, mitad renovación, manteniendo un escrupuloso equilibrio entre profesionales procedentes del mundo de la práctica de nuestra disciplina y del mundo académico. Así, entran como nuevos miembros Daniel Ureña (Socio-director de MAS Consulting), Rocío Zamora (profesora de la Universidad de Murcia) e Ignacio Martín Granados (director de gabinete en el Ayuntamiento de Segovia). Y renuevan en el Consejo Imanol Pradales (diputado de Promoción Económica de la Diputación de Vizcaya), Jorge Santiago Barnés (profesor de la Universidad Camilo José Cela) y Karen Sanders (ex presidenta y profesora de la Universidad CEU-San Pablo). Los siete vamos a trabajar estos dos años que tenemos por delante para propiciar la consolidación de ACOP como la asociación de referencia en el ámbito de la comunicación pública en Iberoamérica.

Acaba de celebrarse el III Encuentro Internacional, con cerca de 200 participantes, con más de una docena de expertos internacionales y los principales medios de comunicación cubriendo el evento, ¿cuál es tu evaluación del mismo?

Este número especial de *El Molinillo de ACOP* da buena cuenta de lo que significó el III Encuentro de Comunicación Política. Cuantitativamente es impresionante el logro conseguido por Karen Sanders, la verdadera directora de orquesta de este tercer encuentro. Tanto los ponentes (de primer nivel) como los asistentes sacaron buen provecho de los tres días que estuvimos juntos. Pero lo más importante, a mi juicio, es la parte cualitativa: la sólida red de profesionales y de académicos que se teje en torno a estos encuentros. En ese aspecto creo que vamos en la buena dirección. Y aprovecho para reconocer el

**“LA COMUNICACIÓN
IMPREGNA, POR LO
TANTO, TODOS LOS
NIVELES DE LA POLÍTICA.”**



apoyo de las instituciones vascas, que desde el minuto cero han respaldado la organización de este evento, de carácter bienal, en Bilbao.

Desde tu punto de vista, ¿ha cambiado la comunicación política desde la fundación de ACOP en 2008?

La comunicación política como la entendemos en la actualidad es una disciplina relativamente reciente, ya que ha ido vinculada a los avances tecnológicos en materia de comunicación y al desarrollo de la democracia. Es, por lo tanto, un ámbito muy dinámico y cambiante, dada su propia naturaleza.

Me explico: aunque en el Imperio Romano ya existían medios de información pública (como, por ejemplo, "Las actas públicas o actas del pueblo") y proto-campañas electorales como las descritas por Quinto y por Marco Tulio Cicerón, no es hasta la invención y la propagación de la imprenta, en el siglo XV, cuando empiezan a aparecer publicaciones periódicas con cierta difusión,

que dan cuenta de acontecimientos relacionados con la política y con el poder. A partir del avance tecnológico que supuso la imprenta, los gobiernos (y otras instituciones de poder, como, por ejemplo, la Iglesia) pronto comenzaron a utilizar la información para intentar posicionar a la opinión pública a su favor -si bien el público-lector de papeles periódicos era una minoría ilustrada compuesta por nobles y clérigos, miembros de la burocracia, oficiales del ejército y algunos sectores de la incipiente clase media profesional tales como médicos, profesores o abogados.

De ahí saltamos a finales del siglo XIX y principios del XX, cuando, poco después de la emergencia de las principales democracias modernas, Nikola Tesla y Guillermo Marconi dieron con el primer sistema de radio, logrando en 1901 enviar señales radiofónicas a larga distancia. En ese momento, la comunicación política dio otro salto cualitativo, ya que permitió a los líderes llevar sus discursos fácilmente y de manera directa a los hogares de millones de personas.

"EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA POLÍTICO OPERA POR Y PARA LOS CIUDADANOS, PERO LO HACE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN."





Inmediatamente apareció la televisión. Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927; y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930 (en ambos casos los programas aún no se emitían con un horario regular). Este electrodoméstico pronto se universalizó y se hizo tremendamente popular, cambiando en gran medida las reglas del juego de la política, como quedó demostrado con el famoso debate entre Nixon y Kennedy en 1960. Con lamentables excepciones, en Occidente la democracia es ya, además, una forma de gobierno consolidada e incuestionable, profesionalizándose la comunicación política de una manera parecida a como la conocemos hoy en día.

Finalmente, a partir de los años '90 del siglo pasado, Internet se erige como el nuevo gran canal masivo de comunicación, trayendo nuevos conceptos y nuevas lógicas al mundo del poder y, en consecuencia, a la comunicación política. Y ese es el punto en el que nos encontramos hoy: potentes medios de

comunicación y de difusión de la información en contextos poliárquicos. ACOP nace en 2008, justo cuando comunicación y poder, como bien ha señalado Manuel Castells, son ya un binomio inseparable. Hoy hacer política sin profesionalizar la comunicación pública es no hacer bien la política.

¿Pueden la academia y los consultores enriquecerse mutuamente?

No sólo pueden: deben. No se entiende, en pleno siglo XXI, una disociación entre el mundo de la práctica de nuestra disciplina y su desarrollo teórico en la universidad. Ambos ámbitos se necesitan y se retroalimentan. Esa es la visión de ACOP. Y eso es, precisamente, lo que hace tan especial a nuestra asociación. Además, la comunicación política se nutre de la neurociencia, de la psicología, de la ciencia política, del periodismo, de la biología, de la lingüística, de la sociología, de la historia, del derecho,... somos una rama tremendamente interdisciplinar y, por lo tanto, necesita de fuertes vínculos con la academia (y viceversa).

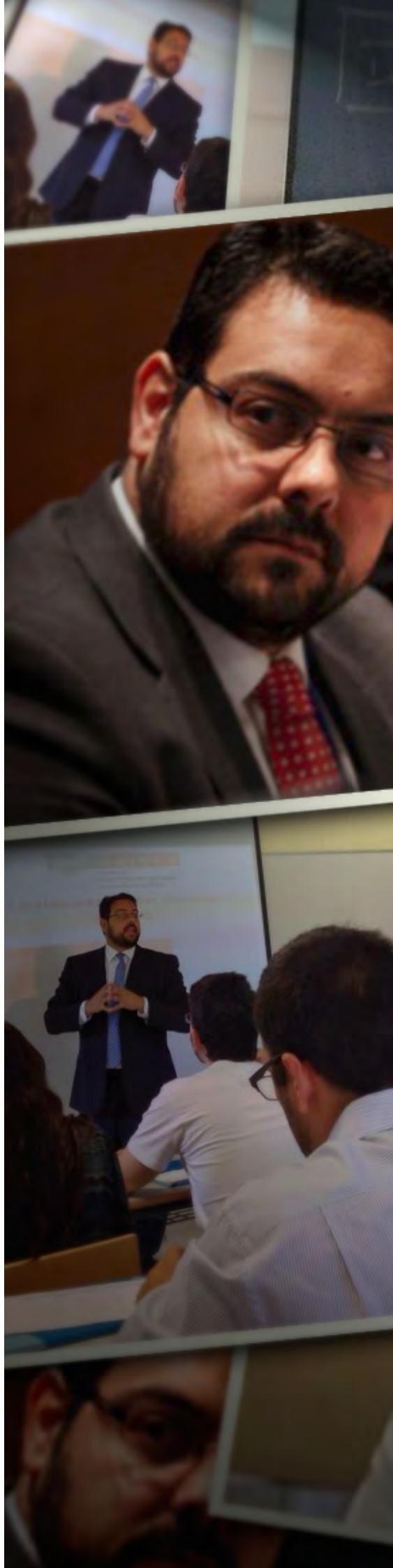




¿Hay alguna relación entre la profesionalización de la comunicación política y la calidad de las democracias?

Claro que la hay. Sin duda alguna, la comunicación ha pasado a ser un aspecto central de la actividad de las altas posiciones públicas. De hecho, la comunicación política es consustancial al acto político. En mi opinión la democracia moderna ya no es concebible sin un efectivo vínculo de comunicación entre las instituciones públicas y los ciudadanos (cada vez más y mejor informados y con más canales informativos a su disposición, como he comentado antes). La comunicación impregna, por lo tanto, todos los niveles de la política. Podríamos incluso decir que la comunicación es indispensable para articular el espacio público contemporáneo, que es imprescindible para elevar la calidad de la democracia, y que es, en definitiva, fundamental para hacer que funcionen mejor las democracias, tanto en su sentido descendente (del poder político a los ciudadanos), como en el sentido ascendente (de los ciudadanos a los políticos). Y es que, no lo olvidemos, la política es un proceso de respuestas a problemas públicos que sólo pueden detectarse y resolverse mediante la comunicación.

No hay duda de que en pleno siglo XXI sin comunicación, no hay rendimiento de cuentas entre políticos y ciudadanos. Y sin comunicación, tampoco hay acción política ni contestación política. Es decir: el ejercicio del poder es inherente a la existencia de contenidos y de canales comunicacionales. Una batalla, la del poder, que, en política, solo puede librarse en la arena pública. Y hoy, muy especialmente, esta batalla transcurre en la opinión pública y a través de los medios de comunicación. Así, no es descabellado asegurar que, en nuestra >





sociedad, la política es, básicamente, política mediática. El funcionamiento del sistema político opera por y para los ciudadanos, pero lo hace a través de los medios de comunicación. Y lo hace tanto para obtener apoyos, como para transmitir las acciones positivas del trabajo del gobierno y para minimizar las hostilidades derivadas de esa misma acción gubernamental ante la oposición o los ciudadanos descontentos.

Esto no significa, naturalmente, que el poder esté en manos de los medios. Ni mucho menos. Ni tampoco quiere decir que el público se limite pasivamente a aceptar lo que transmiten los periodistas. Simplemente significa que los actores políticos y los medios de comunicación ejercen una notable influencia los unos sobre los otros. Y que, en consecuencia, los representantes políticos prestan cada vez más atención a las exigencias de los medios y aprenden sus reglas de juego, mientras que los medios entran, cada vez más, en las lides y en las lógicas de la contienda política.

¿Cuál es tu principal recomendación para el desarrollo de la comunicación política?

Uffff, vaya pregunta! Daría varias recomendaciones. Pero si me ciñera a una sola, recomendaría usar las técnicas de comunicación política no sólo para ganar elecciones, utilizando razones y emociones, sino, sobre todo, para facilitar soluciones a los problemas de los ciudadanos. Porque, en primera (y en última) instancia, la política es (o, al menos, debería ser) la gestión del espacio público en beneficio del interés general, explicando a los ciudadanos por qué y para qué se toman las decisiones que se ejecutan con el dinero de sus impuestos. Algo que, además de hacerlo bien, hay que comunicarlo mejor. ■



VII Asamblea General de Socios ACOP

Como sucediera en anteriores ocasiones del Encuentro ACOP Bilbao, tuvimos ocasión de celebrar en la sesión del sábado la correspondiente Asamblea General de Socios ACOP. En este caso, con motivo de la tercera edición del Encuentro Internacional ACOP Bilbao, celebramos con la VII Asamblea General de Socios ACOP.

Los diferentes puntos del orden del día, así como la situación actual de ACOP en cuanto al volumen de socios, puedes descargarlo [aquí](#).

A modo de resumen te informamos de que más allá de presentar buenas cifras de crecimiento en el volumen de socios (269), o en el número de actividades organizadas en el último año, Comités y Grupos de trabajo desarrollados (México, Castilla y León, Euskadi, Valencia y próximamente Andalucía y Aragón), la presidenta Karen Sanders puso especial énfasis en presentar un compromiso adoptado en julio de 2012, nada más ser elegida presidenta del ACOP, como fue la elaboración de un Código ACOP de buenas prácticas. La presidenta explicó la importancia en los tiempos que corren de contar, por parte de ACOP, con un Código serio y contrastado para la profesión de la comunicación política. En este sentido, aprovechó para presentarlo y someterlo a votación de todos los socios asistentes, que lo aprobaron de manera unánime.

El Código es, destacó Sanders, *“uno de los avances más importantes en los que ha trabajado el Consejo Directivo en estos últimos dos años y un claro compromiso con la profesionalización de la comunicación política”*.

Código ACOP

A continuación, por si no pudiste acudir al Encuentro, te informamos del contenido de este Código. También puedes descargarlo a través de la página web de la Asociación.

La Asociación de Comunicación Política (ACOP) respalda la investigación y la práctica profesional de la comunicación política en empresas, universidades, centros de pensamiento, instituciones públicas, fundaciones y organizaciones no gubernamentales. La Asociación se compromete a promover la excelencia profesional entre sus miembros, así como a reforzar el compromiso con los principios éticos entre aquellos que trabajan en el ámbito de la comunicación política.

NOSOTROS, LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN, NOS COMPROMETEMOS A:

Promover la participación democrática, impulsando el compromiso cívico activo a través de nuestro trabajo. Esto significa permanecer abiertos, ser respetuosos, ser transparentes y estar dispuestos al rendimiento de cuentas.

Fortalecer la justicia social, tratando a todas las personas de manera equitativa e imparcial.

Respetar los derechos humanos, trabajando únicamente para organizaciones o causas que respeten los derechos humanos.

Proteger la confidencialidad. La confianza es la esencia de nuestro trabajo. La información que es transmitida, que es confidencial y que no es públicamente conocida, no debe ser compartida con otros sin el consentimiento oportuno.

Fomentar la integridad en la información, proporcionando información veraz.

Evitar conflicto de intereses, declarando aquellas cuestiones que puedan perjudicar la integridad percibida de nuestro trabajo.

Citar fuentes, reconociendo debidamente las fuentes de información y el origen de las ideas que utilicemos en cualquier material publicado por nosotros.

Demostrar integridad personal, cumpliendo con los más altos estándares de conducta para inspirar seguridad y confianza en nuestro trabajo.

Potenciar la excelencia profesional, fortaleciendo las capacidades personales para actuar de manera competente y ética, así como para estimular el desarrollo profesional de los otros.

Estimular la innovación, el conocimiento compartido y el desarrollo de buenas prácticas, generando los escenarios propicios hacer progresar nuestra disciplina en la academia y en la práctica profesional.

ACOP trabajará para:

- Difundir estos principios entre los miembros de ACOP y entre el mundo académico y el ámbito de la práctica profesional.
- Establecer guías sobre buenas prácticas basadas en los principios de ACOP.
- Facilitar el desarrollo profesional desde los principios éticos de conducta laboral.
- Establecer alianzas con organizaciones y otras asociaciones que compartan estos principios y objetivos.

Este código está inspirado en los códigos de ética de la *American Society for Public Administration*, la *American Association of Political Consultants*, la *International Association of Business Communicators*, y la *Stockholm Charter*.

Finalmente y agradeciendo el esfuerzo de todo el Consejo Directivo y de todos los socios que han acompañado su presidencia a lo largo de estos dos años, 2012-2014, puso fin a su mandato, como indican los estatutos de ACOP. A continuación, tras proceder a la votación de la candidatura del nuevo Consejo Directivo, el presidente entrante, David Redoli, agradeció el apoyo y confianza de los socios allí presentes. La hoja de ruta de ACOP, en palabras de Redoli, "irá encaminada a seguir desarrollando actividades, seminarios y workshops en los próximos meses, así como también a seguir impulsando la creación de Comités dentro y fuera del territorio español".


Título: Political Communication

Autor: Carsten Reinemann (ed.)
Editorial: De Gruyter Mouton
Fecha de publicación: Junio 2014
País: Berlín, Alemania
Número de páginas: 648

Political Communication ofrece una visión general de las principales teorías acumuladas por la investigación en comunicación política en las últimas décadas. Este libro, coordinado por el profesor alemán Carsten Reinemann de la University de Munich, hace un balance de la disciplina en el contexto de una enorme expansión y diversificación tanto de la praxis de la comunicación política como de la investigación científica en sus estructuras, procesos y efectos.

El volumen ofrece a los lectores a modo de manual artículos de revisión de reconocidos autores internacionales sobre diversos aspectos como, por ejemplo, los fundamentos normativos, reglamentarios y conceptuales de la comunicación política; las distintas situaciones de comunicación política (elecciones y referendos, los movimientos sociales, la comunicación de crisis y de guerra); también sobre las actividades de los principales actores políticos o el papel desempeñado por los medios de comunicación y el periodismo; las características y rasgos típicos de mensajes de los medios; el protagonismo ascendente de los ciudadanos, así como diversos tipos de efectos de la comunicación política y electoral sobre los ciudadanos. Cada sección incluye varios capítulos que abordan temas específicos y problemas de investigación en forma de artículos de descripciones generales integrales.


Título: Fuego y cenizas.
Éxito y fracaso en política

Autor: Michael Ignatieff
Editorial: Taurus
Fecha de publicación: 2014
País: Madrid
Número de páginas: 256

Quizá el libro más citado en el último Encuentro Internacional de Comunicación Política que organizó la Asociación de Comunicación Política (ACOP) en Bilbao el pasado mes de julio fue *Fuego y cenizas. Éxito y fracaso en política* del canadiense Michael Ignatieff.

Un distinguido intelectual, escritor, periodista y académico deja su biblioteca y su cátedra de Harvard para emprender una carrera política en el más alto nivel, y durante seis años experimenta la pasión y la excitación, el entusiasmo y la intriga, el fracaso y el éxito de los partidos políticos en el amplio escenario canadiense. Seis años después de su inmersión en la vida política, regresa a su biblioteca, se dedica a la reflexión y ofrece un relato revelador y honesto de esa aventura.

Fuego y cenizas es una inmersión en la vida política moderna, y una contribución esencial al debate sobre la participación en ella. ¿Está justificada la pérdida de la fe en la política democrática? ¿Hacen bien en conservarla los idealistas? En un momento en que la ciudadanía reclama con fuerza transparencia y ética, Ignatieff refleja la política como una materia cruel, impredecible e implacable, pero ofrece argumentos para que sigamos creyendo.

En palabras de Mario Vargas Llosa: "Este libro es una brújula que ayudará al lector a encontrar su camino en el vertiginoso laberinto en que la política se ha convertido en las grandes democracias modernas."



Título: Europe Project and Process. Citizens, Democracy, Participation

Autor: Susana del Río
Editorial: Peter Lang
Fecha de publicación: 2014
País: Bruselas
Número de páginas: 178

Tras las recientes elecciones al Parlamento europeo, parece buen momento para reflexionar sobre el proyecto y el proceso de la integración europea y de la personalidad de la Unión Europea. Esto es lo que propone la Dra. Susana del Río en *Europe Project and Process. Citizens, Democracy, Participation*. Europa está atravesando unos años de crisis económica por lo que es un reto fundamental conseguir renovar la credibilidad de los ciudadanos en el gran proyecto político que es la Unión Europea.

El libro aborda temas como la democracia supranacional europea; la participación de la sociedad civil en la UE; la interacción entre los ciudadanos de Europa y las instituciones europeas, la educación como elemento clave de la ciudadanía activa, la solidaridad y la necesaria formulación de lo que Susana del Río denomina: una nueva política europea.

Íñigo Méndez de Vigo, secretario de Estado para la Unión Europea y Jaume Duch Guillot, portavoz del Parlamento Europeo y director de medios de comunicación, prologan esta obra patrocinada por la Fundación Academia Europea de Yuste y la *European University College Association*.



Título: Redarquía. Más allá de la jerarquía

Autor: José Cabrera
Editorial: Rasche
Fecha de publicación: 2014
País: España
Número de páginas: 228

En los últimos meses, la realidad social y política de España se ha visto sacudida por un terremoto. Las exigencias populares de una forma de participación más directa, más horizontal, se ha trasladado a los partidos políticos. Muchos de ellos han realizado primarias abiertas para elegir a sus candidatos, y el PSOE, la segunda fuerza parlamentaria en España, ha aprobado la elección directa de su secretario general con el método de elección directa por parte de todos sus militantes. El éxito de Podemos en las elecciones europeas ha supuesto el reconocimiento de que las nuevas maneras de hacer política, descentralizadas y participativas, son una alternativa. ¿Qué es lo que está ocurriendo? ¿Qué es lo que subyace detrás de todo esto? José Cabrera, vinculado al mundo de la tecnología y considerado un referente en el análisis de la sociedad de la información, nos ofrece una explicación en "*Redarquía - Más allá de la jerarquía*". El libro es una reflexión capital sobre los cambios que los nuevos tiempos están trayendo a las organizaciones de todo tipo, desde el ámbito empresarial hasta el político. Redarquía es el término para designar una nueva realidad, un fenómeno de cambio basado en las relaciones en red, que está imponiéndose de forma imparablemente.


Título: Nueva gramática política

Autor: Francisco Jurado Gilbert
Editorial: Icaria
Fecha de publicación: 2014
Número de páginas: 159

Tecnopolítica es una de los términos de moda. Las tecnologías de la comunicación ocupan un lugar central en los modos de organizarse, de compartir información y de movilizar a las multitudes. El 15-M fue el primer aldabonazo en un escenario político que creíamos absolutamente delimitado desde la Transición de la dictadura a la democracia en España hace 40 años. Los acontecimientos de aquellas fechas en la Puerta del Sol evidenciaron el potencial de las nuevas herramientas de comunicación –las tecnologías de la información y la comunicación e Internet y las plataformas móviles como paradigmas- con las que se ha abierto un nuevo tiempo para la política. Un tiempo que exige una nueva forma de comunicarse, entenderse y decidir por, para y desde el común. Como señala Francisco Jurado Gilbert, los nuevos modos de movilización, organización y debate suponen un cambio de paradigma, con su propia gramática.


Título: Comunicación y gobernanza en Europa

Autor: Campos Freire, Francisco.
Editorial: Universitas
Fecha de publicación: 2011
País: España
Número de páginas: 325

En un mundo en el que parecen no dejar de aparecer focos de tensión y conflicto; grupos violentos y situaciones de enorme gravedad que recuerdan los peores momentos de la historia contemporánea, la crisis de la gobernanza europea parece hacerse cada día más evidente. Los mandatarios de los países miembros parecen más distanciados que nunca como colectivo y las elecciones al Parlamento Europeo parecen haber abierto un periodo de vacío que deja a Europa sin respuestas colectivas antes los graves acontecimientos globales que estamos viviendo. El autor recuerda que la comunicación no es la única responsable ni tampoco su exclusiva solución a la debilidad de la gobernanza europea, sin que por ello deje de ser menos importante su papel.

Europa necesita un empujón, recuperar el liderazgo a partir de las decisiones políticas. Necesita también mejorar la comunicación de sus fortalezas, sus valores, su visión y sus referencias; gracias a los que ha sido la voz más serenamente escuchada a lo largo de la historia mundial. Aunque parezca una obviedad, la comunicación europea es también lo que es Europa. Con comunicación, la desafección de los europeos hacia Europa y sus instituciones, desaparecerá tarde o temprano.



Título: To save everything click here

Autor: Evgeny Morozov
Editorial: Hamish Hamilton
Fecha de publicación: 2014

“El objetivo de Silicon Valley es arreglar los problemas que otros han creado en nuestras vidas”, afirma en su último libro Evgeny Morozov, considerado uno de los analistas más críticos con el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación están teniendo en todos los ámbitos de nuestras vidas. En el libre, intenta demostrar que Internet no es el elixir mágico, que las apps móviles no son la puerta de entrada al paraíso.

En un mundo global y enormemente complejo, se ha impuesto una especie de fe ciega en las tecnologías y, particularmente, en todo lo asociado a Internet cuyas raíces se encuentran en los sumos pontífices de Silicon Valley y sus esfuerzos por dominar el mundo. Para Morozov no se trata sólo de una lucha por el poder económico, sino por el dominio de nuestra visión del mundo, el conocimiento y la forma de comportarnos.

Sus páginas invitan a una necesaria reflexión sobre dos nuevas ideologías dominante que son el “solucionismo” y el “Internet-centrismo”, cuyos preceptos son que Internet y la Red lo arreglan todos y que la solución a todos los problemas, incluyendo, el paro, la violencia o la desigualdad pasan por el desarrollo de Internet y nuevas aplicaciones. La realidad parece demostrar que no necesariamente es así.

No es un libro de comunicación ni tampoco de política, pero es casi imprescindible para resistir la tentación simplista y absurda de que la comunicación online y la política Red son garantía de éxito para cualquiera que se proponga gestionar la cosa pública.



Título: La argumentación en la comunicación

Autor: Philippe Breton
Editorial: UOC (Universitat Oberta de Catalunya)
Fecha de publicación: 2014
Número de páginas: 160

La sociedad democrática recurre sistemáticamente al debate, a la discusión, a la argumentación. Sin embargo, las técnicas que permiten convencer al otro sin violencia son poco conocidas y se enseñan poco. El autor plantea diversas cuestiones fundamentales sobre este tema. ¿Qué argumentos utilizamos normalmente? ¿Qué diferencia hay entre argumentar y seducir, entre gustar o manipular al otro? Este libro se ilustra con numerosos ejemplos tomados de situaciones cotidianas de la discusión política o del debate social.

El libro también propone criterios sencillos para diferenciar entre la manipulación de las conciencias y la argumentación que respeta la libertad del público. Este paso inscribe de forma indiscutible la argumentación, surgida de la retórica clásica y de la tradición democrática, en el campo de la comunicación moderna.

Director: Jordi Rodríguez Virgili
Subdirector: Juan Manuel Zafra

Comité Redactor:

Luis Aguado, Organizador de Campañas en *Change.org*
Alberto López-Hermida, Director en *Baobab Consultores Estratégicos*.
Ignacio Martín Granados, Director del Gabinete de Alcaldía del Ayuntamiento de Segovia.
Rodrigo Solá, miembro de ACOP México.
Sandra Bravo, Consultora de Comunicación.
Toni Aira, profesor de la Universidad Pompeu Fabra.
David Redoli, presidente del Consejo Directivo de ACOP.
Roberto Rodríguez Andrés, Director de Comunicación, Marketing y Relaciones Institucionales en *Grupo Amma*.

Colaboradores:

David Dahan
Carlos Hidalgo
José David Pérez

Comité Técnico:

Jose Vicente Rojo | Director Creativo | 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
Wolfgang Donsbach, Ex presidente de la Asociación Mundial para el Estudio de la Opinión Pública (WAPOR)
Stanley Greenberg, Doctor en Harvard
Marta Lagos, Directora fundadora de la Corporación Latinobarómetro
Simón Pachano, Coordinador de la Maestría en Ciencia Política de FLACSO
Holli A. Semetko, Directora de la Oficina de Asuntos Exteriores y del Instituto Calus M. Halle for Global Learning, Universidad de Emory
Heather Simpson, Jefa de Gabinete y asesora principal de Helen Clark, Primera Ministra de Nueva Zelanda (1999-2008)
Silvio Waisbord, Director del Programa de Graduados en la Escuela de Medios y Asuntos Públicos, Universidad de Washington

El Molinillo de ACOP 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 de ACOP* 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 de ACOP es una revista editada en Madrid, en la Universidad Complutense de Madrid, Avda. Complutense s/n, Facultad de Ciencias de la Información, Dpto. CAVP II, 28040.

ISSN 2340-9576

El Molinillo de ACOP es, ante todo, una útil herramienta al servicio de los socios de ACOP, por lo que todas vuestras sugerencias o colaboraciones son más que bienvenidas. Podéis hacé-noslas llegar a través de esta dirección: elmolinillo@compolitica.com

acop*

asociación comunicación política

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