

La revista de acop

Nº 0020 - 2ª etapa
OCTUBRE DE 2017

WWW.COMPOLITICA.COM

POLÍTICA Y JUEGO DE TRONOS

Lecciones de los grandes
estrategas de Poniente



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
ISSN 2445-3951

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

Eduardo G. Vega, @eduardoglezvega

SUBDIRECTORA

Gabriela Ortega Jarrín, @gabrielaortegaj

COMITÉ EDITORIAL

Eduardo Castillo, @NassinCastillo

Daniel García, @danigarcia1986

José Luis Izaguirre, @jl_izaguirre92

Pedro Marfil, @jpedromarfil

Joaquín Marqués, @Quim_Marques

Joan Navarro, @joannavarro0

David Redoli Morchón, @dredoli

Jordi Rodríguez Virgili, @jrvirgili

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.

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/photos/compolitica/



@compolitica



/user/compolitica



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



La sensación de inseguridad en Iberoamérica a través de los medios **14**



Entrevista a Ignacio Martín Granados **22**



Elecciones alemanas: el fin de una era **28**

04
A FONDO
Política y juego de tronos: Lecciones de los grandes estrategas de Poniente

Miguel Candelas.

14
A FONDO
La sensación de inseguridad en Iberoamérica a través de los medios

Alfredo A. Rodríguez Gómez.

22
ENTREVISTA
Ignacio Martín Granados

Eduardo G. Vega y Gabriela Ortega.

30
TENDENCIAS
Elecciones alemanas: el fin de una era

Franco Delle Donne.

32
TENDENCIAS
Portugal. Elecciones Autárquicas 2017

Pepe Martínez.

34
TENDENCIAS
Las Elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) en la Argentina

Facundo Gabriel Galván.

34
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
La foto

Eduardo G. Vega.

35
EL CAJÓN DEL CONSULTOR
Errores de comunicación política

David Redoli Morchón.

36
CALENDARIO ELECTORAL
Octubre - Noviembre 2017

Paola Cannata.

44
SOCIAL MEDIA COMPOL

Cuenta de Twitter recomendada, El Ranking, El tuit, El MEME y El Álbum de Instagram.

Daniel García.

48
RESEÑA DESTACADA
Sobre la tiranía: veinte lecciones que aprender del siglo XX

David Redoli Morchón.

50
RESEÑAS

Eduardo Castillo.

52
NOTICIAS ACOP

Call for papers ICA Praga 2018, ACOP y la SEP firman un convenio de colaboración, Los socios de ACOP se beneficiarán de un 10% de descuento en un curso sobre comunicación efectiva, Socios de ACOP reconocidos y premiados en diferentes categorías de los premios Napolitan Victory Awards...

55
VALORACIÓN
Tabla de popularidad Octubre 2017

Pedro Marfil.



POLÍTICA Y JUEGO DE TRONOS:

Lecciones de los grandes estrategas de Poniente



MIGUEL CANDELAS

@MikiCandelas
Politólogo

Siete reinos, un sólo Trono de Hierro. La saga de ficción “Juego de Tronos” nos muestra a través de muchas tramas, distintas formas de concebir el poder, y sobre todo, diferentes estrategias políticas para alcanzarlo, ejercerlo y conservarlo. Desde Platón a Rousseau, pasando por Sun Tzu, Maquiavelo, Hobbes, Marx, Weber o Foucault, la mayor parte del pensamiento político y estratégico está condensado en este magistral manual de ciencia política para todos los públicos.

En dicho universo ficticio, las principales casas de Poniente luchan sin cuartel por extender su influencia política a lo largo y ancho del continente. Los Stark, los Baratheon, los Lannister, los Greyjoy, los Tyrell, los Martell y los Targaryen, del mismo modo que los personajes no adscritos a ninguna casa como Petyr Baelish o Lord Varys (que tratan de buscar su propio e individual camino entre las bambalinas de la siniestra corte de Desembarco del Rey),

tienen diferentes formas de entender y vivir la política, así como dispares estrategias para sobrevivir en dicho despiadado mundo feudal, pero comparten todos ellos el interés por una misma realidad: el poder.

Así pues, en este artículo he tratado de seleccionar los ocho diálogos de la serie que a mi juicio, nos aportan los ocho mejores ejemplos y magistrales lecciones de teoría y práctica política. Un brevísimo pero didáctico curso para todos aquellos que deseen comprender el poder, conquistar el poder, conservar el poder o protegerse contra el poder. Diez situaciones acontecidas en un universo medieval fantástico, pero perfectamente aplicables a la actualidad política de nuestro contemporáneo mundo real, donde también curiosamente, parece que nos avicinamos hacia una nueva Edad Media, caótica y carente de seguridades. En definitiva, ocho discusiones, disertaciones y reflexiones sobre el poder llevadas a cabo por los mejores jugadores de Poniente de este despiadado juego: el juego de tronos, donde o ganas, o mueres. ▽



EL PODER MILITAR: EL FILO DE LA ESPADA

Aquí el cortesano Lord Baelish (apodado Meñique) trata de chantajear a la reina Cersei haciéndola ver que conoce el secreto de su relación incestuosa con su propio hermano Jaime, y que podría difundirla si no se aceptan sus peticiones, lo que le lleva a la conclusión de que la información es poder. Sin embargo, la despiadada reina le frena en seco con una auténtica lección de *realpolitik*, demostrándole que el auténtico poder descansa únicamente en la fuerza y en la violencia, en los ejércitos y en las armadas, y que podría destruirlo con solo chasquear los dedos. La visión de Cersei tal vez es excesivamente simplista al no tener en cuenta otros aspectos más sutiles e intangibles del poder (lo que a la postre le acarreará serios problemas), pero sí que es cierto, que el origen mismo del poder político se encuentra en la conquista militar, en el momento en el que los conquistadores deciden que en vez de matar a los prisioneros resulta más rentable esclavizarlos, y que desde entonces hasta nuestros días, quien tiene la espada tiene el poder.





EL PODER ECONÓMICO: EL MOTOR DE LA GUERRA

En esta escena, el presidente del Banco de Hierro muestra al rey Stannis y a su mano (primer ministro) Ser Davos como la economía y el mundo del dinero funcionan sobre parámetros amorales, para los cuales no existen relatos políticos ni discursos ideológicos, sino solamente cifras y números, y es en base a dichos números con los que se entroniza o derroca a un rey sin mayores problemas, solamente en función de si se cree posible o no recuperar la inversión y de qué candidato al trono ofrece mejores garantías. Como bien añadirá Tywin Lannister en otra escena, todos vivimos a la sombra de los bancos, a los que no puedes andarles con excusas, ya que si no les devuelves el dinero financiarán a tus enemigos. Y resulta completamente clarificador que Tywin Lannister, el hombre en teoría más poderoso de Poniente, tenga tanto miedo de unos banqueros sin ejércitos. En la escena propiamente propuesta, Stannis y Davos reciben la misma dura lección, viendo como sus legítimas aspiraciones al trono no tienen cabida para el banco, para el que todo se reduce solamente a una cuestión de posibilidad o no posibilidad de cuadratura de las finanzas. En la primera escena observábamos como el poder descansa sobre la violencia, pero igualmente descansa sobre el dinero, que es el que permite comprar dichas armas y tener así la llave de la victoria. Una lección más si cabe necesaria para la actualidad, en la que la pérdida de poder de los Estados en beneficio de actores transnacionales, el auge del neoliberalismo y la gobernanza global han convertido a los poderes financieros en los auténticos amos y señores del mundo. ▽

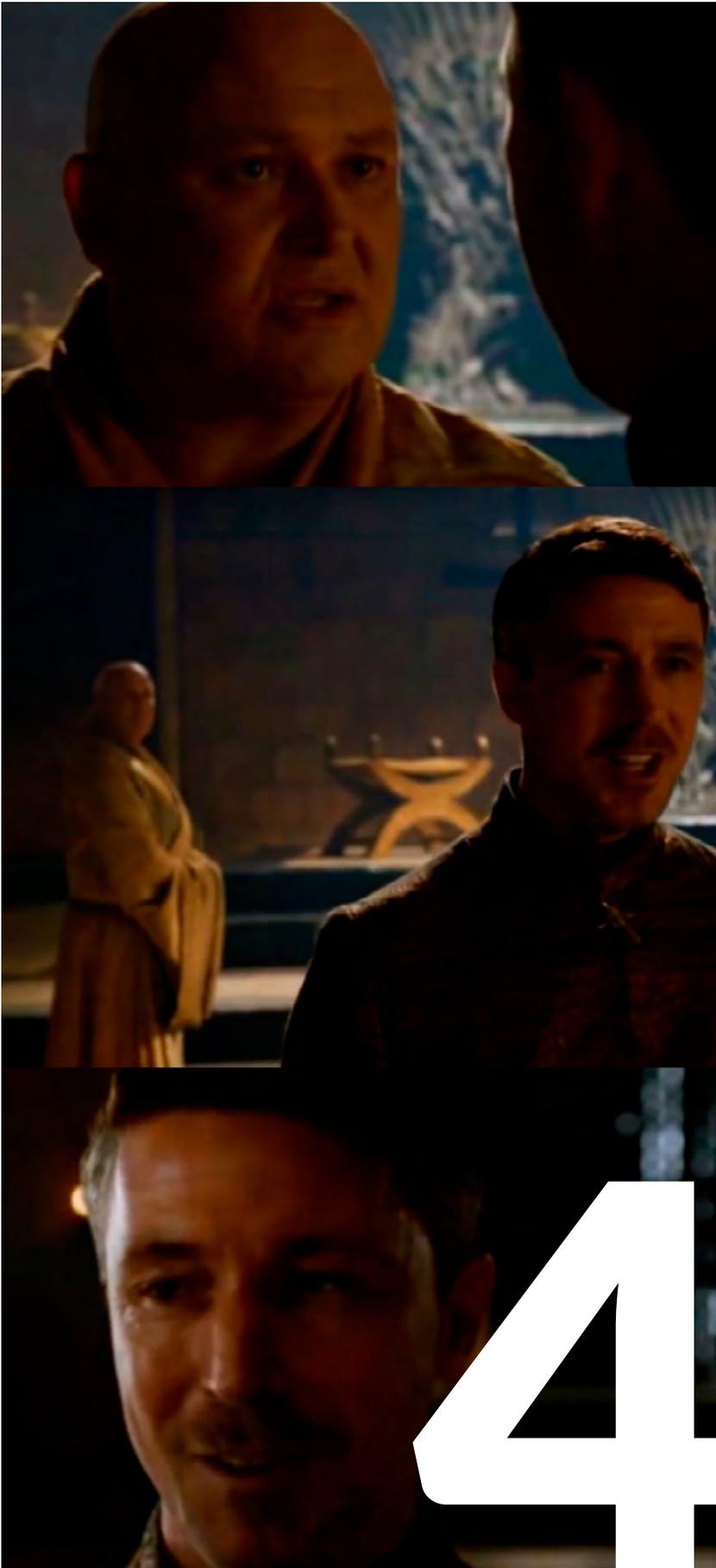




EL PODER IDEOLÓGICO: EL HECHIZO DE LA SOMBRA

Varys y Tyrion tienen una discusión filosófica sobre el origen del poder. Tyrion, con una visión claramente militarista, de “poder duro”, opina que el poder reside en la espada (al igual que Cersei en la primera escena). Varys, en cambio, a través de un curioso acertijo, le muestra un enfoque distinto, el del “poder blando”. El poder es en realidad una sombra, un hechizo, una construcción social que reside en la capacidad de persuadir, de seducir y de convencer, y por lo tanto, se trata de algo intangible e ideológico. Este poder blando genera el consentimiento, que es el complemento necesario de la coacción, ya que solamente con terror no se puede conservar el poder a largo plazo. Es la distinción que los romanos establecían entre “potestas” y “auctoritas”, y posteriormente el príncipe ideal renacentista de Maquiavelo, que tenía que ser a la vez “temido y amado”. Y obviamente, el instrumento principal para la persuasión política y para la creación de imaginarios colectivos es la propaganda. Dicho poder ideológico en primer lugar fue la religión, provocando el surgimiento de una poderosa casta sacerdotal. Con el paso de los siglos, las ideologías laicas fueron sustituyendo paulatinamente a las religiosas, pero a pesar de ello, aún en la actualidad quedan coletazos de pensamiento mágico como transferencias de sacralidad. En efecto, hoy esos antiguos sacerdotes han mutado en ideólogos y publicistas, pero siguen dominando nuestros corazones con las mismas técnicas de persuasión y seducción que antaño hicieron las religiones, y que en nuestra escena, permiten al rey, al sacerdote y al rico mandar sobre el mercenario, a pesar de que éste tiene la espada. En resumen, estas tres primeras escenas de la serie nos muestran cómo el poder político es un triángulo: militar, económico e ideológico.





EL MITO POLÍTICO: VALORACIONES SOBRE UNA MENTIRA

Varys y Baelish tienen una de las conversaciones filosóficas más interesantes de toda la serie, respecto a si la legitimidad del poder se reduce a una simple mitología política construida socialmente. Ambos están de acuerdo en que el relato es una farsa que coincidimos en contarnos hasta que creemos que es verdad, pero uno y otro difieren en cuanto a su utilidad. Varys es un estadista, un hobbesiano que piensa que el Estado, aunque esté construido y legitimado en base a una mentira, es necesario para garantizar el bienestar de la población, porque sino la anarquía se adueñaría del mundo, un caos que nos acabará engullendo a todos y donde solamente primará la ley del más fuerte, lo que perjudicará especialmente a los más desfavorecidos. Meñique, en cambio, es un ultraliberal sin moral que solamente cree en dicha ley del más fuerte, con cero empatía sobre el resto de las personas, a las que únicamente ve como meras piezas en un tablero de ajedrez, y el caos, lo observa como una oportunidad perfecta para que un hombre de orígenes humildes como él pueda ascender a través de la escalera social y lograrlo todo. Hoy en día, nuestra esfera pública continúa cargada de mitos políticos, tanto fundacionales como apocalípticos, que nos hacen emocionarnos y activar nuestras pasiones políticas al margen de la racionalidad. Los primeros nos ayudan a consentir el orden social establecido, mientras que los segundos, nos incitan a la movilización y al cambio, pero tanto unos como otros, no son más que relatos heroicos y épicos que, tal como dice Meñique, coincidimos en contarnos unos a otros hasta que la repetición los convierten en verdad.





LAS CUALIDADES DEL LÍDER: MORAL, JUSTICIA, FUERZA Y SABIDURÍA

En esta ocasión, Tywin Lannister, el patriarca de la familia más poderosa de Poniente, da una lección al futuro rey Tommen Baratheon sobre cómo convertirse en un buen gobernante. En esta interesante conversación, se plantean las cuatro cualidades que debe tener un buen líder político si quiere triunfar: moral, sentido de la justicia, fuerza, y sobre todo, sabiduría. Tywin Lannister ejemplifica tres casos de reyes que tuvieron un trágico final porque no fueron suficientes sus convicciones morales e ideológicas, ni las buenas intenciones ni el poderío militar para triunfar como buen gobernante, sino que se hace necesario siempre sumarlas a las de la sabiduría, entendida como el conocimiento sobre el reino, la estrategia política o la capacidad de delegar funciones en consejeros leales. Los ecos de los cuatro tipos ideales de liderazgo resuenan en esta escena (el romántico, el justo, el conquistador y el sabio), e igualmente, las degeneraciones de los tres primeros. El idealista puede convertirse en fanático, el justo en inocente y el fuerte en descerebrado. Finalmente, el cuarto tipo ideal, el sabio, se nos presenta sin mácula y en términos platónicos (el filósofo-rey), aunque faltaría su igualmente inevitable degeneración: el aislamiento en su torre de marfil.





PATRIOTAS Y TERRORISTAS: LA DIFERENCIA ENTRE GANAR O PERDER

Una vez más, el siniestro cortesano Baelish choca con la honorabilidad y las convicciones de Ned Stark. El trono por ley corresponde a Stannis Baratheon, hermano del difunto rey Robert, pero Meñique no lo ve apropiado, e invita a Ned Stark (la mano del rey y hombre fuerte del reino en ese momento) a tomar el poder, asegurando una alianza con los conspiradores que asesinaron al rey Robert y que planean sentar en el trono al bastardo Joffrey. Ned Stark se escandaliza afirmando que ello sería traición, a lo que Meñique responde que solo será así si fracasan. Y ahí está el momento culminante del diálogo, absolutamente extrapolable a nuestra realidad. ¿Cuál es la diferencia entre un patriota y un terrorista? Pues únicamente el ganar o el perder, es decir, la línea que los separa es muy delgada. El patriota es sencillamente el que vence y el que por lo tanto tiene los medios para escribir su propia epopeya, mientras el terrorista es el que pierde, y el que por ello, quedará como el malvado para los anales de la historia. Así, una traición puede convertirse en un acto de patriotismo una vez se conquiste el poder y se cree el nuevo relato. Una cruda lección de *realpolitik*, pero que resulta muy útil en estos tiempos de quiebra de los ideales racionalistas de la Ilustración, y en los que por desgracia, la llamada “posverdad” y el relativismo comienzan a campar a sus anchas. Igualmente, la escena nos muestra una interesante confrontación weberiana entre la ética de la convicción (que representa Ned Stark, honorable hasta sus últimas consecuencias) y la ética de la responsabilidad (que representa Meñique, aunque en su caso sería mejor hablar de la ética de la ambición).



PAN Y CIRCO: LA PROPAGANDA DE INHIBICIÓN

En esta escena, Lady Olenna, la astuta matriarca de la casa Tyrell, logra derrotar dialécticamente a todo un consumado estratega político como Tyrion respecto a la necesidad o no de gastar una cuantiosa cantidad de dinero en la celebración de la boda real de su nieta Margaery con el sobrino de Tyrion, el rey. Además, subyace un asunto esencial: el “panem et circenses” de la filosofía clásica. Para que el pueblo esté feliz y apaciguado hay que ofrecerle algo más que sustento, es decir, distracciones que le relajen e inhiban de posibles rebeliones. Es lo que en la actualidad conocemos como “propaganda de inhibición” o “propaganda escapista” (el “opio del pueblo” en lenguaje marxista), es decir, todos aquellos medios que el poder destina a ofrecernos distracciones que embrutezcan nuestros cerebros y nos hagan olvidar nuestro descontento hacia los gobernantes, con el objetivo de canalizar nuestras pasiones e inhibir nuestros posibles instintos revolucionarios. Olenna Tyrell, una de las grandes jugadoras del juego de tronos, comprende perfectamente esta realidad tras toda una vida dedicada a conservar el poder de los Tyrell en su bastión de Altojardín (una corte que no por nada ha sido tradicionalmente refugio y mecenas de artistas, bardos y trovadores del conjunto de los siete reinos), y así se lo hace saber al gnomo, dentro de esta discusión de índole en principio puramente económica, pero con una segunda lectura claramente política y estratégica. Este enfoque del pan y circo puede parecer arcaico y desfasado, pero en absoluto lo es. Hoy en día, el fútbol o los programas del corazón tienen para las élites exactamente la misma finalidad de propaganda escapista que las bodas reales para Olenna Tyrell. ▶



REALISMO E IDEALISMO: CONTRADICCIONES DE LA REVOLUCIÓN

Finalmente, la última escena es un precioso diálogo en el que observamos el choque frontal entre dos concepciones, la idealista de la reina Daenerys Targaryen y la realista de su nueva mano Tyrion Lannister. Tal vez por ello son dos personajes que se complementan tan bien, ya que uno y otro se necesitan, como las dos caras de una misma moneda: la lucha entre el romanticismo revolucionario y el pragmatismo maquiavélico. Surge así la controversia sobre la consolidación de la revolución, que bajo el punto de vista de Tyrion, obliga a pactar con los ricos y sumarles al proceso, ya que gobernar solo con el apoyo popular es construir sobre pilares muy endeblés. Para Daenerys en cambio, el pactar con los antiguos opresores supondría una traición a los ideales que desea exportar, y ella no está dispuesta a ser un rayo más de la rueda, desea romper la rueda. Esta rueda no es otra cosa que el ciclo de reproducción de las élites y su eterna lucha por el poder (leones contra zorros), un combate entre una élite decadente acomodada y una élite ascendente rebelde, la cual tomará el poder gracias a su propia juventud, pero que con el paso del tiempo se tornará igualmente despótica. Este pesimismo antropológico, que Tyrion representa, sostiene que dicha rueda seguirá girando eternamente. En cambio, el optimismo revolucionario, representado por Daenerys, piensa que sí que es perfectamente posible cambiar las relaciones de poder entre privilegiados y no privilegiados. Así, lo grandioso de esta escena es que nos muestra de una forma didáctica el eterno debate entre reformistas y revolucionarios, una insalvable contradicción que, desde el estallido de la revolución francesa hasta nuestros días, lleva a la izquierda política a enfrentarse en luchas fratricidas.

En resumen, Juego de Tonos es probablemente la serie de ficción que mejor represente las relaciones de mando y obediencia, las distintas formas de ejercer la dominación y la lucha por desequilibrar el balance de fuerzas, o en otras palabras: el juego de tronos es básicamente el juego de poder. El poder, esa capacidad para que otros hagan lo que uno quiere. El poder, ese proceso fundamental de la sociedad. El poder, ese juego infinito. 🐉





A FONDO

LA SENSACIÓN DE INSEGURIDAD EN IBEROAMÉRICA A TRAVÉS DE LOS MEDIOS



ALFREDO A. RODRÍGUEZ GÓMEZ
@protocolodigit
Director del Máster en Políticas Públicas de Seguridad y Defensa de la UCJC

El clima de inseguridad que se vive en Iberoamérica es creciente; tanto que, según el Latinobarómetro de 2016, la región, aún sin guerras, acusa violencia, corrupción y la desigualdad como los fenómenos más potentes que ponen en peligro la democracia.

Es momento de plantearse el papel que desempeñan los medios de comunicación en esta sensación de inseguridad y analizar si la información publicada contribuye a fomentar esa sensación en la región y en la percepción que el resto del mundo tiene sobre la violencia en esta zona.

OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los ciudadanos deciden qué información es más relevante en función de las noticias y de la opinión publicada; además, los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad, aunque apenas hay un consenso sobre la naturaleza y alcance de tales efectos, si bien la mayor o menor capacidad de influencia depende de cada momento.

La base de la opinión pública tiene más de cognitivo que de racional; es consecuencia de representaciones, esquemas mentales e imágenes que simbolizan la realidad, pero generalmente son una representación par-

cial. Está, por tanto, sujeta a interpretaciones en función de cómo se le presente el hecho comunicativo: la noticia, la información y la opinión.

Autores como Jo Groebel señalan que los medios de comunicación desempeñan un importante papel en el desarrollo de las orientaciones culturales, las visiones del mundo y las creencias, como también en la distribución global de los valores imágenes, con frecuencia estereotipadas.

Por su parte, la infopolución se ha hecho presente en nuestras vidas. En la era digital, la sociedad en general genera una enorme cantidad de información, que empezó procediendo de empresas de comunicación y del llamado periodismo de fuentes, pero que hoy viene de cualquier terminal telefónica o informática y de cualquier ciudadano, sin límite ni control.

La influencia de los medios en los ciudadanos se produce a medio o largo plazo y tiene un doble efecto: ideológico y de establecimiento de agenda. Por otra parte, la seguridad ciudadana se ha convertido en un problema de orden público que establece una agenda concreta en los medios. Los ciudadanos se han transformado en blanco de la inseguridad, por lo que el consumo de las noticias sobre este asunto ya no es morbo sino consulta cotidiana para estar informado sobre el acontecer en el mundo delictivo.

“ La seguridad ciudadana se ha convertido en un problema de orden público que establece una agenda concreta

Por tanto, la influencia de la opinión y la información publicadas en la sociedad es de tal importancia que convierte en real e inamovible lo que, en algunos casos, es meramente una opinión subjetiva del informante o del medio.

INSEGURIDAD Y MEDIOS EN IBEROAMÉRICA

Iberoamérica vive en una situación contradictoria. La mayoría de los países latinoamericanos tienen un crecimiento económico razonable y, sin embargo, también una buena parte de ellos se ve envuelta en un enorme clima de inseguridad. La falta de estabilidad que sufren genera un impor-



tante desequilibrio en el bienestar de los ciudadanos.

Según el Índice de Paz Global de 2015, durante 2014 el impacto económico total de violencia alcanzó una cifra de 14,3 billones de dólares, el 13,14 por ciento del PIB, lo que equivale a la suma de las economías de Canadá, Francia, Alemania, España y el Reino Unido y, tomándolo como referencia, la seguridad en Sudamérica y Centroamérica –el índice incluye en esta región a México– tiene niveles preocupantes. Por su parte, Centroamérica y Caribe salen mal parados en este índice en especial en lo que respecta a homicidios y crímenes violentos.



La violencia es un mal endémico y la información periodística sobre ella cumple la función de informar al ciudadano

Según estos datos y todos los que se leen en el informe, América Latina tiene un grave problema de inseguridad.

Pese a que la región no tiene conflictos armados con otros países, el problema de enfrentamientos entre grupos de delincuencia implica innegables desafíos a la seguridad. También en seguridad ciudadana; el Latinobarómetro de 2015 reflejaba que, para la opinión pública en general, el problema más importante es la delincuencia y la seguridad pública. También, la poca confianza en las instituciones policiales.

El Barómetro de las Américas 2014 de LAPOP corroboraba que la percepción de inseguridad en la región aumentaba progresivamente. Este estudio hacía un análisis de las encuestas desde 2004 a 2014 y concluía que hay una tendencia clara: los ciudadanos de la región están más preocupados ahora por el crimen y la violencia de lo que estaban una década atrás.





Esta percepción no se distribuye uniformemente en todos los países. Perú, Ecuador, Argentina y Venezuela son los destacados en general, con inquietudes dispares entre ellos: asaltos, robos, asesinatos, extorsiones, secuestros, etc. En asuntos puntuales destacan otros. Brasil lo hace en problemas con los robos, venta de drogas, extorsión y asesinato en sus comunidades. En El Salvador preocupa la extorsión, pero no el robo, y en Nicaragua es lo contrario: la preocupación es grave con el robo, pero ninguna con la extorsión.

Se puede decir que la percepción es persistente y a ella contribuyen también las experiencias personales en las proximidades de la vivienda, el trabajo, el transporte público o los centros de estudio. De nuevo, aproximadamente un tercio de la población tiene un nivel muy alto de preocupación sobre la seguridad pública personal o de los miembros de su familia en el transporte público o sobre la de los niños en la escuela.

Cabe destacar que el estudio del LAPOP corroboraba el análisis realizado sobre los datos del Latinobarómetro en relación con la falta de confianza de los ciudadanos en las instituciones y, sobre todo, en las fuerzas de seguridad; tampoco confían en la justicia y consideran que los delitos resultan impunes en la mayoría de los casos.

De estas referencias, los barómetros de percepciones que hemos analizado, se desprende que la población latinoamericana tiene una gran preocupación por la seguridad y en casi todos ellos se revela como la más importante.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN SOBRE VIOLENCIA EN LATINOAMÉRICA

La violencia es un mal endémico y la



información periodística sobre ella cumple la función de informar al ciudadano y, además, de vender prensa escrita, digital o audiovisual ya que el consumo de este tipo de noticias es elevado.

Silvia Heguey, en un panel sobre seguridad ciudadana y medios de comunicación, señalaba, ya en 2008, que a diario, en los medios, se ve cómo se tratan los secuestros, las violaciones y los asesinatos, cuyo abordaje contribuye a construir una sensación de apatía y parálisis, haciendo énfasis en un problema de intenso debate en el territorio de la comunicación: cómo los medios deben o tienen que trasladar la información a la sociedad; ¿deben informar de forma cruda o cocinar la información para que se pueda

digerir de una forma más suave?

En ese mismo panel, la periodista Susana Oviedo reconocía que en su medio nunca habían tenido un debate sobre esa pregunta. Es decir, que nunca habían analizado el modo de informar sobre seguridad e inseguridad ciudadana.

Tradicionalmente, las noticias sobre este asunto tienen una importante cobertura periodística; sin embargo, se ha constatado que los niveles de temor de los ciudadanos a ser víctima de un delito no siempre están en paralelo a la verdadera ocurrencia de crímenes y hechos delictivos violentos. Por este motivo, actores políticos y académicos han criticado intensamente a los medios de comunicación, que parecen un factor





▼
causante del aumento del temor y el miedo de los ciudadanos.

Numerosos autores consideran que los contenidos de violencia invadieron la programación televisiva en la región hasta el punto de convertirse en la principal temática de preocupación de los padres de familia y de las audiencias en general.

“**Violencia e inseguridad son causa y consecuencia. Esta es una realidad que se hace evidente aún más en América Latina**”

El Consejo Nacional de Televisión de Chile realiza cada tres años una encuesta nacional sobre este medio; se trata de una importante cartografía de las transformaciones de la industria televisiva, su consumo y socialización. La de 2014, última realizada, señala a la televisión abierta como una de las fuentes de violencia y sexo, anunciándolo como “contenido inadecuado”, e indica que el 17 por ciento de los encuestados opina que es un contenido inadecuado de excesiva violencia, en horarios impropios, que pueden generar más violencia.

En el recorrido de las encuestas entre 2005 y 2014 hay un detalle interesante: la violencia está presente en la mayoría de los programas, en casi todos los horarios y en prácticamente todos los géneros televisivos, incluidos los infantiles. Entre ellos, los noticieros o informativos, en los que la información sobre violencia ciudadana está presentada con imágenes y de forma continua.



En Argentina también se han realizado estudios sobre la presencia de violencia en los medios de difusión. El último conocido es de 2005, del extinto Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), bajo el título “Índice de violencia en la televisión argentina” y señalaba, entre otros datos, que la violencia televisiva en programas de ficción aumenta en las emisoras que concentran la audiencia mayoritaria del *prime time*, que se mostraba un acto violento cada 16 minutos 23 segundos, con niveles similares de violencia en programas de entretenimiento y en informativos.

Uno de los problemas es que la cobertura al delito ya no responde a la mórbida fascinación de la gente por un hecho curioso, excepcional y

distante de su realidad, sino al serio temor cotidiano a ser una víctima; temor que es mayor cuando se ha sido víctima de hechos delictivos o se vive en comunidades con gran índice de delincuencia; es el concepto de resonancia que señalaba Gerbner. El mensaje de los medios tiene una dosis doble para este tipo de espectadores, lo que aumenta el efecto del cultivo.

Los medios de comunicación de Latinoamérica trasladan a la sociedad problemas de inseguridad. Noticias como “Menor en Honduras: ¿último heredero de imperio de drogas en Latinoamérica?”, “Militarización y crimen: la peligrosa apuesta de Centroamérica”, “A pesar de los acuerdos en Colombia, surge una nueva



amenaza guerrillera”, de aparición diaria en los medios de la región, necesariamente impactan en la sociedad. Las exaltaciones del sentimiento de falta de seguridad por parte de los medios de comunicación crean determinadas representaciones sociales que se convierten en identificación de la inseguridad como un problema crítico, una identificación asociada directamente con la delincuencia convencional.



No se trata de responsabilizar a los medios de la existencia de una sensación de inseguridad entre los ciudadanos de la región; no al menos en exclusiva

CAUSA Y CONSECUENCIA

Violencia e inseguridad son causa y consecuencia. Esta es una realidad que se hace evidente aún más en América Latina. Y se hace más realidad en los medios de comunicación, que son agentes transmisores de la situación a la opinión pública.

En general, los ciudadanos deciden qué información es relevante en función de las noticias, y los medios de comunicación tienen el poder de establecer la agenda de lo importante en cada momento; por otra parte, la Teoría de la Aguja Hipodérmica muestra la enorme influencia de los medios de masas en la sociedad.

Las evidencias nos hacen considerar que, además de que la violencia es un fenómeno en auge en la región, la información que se da en los medios sirve de amplificador del clima de inseguridad ciudadana y promueve la sensación de vivir en un entorno inseguro, funcionando a modo de vaso comunicante de la situación en las distintas capas sociales, pero en especial, entre las más ▶



castigadas o proclives a serlo por la delincuencia violenta. Son los medios quienes dan a conocer el mundo a la sociedad y lo que ellos publican queda arraigado en la opinión pública.

No son los únicos que sirven a ese efecto, pero sí un instrumento importante en esa transmisión de información. En ese entorno, la suma de programas violentos y la difusión de noticias sobre violencia contribuyen a crear un clima de inseguridad, una percepción de vivir en un entorno proclive a la violencia.

Por otra parte, la sensación de inseguridad se adquiere o acentúa cuando se corrobora con hechos a nivel local focalizado; es decir, cuando el ciudadano comprueba que las noticias son ciertas porque, de alguna forma más o menos directa, se ha visto protagonizando o estando cerca del lugar de algún hecho violento.

Además, la influencia en esta percepción se convierte en un problema mundial porque el mundo no tiene límites y las noticias recorren el mundo; la información está al alcance de la mano, por lo que, la inseguridad en una parte del mundo se convierte en global en pocos instantes y contribuye a la generalización de la opinión de que Iberoamérica es una región violenta e insegura.

No se trata de responsabilizar a los medios de la existencia de una sensación de inseguridad entre los ciudadanos de la región; no al menos en exclusiva. Ellos abren las noticias con la “crónica roja”, y eso fomenta la sensación analizada, pero hay muchos otros agentes transmisores y, uno de ellos, es el “boca a oreja” de los propios ciudadanos. Unos y otros contribuyen a la sensación de inseguridad cuyo único responsable verdadero es el delincuente. ❏





ENTREVISTA

ENTREVISTA A IGNACIO MARTÍN GRANADOS

Exdirector de La revista de ACOP.

“Se debe seguir la línea de concebir la revista como una herramienta con la que contribuir a la consolidación de la profesionalización de nuestro sector”



EDUARDO G. VEGA

@eduardoglezvega



Z

@gabrielaortegaj

Director y subdirectora
de La revista de ACOP

Fotografías:
Diego de Miguel

Ignacio Martín Granados [@imgranados](#) es licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración, especialidad en “Análisis Político”, por la Universidad Complutense de Madrid, donde también realizó sus estudios de doctorado. Además, es especialista en Consultoría de Empresas por la UNED.

De 2007 a 2016 fue director del gabinete de alcaldía del ayuntamiento de Segovia y también ejerció como profesor asociado en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid durante seis cursos. Actualmente es consultor político y de asuntos públicos y colabora con la [Fundación Felipe González](#). También imparte docencia en diferentes másteres sobre comunicación política además de ser formador en otras universidades e instituciones públicas y privadas.

En 2017 fue seleccionado entre los cien profesionales políticos más influyentes del año por el consejo editorial de la revista “Washington COMPOL”, dentro de los *Napolitan Victory Awards 2017*. Asimismo, su blog “[Comunicación Política y Relaciones Públicas](#)” obtuvo en 2014 sendas Menciones de Honor al Mejor Blog de Marketing Político en las categorías de Impacto Informativo y Educativo en los *Victory Awards*.

Coautor de varios libros, colabora habitualmente con diferentes medios de comunicación sobre temas relacionados con la comunicación política y forma parte del Centro Internacional de Gobierno y Marketing Político (CIGMAP).

Martín Granados es miembro del Consejo Directivo de la Asociación de Comunicación Política (ACOP) desde 2014. Fue coordinador de su Comité de Asesores y Consultores (2013-2016) y en 2012 entró a formar parte del consejo editorial de “*El Molinillo*”, publicación de la que posteriormente sería subdirector y director, cambiando el nombre en 2016 a “*La revista de ACOP*”. Tras dos años y medio al frente de la revista y 26 números publicados, le cede el testigo a Eduardo G. Vega.

Sabemos que el trabajo en el consejo editorial de “La revista de ACOP” es altruista, pese a que tiene un arduo tiempo de dedicación. ¿Cuál fue la motivación principal para aceptar el cargo?

Ya conocía la publicación “desde dentro” puesto que entré a formar parte del Consejo Editorial en octubre de 2012 con Jordi Rodríguez Virgili de director y asumí la subdirección más tarde con Juan M.

Zafra, por lo que sabía a lo que me enfrentaba. Politólogo de formación, siempre me ha gustado la comunicación, y “ejercer” de esta forma el periodismo era un reto muy atractivo para mí. Además, ser director de esta publicación es un orgullo y poder aportar tu granito de arena al campo de la comunicación política a través de la misma, toda una satisfacción. La revista es el buque insignia de nuestra asociación y no podía rechazar semejante regalo. ▶



¿Cómo definirías tu experiencia durante tus dos años como director de “La revista de ACOP”?

Fantástica, a todos los niveles. En el ámbito profesional, he tenido ocasión de sacar adelante un proyecto tan bonito como es el de una publicación especializada en comunicación política, identificando temas, entrevistando y conociendo a muchos autores interesantes. En lo personal, trabajar con un equipo de personas extraordinario -los miembros del Consejo Editorial y maquetadores-, que compartían la misma pasión por la comunicación política y del que he aprendido mucho.



En los últimos años la revista ha sido testigo de los temas de moda o interés de la sociedad y los profesionales de la compol

Desde la perspectiva de la dirección de una publicación periódica tan especializada, ¿cuáles han sido los mayores retos?

Cuando me hice cargo de la revista ya habíamos sido reconocidos con un *Victory Award* a la publicación política del año, por lo que el listón estaba muy alto y había que seguir manteniendo y mejorando su calidad. Por un lado, quería introducir cambios, pero, por otra parte, si la revista funcionaba, tampoco se trataba de cambiar aquello que marchaba bien, por lo que fuimos introduciéndolos poco a poco. Primero, adelantamos la fecha de publicación a principios de mes, en lugar de finales, como se había hecho desde que la revista empezó como un simple boletín. Y luego introducimos nuevas secciones como el “Calendario electoral”, “La foto”, los “Errores de comunicación política” o “Social Media Compol”, así como en el especial de diciembre, aprovechando el cambio de nombre y rediseño de la revista. Además, a lo largo de este tiempo también hemos publicado números temáticos sobre [política y mujer](#), [cine y series políticas](#), el congreso de [ACOPBilbao 2016](#) y el especial sobre los [cien números](#) alcanzados entre las dos revistas.

Esto en cuanto a cambios de formato, pero otro de los retos era tratar de dar ▶



▾
cabida en la nómina de autores a nuevos talentos, intentando que en la revista hubiera equilibrio y escribieran tanto hombres como mujeres, académicos y consultores y jóvenes profesionales con otros ya consagrados. Por último, hemos intentado abrirnos un poquito más en los temas a América Latina y Estados Unidos, hablando de aspectos de la comunicación política de todo el mundo.

“ Otro de los retos era tratar de dar cabida en la nómina de autores a nuevos talentos, intentando que en la revista hubiera equilibrio y escribieran tanto hombres como mujeres, académicos y consultores y jóvenes profesionales con otros ya consagrados



Has participado en el Consejo Editorial de la revista durante varios años, y dos como director, ¿consideras que ha habido evolución en los temas sobre los que ha escrito?, ¿en qué temas?, ¿te ha sorprendido alguna novedad, moda o tendencia en el sector?, y ¿por qué?

Evidentemente cada director y Consejo Editorial imprime su sello propio, su estilo, aunque sólo sea en la selección de temas, pero es que en estos años los *issues* han cambiado mucho. Si hablamos de comunicación política, siempre va a haber unos asuntos básicos (campañas, debates electorales, líderes, discursos, comunicación no verbal...), pero en los últimos años la revista ha sido testigo de los temas de moda o interés de la sociedad y los profesionales de la compol: populismos, *big data*, infoentretenimiento, coaching político, gamificación, política transmedia, posverdad...

Como director, he tratado de dar cabida, ya sea en los artículos “A fondo” o en los “Breves” (después denominados “Ten- ▶





▼
dencias”), al mayor número de temas de interés posible, tratar de sorprender al lector. Por otra parte, también nos hemos abierto más a la comunicación y asuntos públicos, como aspecto tangencial a la comunicación política.

“ Una buena selección de autores y temas es fundamental para alcanzar el éxito

Quizás me ha sorprendido el interés que despierta la neurociencia aplicada a la política, temas como la psicología política y todo lo relativo a lo emocional. Así como lo atractivas que siguen resultando las redes sociales, pese a que ya no suponen una novedad, y el uso de la tecnología en la comunicación política.

La revista de ACOP ha vivido un cambio en toda su historia y has sido protagonista y artífice de muchas de las mejoras ¿cuáles crees que podrían ser los próximos pasos?

Eso corresponde decidirlo al nuevo equipo editorial y su director, (ríe). Soy partidario de las renovaciones, dar el relevo a otros socios que mantengan la revista en la excelencia, puesto que gente nueva, con ideas diferentes, con ilusiones y fuerzas renovadas, insuflarán aire fresco -sin perder su identidad- a una publicación con unos lectores muy exigentes que demandan contenidos de calidad.

Más allá de abordar los temas de interés del momento, personalmente, considero que se debe seguir la línea de concebir la revista como una herramienta con la que contribuir a la consolidación de la profesionalización de nuestro sector, con rigor y profundidad, eliminando estereotipos fáciles e interesados sobre la comunicación política.



“La revista de ACOP” es una publicación premiada y reconocida. ¿Cuál es la clave del éxito?

En mi opinión, las claves del éxito de esta revista son tres. En primer lugar, tener una identidad muy definida. Desde su inicio se mantienen las principales secciones (A fondos, artículos breves, una entrevista y tabla de valoración de líderes) que después hemos ido aumentando y mejorando, pero el lector sabe desde el principio lo que se va a encontrar en sus páginas. En segundo lugar, su regularidad e innovación: a principios de mes, todos los meses salvo agosto (¡durante más de 100 meses!), puedes contar con interesantes textos de comunicación política, aspecto que no es baladí en una publicación gratuita y tan específica como la nuestra. Y a lo largo de sus casi diez años de existencia ha ido innovando constantemente, evolucionando las secciones, am-

pliando los temas donde poner el foco y aumentando sus páginas. Sin duda alguna, repasar sus páginas es revisar la evolución de la comunicación política en la última década. Por último, contar con los mejores autores -procedentes tanto de la academia, como de la consultoría y el ámbito institucional- que son los que aportan valor y excelencia a la revista. Una buena selección de autores y temas es fundamental para alcanzar el éxito.

Todo ello contribuye a que sea un producto muy especial, referencia de la comunicación política en español y que así ha sido reconocido con los *Victory Awards* 2014, 2015, 2016 y 2017 a la publicación política del año. Y aunque los premios llegan ahora, es de justicia reconocer la labor de todas las personas que han trabajado en ella desde sus inicios, así como de los diferentes consejos directivos que la han apoyado. ▶





Algo más personal, ¿cuáles son tus libros favoritos?

En el [número 100](#) de “La revista de ACOP” publicamos una selección de diez libros imprescindibles de comunicación política que invito a los lectores de esta entrevista a redescubrir y leer. Ahí se encuentran muchos de mis favoritos.

Como curiosidad, ahora mismo estoy leyendo “*Superpronosticadores. El arte y la ciencia de la predicción*”, de Philip E. Tetlock y Dan Gardner. Es un libro muy interesante sobre los errores de los “pronosticadores expertos” que arroja luz sobre cómo predecir bien el futuro, algo que tiene que ver más con un modo de pensar, tener una mente abierta, cuidadosa, curiosa y autocrítica, que realiza una predicción inicial y luego meticulosamente la ajusta en función de cada nueva evidencia o información relacionada con el tema.

“ Es de justicia reconocer la labor de todas las personas que han trabajado en ella (La revista de ACOP), desde sus inicios, así como de los diferentes consejos directivos que la han apoyado

Sabemos que te apasionan las series y las películas políticas, has sido coautor del libro “Política en Serie” que ha recibido el Victory Award a mejor libro político de

2016. ¿Nos puedes comentar cuál es tu visión sobre este tema?

Como aficionado al cine y profesional de la comunicación política, me gusta disfrutar de ambos placeres unidos. Estamos viviendo una segunda edad de oro de las series, con la suerte -para los *frikis* de la compol entre los que me incluyo- de que los temas políticos ahora protagonizan las tramas cinéfilas. Mis series favoritas son *The West Wing*, *Borgen* y *Yes, Minister* y echo de menos alguna gran producción española sobre el tema.

Creo que la ficción, y es una de las tesis que defiende el libro que mencionas, no sólo inspira al poder, sino que realidad y ficción se retroalimentan. Además, gracias a las series podemos aprender mucho sobre política y todo lo que la rodea. Igual que CSI puso de moda las carreras científicas y Criminología ascendió entre las solicitudes universitarias, me gustaría que las series pusieran el foco sobre la importancia de tener buenos líderes e implementar una política eficaz y ética para tener mejores políticos en el futuro. El problema es que eso, en el mundo del entretenimiento, no vende.

Dejas el Consejo Editorial y la dirección de La revista de ACOP, ¿cuáles son tus próximos proyectos?, ¿dónde te veremos?

Mi decisión de abandonar la dirección de la revista y su Consejo Editorial no se trata tanto de tener ya un proyecto definido y cambiar una cosa por otra, sino más bien la necesidad de disponer de tiempo para poder dedicarme a nuevas tareas y, también, dar paso a otras personas que sigan mejorando la revista. Son cinco años los que llevaba vinculado a la revista y necesitaba darme un respiro. En cualquier caso, espe-

ro poder daros pronto noticias sobre alguna propuesta interesante.

¿Qué te gustaría decirles a los lectores de “La revista de ACOP” para finalizar la entrevista?

Quisiera darles las gracias por su confianza, apoyo e interés mes a mes. Es verdad que un libro o una revista no es nada sin sus lectores, por lo que aprovecho este altavoz para seguir invitándoles a que envíen sus propuestas de artículos y difundan la publicación entre sus amistades y compañeros, porque seguro que se lo agradecerán después. Particularmente, espero que, como lectores, hayan disfrutado tanto de la revista como yo al frente de la misma durante esta etapa.

“ Estamos viviendo una segunda edad de oro de las series, con la suerte -para los *frikis* de la compol entre los que me incluyo- de que los temas políticos ahora protagonizan las tramas cinéfilas

Sabes que tienes abiertas las puertas de “tu casa” siempre que quieras, ¿verdad?

Muchas gracias, ha sido un verdadero placer. Espero seguir colaborando ocasionalmente. De momento, cuento con escribir en el número especial de diciembre el artículo sobre las películas políticas del año, como en el último lustro. ✎





TENDENCIAS

ELECCIONES ALEMANAS: EL FIN DE UNA ERA



FRANCO DELLE
DONNE

@fdelledonne
Consultor en
comunicación. Autor del
libro #FactorAfD

El resultado de las elecciones alemanas puede leerse como un verdadero castigo a la gran coalición entre conservadores de la CDU y socialdemócratas del SPD. El 32,9% del partido de Angela Merkel y el 20,5% de la fuerza de Martin Schulz se ubican entre los peores de sus respectivas historias. Juntos apenas superan el 50% y con ello dejan de manifiesto que la confianza en los partidos mayoritarios se ha erosionado a niveles extraordinarios. A esto se le suma el ingreso triunfante de los ultraderechistas (AfD) al Bundestag que lograron el tercer lugar. La primera vez en más de medio siglo. Ambos elementos dan cuenta de que algo está fallando en Alemania.

MAYORITARIOS SIN PERFIL

Una de las causas del mal resultado de la CDU y del SPD tiene mucho que ver con un proceso de eliminación de perfiles que ambos han sufrido a partir de la llegada de Angela Merkel al poder. En otras palabras, la utilización de la gran coalición como una solución política frecuente para formar gobierno ha impedido que existan proyectos diferenciados en Alemania. Al menos en la percepción del ciudadano medio, socialdemócratas y conservadores representan y articulan demandas similares.

Esto fue acompañado por una oposición casi testimonial conformada por verdes e izquierdistas de die Linke que apenas reunían cerca del 20% de las bancas. La gran coalición se hizo fuerte y gobernó durante ocho de los doce años que Merkel lleva en

el poder. En dicho período los socialdemócratas instauraron políticas que gozaban un amplio consenso social (salario mínimo, jubilación a lo 63, matrimonio igualitario), especialmente en el espectro político de izquierdas. Merkel también se benefició de ello al ser parte del mismo gobierno. Sin embargo, esta política de absorción de réditos políticos del socio de coalición se convirtió en un arma de doble filo.

LA CONSOLIDACIÓN DE LA NUEVA ULTRADERECHA

Esta situación fue el caldo de cultivo que le dio la posibilidad a los ultraderechistas de legitimar su discurso. AfD aplica un frame la define como la única alternativa al "cartel de partidos políticos que no se ocupan de los problemas de la gente"¹. Se trata del discurso de la antipolítica que ubica a los partidos políticos como enemigos del pueblo y con ellos a los medios de comunicación, la Unión Europea, los refugiados, el Islam y todo lo que pueda ser identificado como "el otro". En esta multitud de conceptos, que parecieran demasiado distintos como para estar en la misma lista, existe un denominador común: el descontento social.

AfD es básicamente una fuerza política que se ha vuelto experta en capitalizar el descontento. Un descontento que tiene diferentes causas y que termina determinando la transversalidad del fenómeno ultraderechista alemán. No se trata de una expresión exclusiva de la extrema derecha, sino que además de ella, incorpora a conservadores descontentos con la CDU y vulnerables de estratos sociales bajos que ven en AfD un partido para expresar su desasosiego.

DESAFIOS PARA EL FIN DE LA ERA MERKEL

Alemania está frente a un desafío histórico que coincide con el fin de un período histórico: la era Merkel. La canciller deberá formar un nuevo gobierno, ya que los socialdemócratas prefieren la oposición. Esa tarea implica sentarse en la mesa con liberales y verdes para formar un tripartito. De fracasar habría que llamar nuevamente a elecciones ya que nada indica que Merkel tenga intenciones de formar un gobierno en minoría.

Mientras tanto la canciller como el resto de los partidos tendrán la posibilidad de revisar su trabajo y tratar de descubrir cuáles fueron sus errores. Aquellos errores que dieron lugar a una opción de ultraderecha que llegó a casi 6 millones de votos.

¹Cita de la líder de AfD Beatrix von Storch en Factor AfD (2017).





PORTUGAL. ELECCIONES AUTÁRQUICAS 2017



PEPE MARTÍNEZ

@PepeMar88

Consultor en
comunicación política,
discurso y oratoria

Después de tener la oportunidad de trabajar durante los últimos meses en la campaña municipal portuguesa, recién concluida el pasado 1 de octubre; me gustaría compartir algunas notas breves sobre las particularidades que he percibido en estas elecciones.

Lo primero que llamó mi atención fue la **complejidad de la administración local portuguesa**. El propio día D, los ciudadanos votan hasta tres instituciones diferentes. Por un lado la *Câmara Municipal* donde se elige al *Presidente da Camara* y a los *Vereadores* (alcalde y concejales). Por otro lado la *Assamblea Municipal*, el cuerpo legislativo local donde se elige a su presidente y a sus miembros. Y por último las *Xuntas de Freiguesia*, donde de una misma lista partidaria se elige su ejecutivo y legislativo.

Este último órgano es el más interesante desde el punto de vista externo, pues no existen análogos en los países vecinos. La *Xunta de Freiguesia* es una entidad de gobierno submunicipal, heredera de las parroquias cristianas (de ahí el concepto de *fregueses -feligreses-*) y de relación directa con el ciudadano.

Esta complejidad administrativa hace que una campaña cualquiera en una ciudad pe-

queña, puedan juntarse hasta 300 candidatos de un mismo partido.

Otro elemento destacable es la **tecnocratización de la campaña municipal**. Aunque es una característica cada vez más presente en Europa, me ha sorprendido la casi total ausencia de elementos ideológicos partidistas en las proclamas de los diferentes partidos, especialmente entre los que alcanzan mayor representación; el Partido Socialista (centro-izquierda) y el Partido Social Demócrata (centro-derecha).

Es cierto que las competencias de los municipios evitan muchas veces la batalla ideológica y la contienda electoral se ciñe a las características personales del candidato y a sus propuestas concretas para el ayuntamiento. Pero no es raro escuchar discursos ideológicos de boca de candidatos municipales en España, con claras referencias al plano nacional y autonómico, o simplemente marcas ideológicas partidarias. En mi experiencia, estos elementos tienen poca cabida en las elecciones locales en Portugal.

Por último, un elemento común con otros lugares, la **necesidad de profesionalización de las campañas y la dificultad de acceso sin socios locales**. El ámbito municipal es tradicionalmente un campo poco profesionalizado, debido a los bajos presupuestos y las inercias de décadas. Esto hace que sea ideal para el trabajo de consultoría pues los clientes son en general muy permeables a las propuestas técnicas y muy agradecidos con los resultados.

Como en muchos lugares, la dificultad reside en el acceso. Sin contar con socios locales con vínculos en los partidos o con los candidatos, es complicado para un consultor extranjero acceder a determinados círculos de confianza y conseguir las inversiones que una campaña profesional requiere.

En conclusión, el mercado municipal de los países lusófonos, se presenta como una oportunidad muy interesante para aquellos consultores españoles que, con un esfuerzo en la búsqueda de socios regionales, deseen lanzarse a esta aventura. ✘





LAS ELECCIONES PRIMARIAS ABIERTAS SIMULTÁNEAS Y OBLIGATORIAS (PASO) EN LA ARGENTINA



FACUNDO GABRIEL GALVÁN

@fggalvan

Político. Docente e Investigador en Ciencia Política (Universidad de Buenos Aires, Universidad del Salvador y Universidad Católica Argentina).

Al analizar los mecanismos de nominación de candidaturas de cargos nacionales en la Argentina, desde la transición democrática de 1983 a la actualidad, es posible observar un verdadero laboratorio de ensayos de los métodos para conformar listas partidarias.

En 1985, con la Ley 23.298 (de partidos políticos), se otorgó gran autonomía a las agrupaciones políticas a fin de que ellas decidan sus métodos de nominación para la conformación de listas de candidaturas. Las disputas por lugares entre las diversas facciones de cada partido podían dirimirse por acuerdos cerrados dentro de los órganos partidarios (asambleas o mesas redondas que negociaban a puertas cerradas quiénes quedarían en la lista), o con la celebración de comicios internos, donde se presentaba también un amplio rango de opciones: desde permitir el voto sólo a afiliados con antigüedad, hasta habilitar a cualquier elector del padrón nacional independiente.

Dicho modelo, que otorgaba amplia autonomía a los partidos políticos a la hora de definir sus mecanismos de armado de listas, no fue ajeno a la crisis argentina del 2001. Luego de una renuncia presidencial, del surgimiento de profundo sentimiento anti-político en la mayoría de la población, de niveles históricos de abstencionismo y de un gran “voto negativo” en los comicios legislativos nacionales de ese año, se im-

pulsó una profunda reforma política a nivel nacional.

Tras ese aluvión reformista, en 2002 se sancionó la Ley 25.611 y nacieron las IASO (Internas, abiertas, simultáneas y obligatorias). Todos los partidos debían obligatoriamente elegir a sus candidatos a cargos nacionales en un mismo día y, además, debían hacerlo con un padrón que permita votar afiliados o a electores independientes. Ni los partidos ni la ciudadanía terminaron de comprender dicho mecanismo. Suspendidas en 2003, aplicadas parcialmente en 2005 y derogadas en 2006, las IASO evidencian que las leyes electorales en Argentina precisan un consenso profundo de todos los actores, más allá de su aprobación parlamentaria.

Entre 2006 y 2009 Argentina retornó a la ley 23.298, nuevamente cada partido definía su metodología de nominación. Pero luego de las legislativas de 2009, recobró impulso la idea de obligar a los partidos a realizar internas y generar incentivos para que las facciones permanezcan en sus partidos en lugar de conformar listas disidentes.

Así surge la ley 26.571, que origina las PASO (Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias) y que además de la unificación de los comicios de todas las agrupaciones en un día, estableció un piso de 1,5% de votos válidos a superar para acceder a las generales. Pese a ser sancionada para las presidenciales de 2011, no fueron utilizadas por el oficialismo que, como elecciones anteriores, tuvo candidatos que compitieron por afuera contra el PJ oficial de Cristina Fernández de Kirchner (Eduardo Duhalde y Alberto Rodríguez Saá).

Sin embargo, en 2015 las PASO fueron utilizadas como herramienta de coordinación electoral, por el frente electoral opositor “Cambiamos”, que nucleaba tres precandidaturas presidenciales correspondientes al PRO (con Mauricio Macri), a la UCR (con Ernesto Sanz) y al ARI (con Elisa Carrió) y en el Partido Obrero sirvieron a una renovación de su cúpula. En 2017 las PASO entraron nuevamente en discusión ya que fueron poco utilizadas por los partidos más competitivos de los grandes distritos, habrá que esperar si la política las mantiene para 2019 o no. ■



EL CAJÓN DEL
CONSULTOR



LA FOTO



EDUARDO G. VEGA
@eduardoglezvega

Tristeza. Ese es el sentimiento que nos invade cuando observamos que se interrumpe una sesión parlamentaria con una pelea entre sus miembros, como ha sucedido en Uganda, el pasado mes de septiembre. Y desgraciadamente, ocurre en más ocasiones de lo que pensamos, ya que no se trata de la primera trifulca del año en un Parlamento Nacional.

La pelea, de carácter violenta como se puede apreciar en el video publicado por [CNN Chile](#), llegó a convertir la Asamblea Nacional de Uganda en un desagradable escenario en el que los puñetazos, las patadas y los empujones no parecían suficiente, y se acabaron utilizando sillas, palos y todo tipo de objetos como armas contra los rivales políticos.

La discusión se convirtió en pelea por el tema a debatir, una posible prolongación en el mandato del presidente del país, Yoweri Museveni, quien lleva más de una década en el poder. El conflicto surge porque los afines al Gobierno pretendían aprobar una modificación de la legislación que permita retirar el límite de edad para ocupar la presidencia (está entre 35 y 75 años), lo que permitiría a Museveni (73 años) presentarse nuevamente a las elecciones previstas para el año 2021.

La pelea pasó del Parlamento a las calles, con disturbios y detenciones, desembocando en la decisión de prohibir las retransmisiones televisivas del parlamento, por “discriminar, crear odios y promover la cultura de violencia”, según la Comisión de Comunicaciones del país.

El balance de la violencia siempre será negativo. Para reforzar una verdadera democracia hay que poner en valor la responsabilidad de la política y esto incluye la obligación de tener comportamientos ejemplares. ✎



ERRORES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

AFIRMA CON ROTUNDIDAD SOLO CUANDO ESTÉS MUY SEGURO




DAVID REDOLI
MORCHÓN

El pasado mes de junio de 2016 el vicepresidente de la Generalitat de Catalunya, Oriol Junqueras, sufrió en sus propias carnes lo que significa no llevar bien cimentadas las afirmaciones políticas. Durante un debate televisado, el ex ministro socialista y ex presidente del Parlamento europeo, **Josep Borrell, desmontó uno a uno, y a golpe de fuentes exactas y de datos oficiales**, en vivo y en directo, casi todas las aseveraciones de Junqueras.

«Usted dijo que no había discusión, que Cataluña tiene garantizada la pertenencia autonómica en la UE», expuso Borrell, «yo me limito a explicar aquí que la posición oficial de la Comisión, que como usted sabe es intérprete de los Tratados, es la que tiene la misión constitucional de interpretar los datos y fija las posiciones comunitarias». Esta interpretación reza así: «Si una región de un Estado miembro se convierte en un Estado independiente, **los Tratados se dejarán de aplicar automáticamente en ese nuevo estado**», que pasaría a convertirse en «un tercer Estado». A lo que Junqueras se limitó a contestar que argumentos hay muchos, sin dar más explicaciones (tras asegurar *urbi et urbe* que una Cataluña independizada de España seguiría dentro de la Unión Europea).

Junqueras también sostuvo que **España «roba» a Cataluña 16.000 millones de euros al año**. Un dato que Borrell tumbó citando la contabilidad del departamento económico que el propio Oriol dirige actualmente. «En el informe que hizo el año pasado el señor Mas Colell se recoge que los catalanes no pagan 32 millones, sino 78.500, y que reciben todas las administraciones 76.000, por lo tanto **la diferencia es de 2.400, no de 16.000**», explicó Borrell (demostrando que las afirmaciones de Junqueras no se ajustan a la realidad empírica y verificable).

La lista de evidencias que Borrell le desmontó a Junqueras es demasiado larga como para resumirla aquí.

En definitiva: si uno es político y va a salir a la palestra pública con datos, con cifras y con presuntos hechos, más vale que sean ciertos o que tenga muy buenos argumentos para defenderlos. Si no lo hace así, estará entrando en lo que ya se conoce como la posverdad (es decir, en las patrañas y la paparruchas de toda la vida).

Aquí, algunos de los mejores fragmentos del debate entre Josep Borrell y Oriol Junqueras (en catalán): <https://www.youtube.com/watch?v=XHNSzdEen3w> 



CALENDARIO
ELECTORAL



PAOLA CANNATA
@paolacannata

CALENDARIO ELECTORAL OCTUBRE - NOVIEMBRE 2017

OCTUBRE



LIBERIA

Elecciones generales

10 DE OCTUBRE DE 2017

Liberia es una república con régimen presidencial. El país, aún con una democracia joven se enfrenta a sus cuartas elecciones generales y las primeras con transmisión de poder desde que acabó la guerra ya que su actual presidenta Ellen Johnson Sirleaf no puede presentarse a unas terceras elecciones.

En las primeras elecciones democráticas de 2005, Sirleaf fue elegida presidenta en segunda vuelta frente al exfutbolista George Weah, lo que le convirtió en la primera mujer en dirigir un país africano. Sirleaf y su partido volvieron a ganar las elecciones en noviembre de 2011. Con la ausencia de Sirleaf, por el Partido de la Unidad se presenta Joseph Boakai; en la oposición, George Weah, del Congreso por el Cambio Democrático; Prince Johnson, de la Unión Nacional por el Progreso Democrático y Benoni Urey del Partido Todos los Liberianos. 🇱🇵





AUSTRIA

Elecciones legislativas

15 DE OCTUBRE DE 2017

La unión entre socialdemócratas y conservadores, que llevan en el gobierno 10 años, ha finalizado con la dimisión del vicecanciller conservador, Reinhold Mitterlehner (ÖVP) en mayo de este año. Esta situación provocó que los seis partidos parlamentarios acordaron adelantar las elecciones, previstas para octubre de 2018. El conservador Sebastian Kurz, del Partido Popular, parte como gran favorito. Si se cumplen los pronósticos y se hace con la victoria sacaría del gobierno al Partido Socialdemócrata de Christian Kern.

El ultraderechista FPÖ tendría la llave del gobierno, ya que de ellos dependería que Kurz formara gobierno. Esta coalición ya ocurrió en Austria entre los años 2000 y 2007.

Los Verdes también se presentarán a las elecciones. 🇺🇦





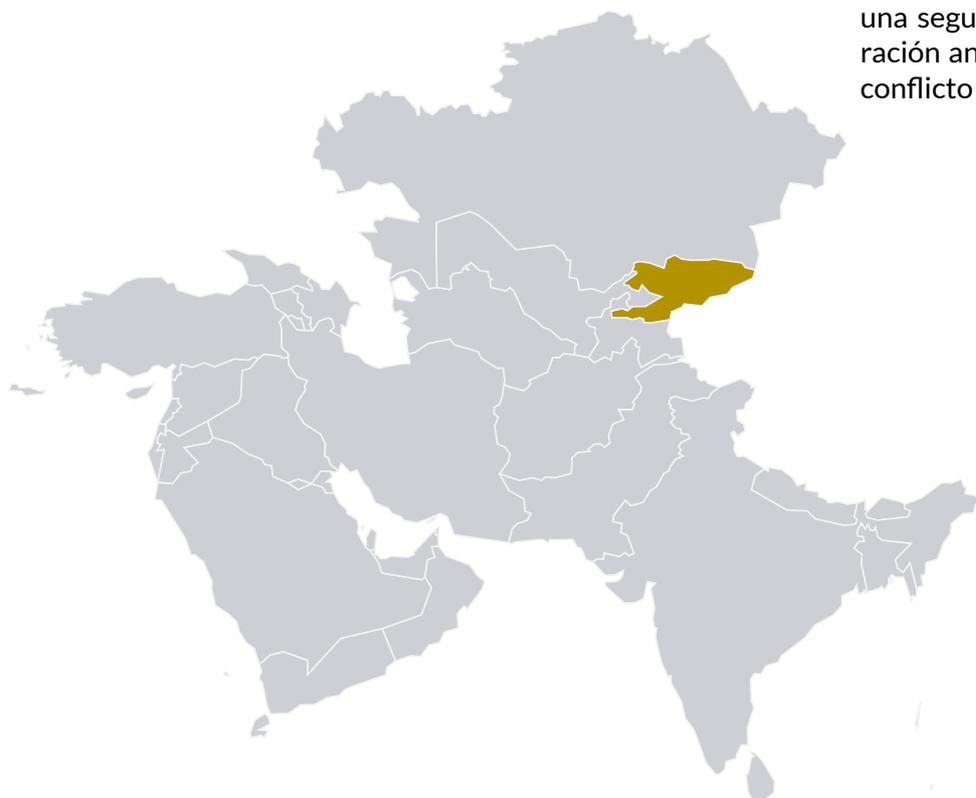
KYRGYZSTAN

Elecciones presidenciales

15 DE OCTUBRE DE 2017

El actual presidente Almazbek Atambayev, del partido Socialdemócrata, no puede presentarse a la reelección, ya que la constitución del país se lo impide. Los candidatos que posiblemente se presenten a los comicios serán Temir Sariiev, de Ak Shumkar; Omurbek Babanov, del conservador Respublika; el actual primer ministro Sooronbai Jeenbekov, del Partido Socialdemócrata; Bakyt Torobaev, del centroderechista Desarrollo y Progreso; Omurbek Tekebaev, del Partido Socialista y Sadyr Japarov del partido conservador.

Anteriormente las elecciones deberían haber tenido lugar el tercer domingo de noviembre (19), pero el actual presidente Almazbek Atambayev termina su mandato el 1 de diciembre y los legisladores de oposición en el consejo supremo exigieron que la fecha se retroceda. Se plantea de este modo para que haya espacio a una segunda vuelta y la ceremonia de inauguración antes del 1 de diciembre, para evitar un conflicto de leyes. ✘





CHEQUIA

Elecciones legislativas

20 Y 21 DE OCTUBRE DE 2017

El Presidente de la República Checa ejerce las funciones de Jefe de Estado. La mayor parte de sus funciones políticas son de carácter ceremonial. En la práctica, su poder más influyente es la capacidad de veto que le permite devolver proyectos de ley al parlamento, pero el veto puede ser dejado sin efecto por el poder legislativo.

Los checos deberán elegir los próximos días 20 y 21 de octubre a los 200 nuevos diputados que conforman el parlamento y a su primer ministro.

Las elecciones presidenciales deben celebrarse antes del fin del mandato presidencial, que en el caso del presidente Miloš Zeman concluye en marzo de 2018.

El presidente del partido socialdemócrata (ČSSD), Bohuslav Sobotka, es el actual primer ministro en coalición con el partido liberal ANO, del vicepresidente y ministro de Hacienda, Andrej Babiš (multimillonario checo, comparado a menudo con Berlusconi y Trump), y el partido cristiano-demócrata Kdu-Čsl, del vicepresidente Pavel Bělobrádek. Además de estos tres partidos se presentarán el comunista KSM, el centroderechista top 09, el conservador ODS y el ultraderechista SPD. 





CHILE

Elecciones presidenciales y legislativas

19 NOVIEMBRE DE 2017

Este 19 de noviembre se elige en primera vuelta a los cargos de diputados, senadores y consejeros regionales de la República de Chile para el periodo comprendido entre 2018 y 2022. En caso de ser necesaria una segunda vuelta se realizará el domingo 17 de diciembre de 2017.

Los candidatos que se presentan a estas elecciones generales y legislativas en Chile son ocho: el expresidente Sebastián Piñera, por el partido Chile Vamos de centroderecha; Beatriz Sánchez con el partido izquierdista Frente Amplio; por Unión Patriótica lo hará Eduardo Artés; el independiente José Antonio Kast; Alejandro Navarro por el partido País; Carolina Goic por el Partido Demócrata Cristiano; Marco Enríquez Nominami por el Partido Progresista y Alejandro Guillier, candidato independiente apoyado por el Partido Radical Socialdemócrata, el Partido Socialista, el Partido Comunista, el Partido por la Democracia, MAS Región e Izquierda Ciudadana. 🇨🇱





HONDURAS

Elecciones presidenciales, legislativas y municipales

26 DE NOVIEMBRE DE 2017

Los hondureños elegirán el próximo 26 de noviembre a su nuevo presidente, a los 128 diputados del Congreso Nacional, 20 diputados del Parlamento Centroamericano y 298 alcaldes.

El actual presidente del país, Juan Orlando Hernández, del Partido Nacional, buscará la reelección después de alcanzar la presidencia en 2013 tras derrotar a Castro, de Libertad y Refundación (Libre) en las segundas elecciones desde el golpe de Estado de 2009. Ese año, una alianza cívico militar derrocó al entonces presidente Manuel Zelaya.

Sin embargo, la alianza que derrocó a Zelaya por rechazar la legalidad de la reelección, ha permitido a Hernández aspirar a un segundo mandato consecutivo mediante una interpretación de la Constitución de 1982. ✘





NEPAL

Elecciones legislativas

26 NOVIEMBRE DE 2017

El Gobierno nepalí anunció para noviembre sus primeros comicios parlamentarios tras la promulgación de la Constitución en 2015. La Carta Magna marca como fecha límite para la celebración de estos comicios el 21 de enero de 2018 y están llamados a las urnas 17,5 millones de nepalíes.

Según la Carta Magna, se elegirán a 165 diputados del Parlamento nacional por votación simple, mientras que otros 110 serán designados a través de un sistema de representación proporcional.

De igual modo, en las siete cámaras provinciales 330 legisladores serán elegidos por elección simple y otros 132, a través de un sistema de representación proporcional. 





ACOP PAPERS



Roberto Rodríguez de Andrés:
'La profesionalización de la comunicación política en España'.
[ACOP PAPERS N° 1](#)



Antoni Gutiérrez-Rubí:
'Política: del Big Data al Data Thinking'.
[ACOP PAPERS N° 2](#)



Vicente Rodrigo:
'La gestión de identidades en la Unión Europea: Renovación narrativa para una vinculación legitimadora'.
[ACOP PAPERS N° 3](#)



Daniel Ureña:
'El auge del lobby en España en el nuevo escenario político'.
[ACOP PAPERS N° 4](#)



Myriam Redondo:
'Política automatizada: Bots, trols y propaganda digital encubierta en la comunicación internacional'.
[ACOP PAPERS N° 5](#)



Max Römer:
Consultoría semiótica en comunicación política
[ACOP PAPERS N° 6](#)



Jorge Juan Morante y Alberto Cuenca:
Snapchat y Periscope: Diálogo con los más jóvenes en comunicación política
[ACOP PAPERS N° 7](#)



Ana Cristina F. y José Manuel Fuentes:
El rol de la familia en política
[ACOP PAPERS N° 8](#)



Eduardo G. Vega y Pablo Martín:
'Gamificación: ejemplos de aplicación en campaña electoral y formación'.
[ACOP PAPERS N° 9](#)



SOCIAL MEDIA
COMPOL



DANIEL GARCÍA
@danigarcia1986



MALDITO BULO
@malditobulo

"Periodismo: lanza la mierda y lávate las manos". W. Churchill/// Viralizando contra los bulos con @la_buloteca

t.me/malditobulo

Se unió en noviembre de 2016



**CUENTA DE
TWITTER
RECOMENDADA**
[@malditobulo](https://twitter.com/malditobulo)

En el año de la **posverdad** o de las **fake news** que-remos recomendar la cuenta de twitter de Maldito Bulo. Los administradores de esta cuenta nos muestran bulos, falsedades y mentiras que se viralizan en redes sociales y muchas veces en medios de comunicación y lo contrastan con la demostración de la falta de veracidad de las mismas. 🗨️



EL RANKING

Los presidentes latinoamericanos más seguidos en Twitter

PRESIDENTE	PAÍS	NÚMERO SEGUIDORES
Enrique Peña Nieto	México	6,79M
Juan Manuel Santos	Colombia	5,12M
Mauricio Macri	Argentina	4,41M
Nicolás Maduro	Venezuela	3,25M
Pedro Pablo Kuczynski	Perú	1,22M
Michel Temer	Brasil	856K
Danilo Medina	República Dominicana	634K
Lenin Moreno	Ecuador	474K
Juan Carlos Varela	Panamá	474K
Horacio Cartes	Paraguay	413K
Luis Guillermo Solís	Costa Rica	289K
Michele Bachellet	Chile	257K
Evo Morales	Bolivia	249K
Jimmy Morales	Guatemala	132K
Salvador Sánchez	El Salvador	97,7K
Jovenel Moïse	Haití	44,1K

Fecha de actualización: 25/09/17



Enrique Peña Nieto ✓
@EPN

Siguiendo

En nombre de **@Mexico** agradezco, con profunda emoción, las muestras de solidaridad y apoyo de países amigos **#FuerzaMéxico**.

19:26 - 20 sept. 2017

7.580 Retweets 18.842 Me gusta



1,0K 7,6K 19K



EL TUIT

El pasado 19 de septiembre, México fue sacudido por un terremoto de magnitud 7.1 que deja más de 360 muertos y gran devastación en el centro y el sur del país.

Decenas de países y organismos internacionales mostraron su solidaridad al pueblo mexicano y apoyo en las tareas de búsqueda de desaparecidos y reconstrucción de las zonas afectadas del país. Este mes queremos dedicar el tuit del mes a la respuesta del presidente de México, Enrique Peña Nieto, agradeciendo las muestras de solidaridad de la comunidad internacional. ✨



EI MEME

Donald Trump participó, el pasado mes de septiembre, en su primera Asamblea General de la ONU. En su primer discurso en la ONU el presidente de EE. UU.

llamó "Rocket Man" a Kim Jong-Un y declaró que "destruirá totalmente a Corea del Norte" y, como no podría ser de otra forma, esta amenaza se convirtió en pocas horas en decenas de memes: ✨



EL ÁLBUM DE INSTAGRAM



El protagonista del perfil de Instagram de este mes de octubre es el presidente de Brasil [Michel Temer](#). El mandatario brasileño tiene actualmente más de 81 mil seguidores en esta red social. [📷](#)



¡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, La Revista de ACOP, Listado ACOP de artículos y ACOP Papers).
- ★ Acceso a **ACOP Premium**.



THE
NAPOLITAN
VICTORY AWARDS

PUBLICACIÓN POLÍTICA
★ DEL AÑO ★

Timothy Snyder

SOBRE LA TIRANÍA

Veinte lecciones
que aprender del siglo xx



Autor: Timothy Snyder
Editorial: Galaxia Gutenberg
Fecha de publicación: 2017
Nº páginas: 150

Galaxia Gutenberg



RESEÑAS

RESEÑA DESTACADA

Sobre la tiranía: veinte lecciones que aprender del siglo XX



DAVID REDOLI
MORCHÓN

@dredoli

Sociólogo y
expresidente de
ACOP

El historiador Snyder, catedrático de Yale y discípulo de Tony Judt, es un prestigioso intelectual norteamericano que ha escrito este libro simplemente para alertar, para avisar. "Sobre la tiranía" (traducido al castellano por Alejandro Pradera) es una revisión profunda de los grandes errores históricos y sociológicos del pasado más reciente, procurando adaptarlos al contexto del siglo XXI. Así, Snyder ofrece en su obra 20 recomendaciones para evitar el crecimiento y la consolidación de autoritarismos, de tiranos y de dictadores en nuestro entorno. 20 recomendaciones entre las que destacan, por ejemplo, no obedecer por anticipado, defender las instituciones, asumir una ética profesional, investigar y ser todo lo valiente que uno pueda serlo en su día a día cotidiano.

Tendemos a pensar que la democracia y sus beneficios son automáticos y que son cosas consolidadas, que siempre las tendremos. Pero debemos aprender de los errores del pasado: la democracia puede ser revertida y adoptar nuevas formas moderna de tiranía.

En reciente entrevista concedida a El País, Snyder afirmaba que "cuando Trump habla de musulmanes o inmigrantes, se acerca

a la política que se practicó en Alemania en 1933. La idea básica es que no son tus vecinos, sino parte de una amenaza internacional. Para Trump la globalización no es un desafío objetivo, sino un enemigo exterior, una conspiración a la que ha puesto cara y que está en casa". Son ideas peligrosas, más basadas en percepciones que en realidades que, de prosperar, pueden erosionar poco a poco el sistema de libertades, basado en el imperio de la ley, que hemos conquistado tras siglos de luchas, guerras y violencias entre seres humanos.

Timothy Snyder explica que entramos en una época en la que empiezan a desplazarse los hechos con ficciones. Es lo que algunos teóricos han llamado "la era de la postverdad", donde las percepciones se imponen a las realidades, y las mentiras no logran ser derrotadas por las evidencias científicas (sean del ámbito que sean). De ahí que tantos políticos nieguen los efectos del cambio climático o que rechacen los estudios sociológicos que demuestran los beneficios y la riqueza que crean los inmigrantes.

Se trata de un escenario en el que Internet juega un papel muy importante, porque está tribalizando el consumo informativo, contribuyendo a la polarización de la sociedad. Snyder afirma que "con Facebook hemos descubierto demasiado tarde cuánto hay de falso en las noticias que ahí circulan. Un estudio muestra que durante la campaña el 25% de las informaciones que leían los demócratas eran falsas y el 50% en el caso de los republicanos. Y no solo es que fuesen mentira sino que fomentaban el odio hacia el otro candidato". Y eso es letal para la salud de cualquier democracia. De ahí que sea imprescindible apoyar los medios de comunicación solventes, con criterio reconocido y con buenos profesionales en sus filas. E implicarse activamente en política.

Que los tiranos y las tiranías florezcan o perezcan en estos años del siglo XXI está (aún) en nuestras manos. En palabras del propio autor, "examinemos la historia para comprender las profundas fuentes de la tiranía y reflexionemos sobre la respuesta adecuada que hay que darle. No somos más sabios que los europeos que vieron cómo la democracia daba paso al fascismo, al nazismo o al comunismo durante el siglo XX. Nuestra única ventaja es que nosotros podríamos aprender de su experiencia. Ahora es un buen momento para hacerlo".



Lobbies y Think Tanks: Comunicación política en la red

Autor: Antonio Castillo Esparcia
Editorial: Gedisa
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 308

Existen distintos mecanismos por los cuales individuos y organizaciones transmiten sus demandas a las instituciones políticas. Los *lobbies* y los *think tanks* se han constituido desde hace décadas en dos intermediarios que intervienen en el proceso y que compiten o colaboran con los partidos políticos por el predominio en la influencia sobre la política.

En este libro se encontrarán las definiciones necesarias, pero también se profundiza en las incipientes investigaciones a las que, en no pocas ocasiones controvertido, tema del Lobby se ve sometido hoy día. Por su parte, los Think Tanks reciben otro tanto de la atención, especialmente por el enorme papel que suelen jugar en cuanto a generadores de ideas que pueden dejar huellas en los ciudadanos, y, por lo tanto, en la política de hoy. 📖



Comunicación política en seguridad y defensa

Autor: Rafael Martínez
Editorial: Bellaterra
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 248

El CIDOB nos presenta el texto de Martínez en clave de explicación para el nexo indisoluble entre comunicación política y legitimidad de la acción. Carecer de ella implica la pérdida de los esfuerzos de transparencia con la ciudadanía. Sin embargo, desde el punto de vista de la seguridad y defensa, la percepción de la comunicación es percibida como un peligro. Todo ello en el marco de la creciente globalización y la pérdida de capacidad de los Estado-nación de responder a las amenazas globalizadas propias del siglo que transcurre.

El autor defiende la idea de hermanar la comunicación política con las políticas de seguridad y defensa, especialmente desde la óptica de mejorar la percepción que la ciudadanía suele tener respecto al rol y las decisiones que los estados suelen tomar en pos de garantizar los derechos de las personas. 📖



¡En campaña!: Manual de comunicación política en redes sociales

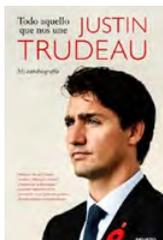
Autor: Damián Coll y Ariel Carrel
Editorial: Paidós Argentina
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 112

Con el auge de las redes sociales como mecanismo de expresión surgieron nuevos espacios de lucha política con sus propios tiempos y reglas. Las estrategias electorales se adaptan a los medios y formas de comunicarse de los votantes que se busca captar. Este libro se centra en la necesaria adaptación de los partidos políticos, liderazgos y demás organizaciones a una nueva manera de participar. Asimismo, en sus páginas aparecen líneas que permiten aprovechar los hallazgos y fórmulas más útiles y eficientes para hacer un uso correcto de las redes sociales para colocar mensajes, propuestas y candidaturas que puedan aprovechar la potencia de la arena digital. El desafío es, por un lado, adaptarse al nuevo canal pero, a la vez, no perder de vista las nociones básicas de la comunicación política tradicional. 📖



EDUARDO
CASTILLO

@NassinCastillo



Todo aquello que nos une

Autor: Justin Trudeau
Editorial: Deusto
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 304

Tras la salida de Barack Obama de la Casa Blanca, el relevo del liderazgo joven y carismático mundial fue tomado instantáneamente por el Primer Ministro canadiense. Su autobiografía nos permite entender los que son, a su juicio, aquellos momentos definitorios de su personalidad, y que terminaron moldeando el camino que le llevó a ser uno de los líderes referentes de la política mundial. Para quienes desean entender las motivaciones que pueden forjar el liderazgo y que, en este caso, empedraron el camino de Trudeau, este libro representa el mejor comienzo. Lleno de anécdotas, reflexiones personales y fotografías nunca antes vistas de su colección privada. 📖



Convence y vencerás

Autor: Antonio Fabregat
Editorial: Alienta
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 240

Antonio Fabregat representa la mezcla indicada de conocimiento y praxis en el terreno de la oratoria. Junto a él, comunicadores referencia en el terreno de la persuasión oral plantean de forma sencilla la aplicación de las herramientas y tips que se presentan y constituyen el método propuesto por la obra. Con ello, los autores postulan que es posible superar cualquier dificultad al momento de hablar en público, así como desarrollar nuevas habilidades y fortalecer las capacidades ya presentes. De esta manera, estamos ante un libro que puede convertirse en el manual de referencia de miles de personas, con distintas inquietudes en cuanto a la oratoria personal, de sus candidatos o líderes. 📖



Progreso: 10 razones para mirar al futuro con optimismo

Autor: Johan Norberg
Editorial: Deusto
Fecha de publicación: 2017
Nº de páginas: 230

Johan Norberg es un autor que provoca la curiosidad del lector a través de afirmaciones que ponen en entredicho muchas de las afirmaciones cotidianas. En esta obra, fiel a su compromiso con la búsqueda de respuestas alternativas a la crisis de confianza y al escepticismo con el futuro de la humanidad, pone al servicio del lector una serie de datos y argumentaciones que invitan a entender que la situación económica y política del mundo ha transitado por derroteros muy diferentes a las que nuestro marco referencial establecido generalmente nos remite. 📖



NOTICIAS
ACOP

CALL FOR PAPERS ICA PRAGA 2018



Como sabes la Asociación de Comunicación Política (ACOP) como socio institucional de la International Communication Association (ICA) podrá presentar un panel conjunto en el congreso que celebrará la asociación entre los días 24 y 28 de mayo del próximo año en Praga (República Checa)

En esta ocasión, el congreso girará en torno al sugerente concepto 'Voices' en el que se reflexiona sobre la esencia de la comunicación: interlocutores, credibilidad, procesos, etc..

Si estás interesado en participar, debes enviarnos tu resumen por correo electrónico en español o inglés antes del próximo lunes 16 de octubre de 2016 en el que se deberá indicar: título y descripción general de la presentación, que a su vez incluye lo siguiente: planteamiento del tema, hipótesis o preguntas de investigación, metodología utilizada y resultados. En una página separada el autor deberá enviar el título de la investigación y su información de contacto. La extensión máxima del resumen es de 400 palabras.

El Comité de Investigadores y Académicos aceptará un máximo de dos comunicaciones por autor, independientemente de si firma solo o es coautor con otros participantes. Del mismo modo, el Comité tendrá en cuenta para la selección de los trabajos los siguientes criterios:

- Orientación teórica
- Fundamentación empírica
- Aportación al ámbito de conocimiento
- Relación con los temas propuestos

Tienes más información sobre el congreso en la [web de ACOP](#). 



ACOP Y LA SEP FIRMAN UN CONVENIO DE COLABORACIÓN

Entre los objetivos está impulsar el ámbito académico de la comunicación política

La Asociación de Comunicación Política (ACOP) y la Sociedad Española de Periodística (SEP), han firmado un convenio con el fin de fomentar la investigación y la formación, así como contribuir a la difusión de sus correspondientes ámbitos de estudio: la comunicación política y la periodística. De este modo, ambas instituciones, unidas por objetivos comunes, establecen un marco permanente de colaboración y cooperación.

Los socios de la SEP y de ACOP tendrán acceso a los congresos de ambas organizaciones con un 10% de descuento. Además, las asociaciones promoverán en ellos mesas específicas en las que se dé visibilidad a los temas de interés de manera recíproca. Del mismo modo, el convenio establece el apoyo y la difusión de noticias y actividades que realicen ambas instituciones, fomentar trabajos de investigación y colaborando conjuntamente en la realización de seminarios y jornadas sobre materias relacionadas como el periodismo político, la comunicación política y campañas electorales. ✎

LOS SOCIOS DE ACOP SE BENEFICIARÁN DE UN 10% DE DESCUENTO

EN EL CURSO DEL TAI "EL ARTE DE IMPACTAR A TU AUDIENCIA"

Los socios de ACOP podrán beneficiarse de un descuento del 10% en el curso, que se impartirá en el Transforming Arts Institute (TAI), centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, sobre comunicación efectiva denominado 'El arte de impactar a tu audiencia'.

Este programa de entrenamiento se celebra durante dos fines de semana seguidos, los viernes por la tarde y los sábados por la mañana. El número de plazas es limitado y la próxima edición tendrá lugar el 29/30 de septiembre y el 6/7 de octubre.

El curso de Experto (de diez semanas de duración y 120 créditos académicos) constituye un formato especializado para aquellos que quieran profundizar en los diferentes escenarios de la comunicación en público.

Tienes más información en la [web de ACOP](#). ✎



SOCIOS DE ACOP RECONOCIDOS Y PREMIADOS EN DIFERENTES CATEGORÍAS DE LOS PREMIOS NAPOLITAN VICTORY AWARDS

Varios socios de ACOP han sido nominados y premiados en diferentes categorías de los Napolitan Victory Awards, los prestigiosos premios de la comunicación política entregados a principios de mes en Washington D.C.

Los socios de ACOP cuya trayectoria profesional se vio reconocida con nominaciones fueron:

- [Imma Aguilar](#), en la categoría de “Mejor Consultora Política del año”
- [Oswaldo Moreno](#), en la categoría de “Mejor Consultor Político del año” y en “Spot Político del año”
- [Diana Rubio](#), nominada en diferentes categorías como: “Blog Político del año”, “Investigación académica del año” y “Libro político del año”, además de ser reconocida como “Mujer Influyente”
- [Carlos Lorezana](#) en la categoría “Campaña del año”
- Jorge Santiago, en la categoría “Merito a la Excelencia en la Enseñanza”

Los premiados con un Napolitan Victory Award finalmente fueron:

- [Antoni Gutiérrez-Rubí](#) por “Blog Político del Año”
- Jorge Santiago por “Programa de Educación Política del Año” y “Libro Político del Año”

- [Fran Carrillo](#) por “Libro Político del Año”
- Miguel Molina por el programa de radio ‘Liderazgo’
- Julio Otero por “Investigación Académica del Año” y “Libro Político del Año”
- José Ángel Carpio y [Gabriela Ortega](#) por “Libro Político del Año”

Además nuestros socios [Paola Cannata](#) y [Pablo Vázquez Sande](#) fueron reconocidos en la categoría de “Líder emergente”.

La Revista de ACOP además de conseguir la nominación en la categoría de “Publicación Política del Año” consiguió hacerse con el galardón, recogido en representación del equipo por su subdirectora Gabriela Ortega.

Por último mencionar a los socios de ACOP que son considerados COMPOL 100, los cien profesionales políticos más influyentes del año:

- [Carmen Beatriz](#)
- [Luis Toty Medina](#)
- [Ignacio Martín Granados](#)
- Jorge Santiago
- Pablo Martín
- [Daniel Eskibel](#)
- [José Luís Sanchís](#)
- [Antoni Gutiérrez-Rubí](#)
- [Cesar Martínez](#)
- [Daniel Ureña](#)
- [Carlos Lorezana](#)



VALORACIÓN DE POPULARIDAD

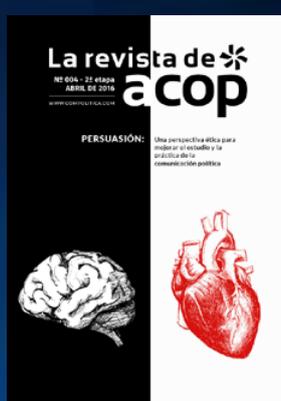
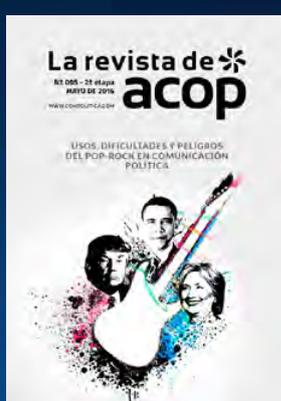
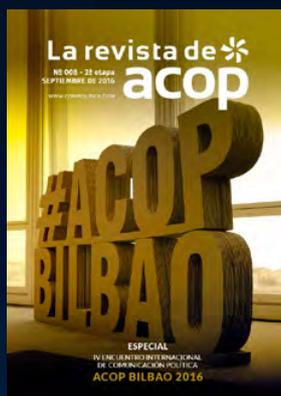
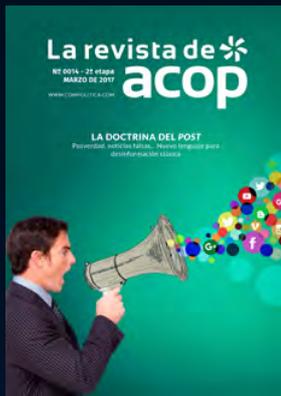
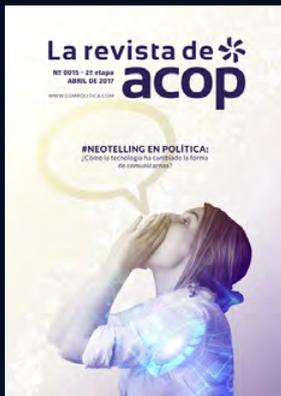
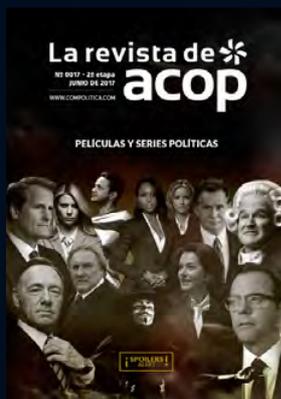
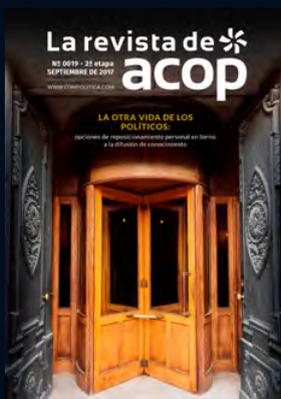
MANDATARIO	% APROBACIÓN	INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA MEDICIÓN	DIF. VARIACIÓN
Putin - Rusia	83%	Levada	Septiembre 2017	
Moreno - Ecuador	77%	Cedatos	Septiembre 2017	
Medina - R. Dominicana	63%	Min. Presidencia	Agosto 2017	▼ -1
Macri - Argentina	54%	Poliarquía	Septiembre 2017	▲ +2
Merkel - Alemania	51%	Infratest Dimap	Septiembre 2017	▼ -3
Trudeau - Canadá	49%	Campaign Research	Julio 2017	()
Morales - Bolivia	49%	IPSOS	Agosto 2017	()
Costa - Portugal	49%	Eurosondagem	Agosto 2017	()
May - Reino Unido	45%	Ipsos Mori	Septiembre 2017	▲ +1
Macron - Francia	44%	Ifop-Fiducial	Octubre 2017	▼ -2
Kenny - Irlanda	40%	Irish times/Ipsos	Mayo 2017	▼ -14
Trump - EE.UU.	39%	Gallup	Octubre 2017	▲ +4
Chun-ying - Hong kong	39%	Universidad de Hong Kong	Septiembre 2017	
Turnbull - Australia	38%	Essecial Report	Agosto 2017	()
Bachelet - Chile	35%	Adimark	Agosto 2017	▲ +3
Gentiloni - Italia	34%	Winpoll	Octubre 2017	▲ +6
Rajoy - España	32%	Metroscopia	Agosto 2017	▲ +5
Kuczynski - Perú	29%	Ipsos	Agosto 2017	()
Tabaré Vazquez - Uruguay	29%	Opción Consultores	Junio 2017	()
Maduro - Venezuela	23%	Datanalisis	Octubre 2017	▲ +5
Peña Nieto - México	22%	Consulta Mitofsky	Agosto 2017	▲ +2
Santos - Colombia	18%	YanHaas	Agosto 2017	▲ +4
Temer - Brasil	3%	Datafolha	v 2017	▼ -4

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

Nota:

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

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



"UNIENDO CIENCIA Y PRÁCTICA"

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

www.compolitica.com

SÍGUENOS EN:



/AsociacionACOP



/fotos/compolitica/



@compolitica



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



/user/compolitica

La revista de acop