

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche**  
**Titulación de Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado**  
**Curso Académico 2020-2021**



**Comunicación política, análisis y claves a partir del estudio  
de caso de Iván Redondo**

*Political communication, analysis and keys based on the case  
study of Iván Redondo*

Alumno: Virginia Díaz Arrabales

Tutor: José Luis González Esteban



*“Lo primero que tiene que hacer un asesor es tirarse  
por el barranco por su presidente, y yo lo hago aquí, ahora y mañana.  
Se lo voy a dejar clarito, ahí voy a estar con él hasta el final,  
con el presidente Pedro Sánchez”*

Iván Redondo



## Resumen

A mitad del siglo XX la sociedad toma conciencia de la importancia que la política tiene en su día a día y los partidos políticos tienen la necesidad de hacer llegar sus mensajes a los ciudadanos. Por ello, a partir de los años 50 el concepto de comunicación política empieza a coger forma y con él surge la profesionalización de la figura del asesor político: aquel que debe conocer la línea política de su partido o candidato para lanzar mensajes, crear estrategias y tomar decisiones.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la trascendencia de la labor de los asesores políticos tanto a nivel nacional como internacional, centrándose en la figura de Iván Redondo, director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España, y su trayectoria como consultor de diferentes políticos, sobre todo con su trabajo junto a Pedro Sánchez.

El estudio de caso se ha llevado a cabo a través del análisis de la trayectoria profesional de expertos de la comunicación política como Steve Bannon, Miguel Ángel Rodríguez y sobre todo, Iván Redondo; y tres entrevistas en profundidad a Isabel Selva, periodista especializada en técnicas de comunicación para políticos, Germán Llorca, profesor de Comunicación en la Universidad de Valencia e investigador en *Mediaflows* y, por último, Patricia Maciá, antigua asesora y actual concejal en el Ayuntamiento de Elche.

En líneas generales, los resultados obtenidos indican que el trabajo de un asesor es fundamental para el político al que acompaña y esto se aprecia en la gran influencia que tiene el asesor sobre su candidato. No obstante, siempre que el político marque sus líneas para no acabar como un títere en manos de su asesor nadie pondrá en duda su liderazgo y poder.

## **Abstract**

In the half of the 20th century, the society became aware of the importance of politics in our daily life and how political parties need to deliver their message to citizens. Because of this, since the 50's the concept of political communication started to take shape, and with it the professionalisation of a political advisor: whose duty is to know the policy of his party or candidate to make messages, create strategies and make decisions.

The objective of this study is to analyse the importance of the work of different political advisors at national and international level, focusing on Iván Redondo, director of the Cabinet of the Presidency of Spain and his career work as consultant with different politicians, particularly with Pedro Sánchez.

This study of case has been carried out through the analysis of the work of three political advisors like Steve Bannon, Miguel Ángel Rodríguez and Iván Redondo; and three in-depth interviews with Isabel Selva journalist specialised in Communication techniques for politicians, Germán Llorca lecturer in Communication in the University of Valencia and researcher in Mediaflows, and Patricia Maciá former political adviser and councillor in the Elche Town Hall.

In general, the results obtained indicate that the work of a political adviser is essential to the politician and this is particularly evident on the influence of the adviser on his politician. However, as long as the politician marks his lines, nobody will doubt his leadership and power.

**Palabras clave:** asesoría política, comunicación política, partidos políticos, política, Iván Redondo.

**Keywords:** policy advice, political communication, political parties, politics, Iván Redondo.

## Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
1.1. Justificación	7
1.2. Objetivos	8
1.3. Preguntas de investigación	8
<b>2. METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
<b>3. ESTADO DE LA CUESTIÓN</b>	<b>11</b>
3.1. La comunicación política	11
3.2. La asesoría política: caso Estados Unidos	14
3.3. El reflejo de Estados Unidos en Europa	16
3.4. Caso Iván Redondo	18
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>22</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>29</b>
5.1. Discusión de las preguntas de investigación	29
5.2. Análisis final de los resultados	30
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>31</b>
<b>7. ANEXOS</b>	<b>35</b>
7.1. Entrevista a Isabel Selva	35
7.2. Entrevista a Germán Llorca	40
7.3. Entrevista a Patricia Maciá	47

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, la política trabaja junto a grupos multidisciplinares en los que cada integrante tiene una función clave. Entre estos puestos, destaca la figura del asesor político, el cual debe crear una estrategia de comunicación para la toma de decisiones con el fin de obtener una opinión pública favorable para su candidato.

Poco a poco, parece que la sociedad empieza a reconocer la importancia de la existencia de estos profesionales de la comunicación. En países como Estados Unidos o Reino Unido, la figura de consultor está más establecida y lleva profesionalizada desde los años 50.

En el caso de España, de forma más discreta y casi a la sombra, ha asomado el poder de Iván Redondo sobre el cargo de presidente del Gobierno.

La figura del asesor suscita la duda de la influencia real que tienen los líderes políticos en la toma de decisiones. En cambio, muchos consultores han pasado entre bambalinas por los diferentes candidatos sin que nadie cuestionara conscientemente el poder de sus políticos.

### **1.1. Justificación**

El planteamiento de este Trabajo de Fin de Grado surge de la necesidad de analizar hasta qué punto es relevante e influyente el papel de un asesor con su político antes y después de alcanzar el poder, tomando como objeto de estudio el caso de Iván Redondo, director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España, y su trabajo junto al socialista Pedro Sánchez.

Además, estudiaremos los casos de dos asesores que han marcado un antes y un después en sus políticos como son Steven Bannon en Estados Unidos y Miguel Ángel Rodríguez en la Comunidad de Madrid, y el nexo de unión entre ambas estrategias comunicativas.

Por último, conoceremos el papel clave que tiene el asesor en la toma de decisiones, en la creación de la imagen pública del candidato y en la formulación de estrategias. Los políticos deben tener en su equipo a estas personas para que se encarguen de fijar objetivos, lanzar mensajes y lograr que el líder alcance o se mantenga en el poder político.

## **1.2. Objetivos**

El principal objetivo de este estudio de caso es analizar el trabajo realizado por el asesor político Iván Redondo a lo largo de sus 25 años de carrera. En especial, centrándonos en su actual etapa donde examinaremos el antes y el después de la llegada al poder de Pedro Sánchez, desde que el socialista perdiera las elecciones de 2016 y su escaño de diputado, pasando por ganar las primarias del PSOE convirtiéndose de nuevo en secretario general del partido y llegando a la Moncloa como presidente de España.

El segundo objetivo del trabajo es demostrar la importancia de la figura del asesor en la política actual, tanto nacional como internacional, a través de los diferentes personajes que han acompañado a líderes reconocidos como Steve Bannon con Donald Trump o Miguel Ángel Rodríguez con Isabel Díaz Ayuso.

Por último, el tercer objetivo es poner en valor el poder e influencia que puede llegar a tener el asesor frente a su líder político, en definitiva, cómo puede destacar más el propio consultor que su político y las consecuencias que esto conlleva.

## **1.3. Preguntas de investigación**

Las preguntas de investigación que se irán resolviendo a lo largo de este trabajo son las siguientes:

1. ¿Cómo de importante es para un político contar con el trabajo de un asesor?
2. ¿Cuánto de lo que vemos en un político es obra del trabajo de su asesor?
3. ¿Cuánto poder real tiene el asesor político frente a su líder?
4. ¿Qué diferencia a Iván Redondo del resto de asesores?



## 2. METODOLOGÍA

A partir de los objetivos y las preguntas de investigación formuladas, este Trabajo de Fin de Grado plantea como método de estudio el análisis de la Comunicación Política sobre la formación de políticos y estrategias, a partir del modelo de Iván Redondo y Pedro Sánchez. El estudio de caso permite tener un conocimiento amplio sobre un determinado fenómeno gracias a la aplicación de distintas herramientas que harán posible la verificación o el disentir de las hipótesis del trabajo.

Para llevar a cabo esta investigación, se ha optado principalmente por la realización de entrevistas en profundidad como herramienta cualitativa base de este proyecto.

Según la autora Claudia Oxman una entrevista es una interacción verbal constituida por preguntas y respuestas orientadas a una temática u objetivos específicos. En el método cualitativo existen tres tipos de entrevistas:

1. **Estructuradas:** las preguntas y las respuestas están prefijadas con anterioridad. El entrevistador tiene un número y orden fijo de cuestiones.
2. **Semiestructuradas:** como en la anterior, las preguntas ya están definidas previamente pero el modelo de entrevista variará en función de la persona entrevistada, añadiendo nuevas preguntas o profundizando en otra idea.
3. **En profundidad:** donde se cubre uno o dos temas con mayor hondura. Se caracteriza por la ausencia de estructura, pero sin olvidar que se desarrollan bajo la dirección y el control del entrevistador.

Para este trabajo se ha escogido el tercer tipo, la entrevista en profundidad, ya que resulta la mejor opción para indagar de forma flexible y dinámica en el tema objeto de estudio a través de las respuestas de los entrevistados.

Para la selección de las entrevistas se han destacado tres tipos de perfil:

1. Periodista especializada en Comunicación Política.
2. Profesor e investigador universitario.
3. Personaje político.

Por lo tanto, los seleccionados para la realización de las entrevistas en profundidad para este estudio de caso han sido los siguientes:

**Isabel Selva**, licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona y Máster en Gestión, Conservación y Difusión del Patrimonio por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha desempeñado funciones de Directora de Comunicación en la SECI y en el Consorcio Público Casa Mediterráneo. Es *coach* certificada por ASESCO y especializada en *coaching* político y ejecutivo. En la actualidad, es consultora y formadora en técnicas de comunicación para políticos y portavoces, así como en trabajo en equipo, habilidades directivas y liderazgo.

**Germán Llorca**, licenciado en Comunicación Audiovisual en 1998 y Máster en Gestión de la Producción Audiovisual en 2000. En el año 2007 obtuvo el grado de Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia, donde es profesor de Comunicación desde hace casi veinte años. Ha trabajado en diversas empresas y medios de comunicación. Es autor de los libros *Dictaduras de Velocidad y Lucidez: una Modernidad sin excesos*, así como de diversos artículos publicados en revistas de comunicación tanto nacionales como internacionales. También es investigador en *Mediaflows*, Grupo de Investigación adscrito a la Universidad de Valencia.

**Patricia Maciá**, licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha trabajado en diferentes medios locales como el *Diario Información* y TeleElx como periodista, además de ejerciendo tareas de gabinete de prensa en la Diputación de Alicante. En los últimos años ha trabajado asesorando en comunicación y prensa en ayuntamientos y grupos municipales, y también ha impartido talleres y charlas sobre comunicación como colaboradora de l'Escola Ernest Lluch. En la actualidad es 4ª Teniente de Alcalde, concejala socialista de Hacienda en el Ayuntamiento de Elche.

Acerca del resto de herramientas utilizadas, este trabajo también se ha fundamentado de diversos artículos científicos, libros y recortes de prensa.

En cuanto al periodo de análisis de este Trabajo Fin de Grado se ha considerado necesario trazar dos tramos, el primero entre los años 2007-2017, cuando Iván Redondo es prácticamente irreconocible para la política nacional y trabaja de forma local con los políticos del Partido Popular que confían en él. Y, el segundo, a partir del

año 2018 hasta la actualidad, donde el consultor ocupa el puesto de director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España, asesorando en el cargo a Pedro Sánchez.

Esta selección se debe a la necesidad de responder las preguntas de investigación para conocer más a fondo la influencia real de la figura de un asesor político en el líder que acompaña.

### **3. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

#### **3.1. La comunicación política**

La comunicación política es un término amplio, poco utilizado en el mundo profesional, que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido el nombre de propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación política (Canel, 2006).

Esta expresión coge fuerza a partir de los años 50 de la mano del desarrollo de los medios de comunicación de masas de la época: la radio y la televisión. Pero esta unión de términos surge mucho antes.

El inicio de la comunicación política puede remontarse a los siglos antes de Cristo, en las ciudades-estado de la Antigua Grecia con los filósofos Platón y Aristóteles y sus discursos en las plazas públicas. Pasando por el Imperio Romano y el Estado-nación hasta la actualidad, donde se consolida este término.

Es en el siglo XVI cuando Nicolás Maquiavelo, diplomático y teórico político italiano, escribe *El Príncipe*, considerado uno de los primeros tratados de teoría política de la historia, constituyendo una importante aportación a la concepción moderna de la política.

Por su parte el rey Luis XVI de Francia consigue ser uno de los primeros precursores de la imagen de lo político en el siglo XVIII. Más tarde, en ese mismo país, Napoleón

Bonaparte deja claro su interés por conocer y controlar la opinión de las masas creando una oficina de Opinión Pública; a su vez, el emperador, nada más acceder al poder, toma medidas radicales contra la prensa que suponen la desaparición de 73 periódicos políticos publicados en la capital. Napoleón exige a los 13 diarios que sobreviven comunicación directa de sus publicaciones antes de ser enviados a los puntos de venta, lo que en tiempos modernos se considera censura previa.

Los primeros estudios que se realizan sobre la comunicación política aparecen para comprobar la influencia de los medios de comunicación de masas (en ese momento, en auge) y su poder en los ciudadanos. Las investigaciones hechas en el año 1948 por los autores Lazarsfeld, Berelson y Gaudet sobre las elecciones de Estados Unidos resultaron fundamentales para poner en primer plano la importancia de la comunicación en el ámbito de la política: los partidos políticos y sus líderes utilizaban herramientas metodológicas más elaboradas y complejas como la publicidad, la propaganda o las relaciones públicas para conquistar a sus electores.

Otros estudios como los de Hyman en 1953 sobre los efectos de la televisión en la campaña del presidente estadounidense Dwight D. Eisenhower, demostró de nuevo el poder de los medios de comunicación en la política.

Esto se confirmó en 1960 cuando, el 26 de septiembre, setenta millones de espectadores siguieron el primer debate televisado de la historia entre los candidatos estadounidenses John F. Kennedy y Richard Nixon. El demócrata, vino preparado de casa, había tomado el sol para lucir más moreno, eligió un traje oscuro para destacar, utilizó maquillaje y preparó sus intervenciones, todo lo contrario a su contrincante, quien subestimó el poder de la televisión en los ciudadanos y eso le condenó a la derrota en las elecciones.

Más adelante, Nixon fue consciente de la importancia de la pequeña pantalla y haría estas declaraciones: “Confiad plenamente en vuestro productor de televisión, dejadle que os ponga maquillaje incluso si lo odiáis, que os diga cómo sentaros, cuáles son vuestros mejores ángulos o qué hacer con vuestro cabello. A mí me desanima, detesto

hacerlo, pero habiendo sido derrotado una vez por no hacerlo, nunca volví a cometer el mismo error”.

Por otro lado, en España el concepto de Comunicación Política se incorpora a la vez que lo hace la democracia, durante la Transición Española. En las elecciones generales de 1977 se presentaron 82 partidos políticos, pero solo una docena de ellos consiguieron escaño.

En entrevista personal para esta investigación Germán Llorca, profesor de Comunicación e investigador en la Universidad de Valencia, afirma que existen tres grandes fases en la evolución de la Comunicación Política en España:

La primera fase tiene que ver con los años de la Transición Española donde se presenta un gran número de candidaturas y tienen que buscar cuál es el mensaje diferenciado que tienen que lanzar al electorado respecto a su competencia.

La segunda fase arrancarían con la victoria del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de Felipe González en las elecciones de 1982. En esta etapa, que duraría hasta el año 2014, el contexto que predomina es el de dos partidos que juegan a repartirse el espacio ideológico de la izquierda y de la derecha.

Y la tercera y última fase, la más reciente, tiene lugar a partir del año 2014 con las elecciones europeas donde Podemos irrumpe con 1 millón de votos en el Parlamento Europeo. Es en ese momento cuando se aprecia la fragmentación de voces políticas en el panorama nacional.

Como resumen, en la primera fase hay una voluntad por buscar el mensaje diferenciado del resto de fuerzas; en la segunda existe el propósito de repartirse ideológicamente entre dos partidos el espacio de la izquierda y de la derecha; y, en la última fase, ambos bandos tienen una necesidad de encontrar un mensaje concreto dentro de ambos espacios que ha desembocado en la radicalización y proliferación de los discursos populistas.

En conclusión con todo lo anterior, se puede decir que la comunicación política ha sido utilizada a lo largo de los años para convencer e influir a los ciudadanos sobre determinado tema político, social y/o económico.

### **3.2. La asesoría política: caso Estados Unidos**

El origen de la asesoría política está ligada al de la comunicación política pues ambos conceptos surgen mucho antes de lo que se reconoce como tal en la historia. Es a mitad del siglo XX cuando la figura del asesor político se profesionaliza.

No existe una definición única de asesor político pues es una profesión con muchas aristas. Pero podríamos resumirlo en dos frases, por un lado es aquel que analiza y elabora respuestas para solucionar problemas (Fara, 2019) y por otro, es la persona que define y salvaguarda la estrategia, el enfoque político y comunicativo durante las diferentes etapas de su trabajo con el político (Bustillo, 2011).

El arranque de la asesoría política la podemos situar en el año 1952 con el candidato republicano a la presidencia de los Estados Unidos Dwight D. Eisenhower, el cual acudió a la consultora Batten, Barton, Durstin & Osborne (BBDO). Junto al aspirante demócrata fijaron por primera vez un presupuesto para la comunicación política de ambos partidos. Esto supuso que durante la campaña se introdujera publicidad política, el marketing por correo y las encuestas de opinión.

Más adelante, John F. Kennedy es uno de los primeros políticos en someterse al *media-training* lo que conocemos como entrenamiento para desarrollar mejores habilidades para enfrentarse a los medios de comunicación. Es en 1960 cuando protagonizó junto a Nixon el primer debate televisado de la historia, y esta forma de hacer campaña quedó instalada hasta nuestros días.

En los años siguientes, la asesoría política de Estados Unidos se caracterizó por la profundización de los instrumentos de comunicación política. A finales del siglo XX los

candidatos estadounidenses ya utilizaban todas las técnicas de comunicación política como las campañas publicitarias, los *spots* televisivos, los sondeos de opinión, etc.

La evolución que ha vivido la comunicación política le ha dado a los asesores un rol imprescindible junto a los candidatos de Estados Unidos. Según Germán Llorca, la figura del asesor se ha ido haciendo compleja a medida que el contexto comunicativo también se hacía. Ahora el consultor no solo es un experto en cuestiones de imagen o de cómo tratar con los periodistas, sino que además lo es en entender y comprender el contexto digital: dónde busca la gente la información, cómo se informa, cómo circulan las noticias, etc.

Esto se aprecia en un personaje clave para entender las políticas de los últimos años de Estados Unidos, Steve Bannon el que fue asesor del presidente Donald Trump.

Bannon nació en Norfolk, Virginia, en 1953. A lo largo de su vida sirvió a la Marina, estudió en la Escuela de Negocios de Harvard, hizo diferentes películas para figuras políticas y transformó la empresa Breitbart. Es en el año 2016 cuando se incorpora como principal ideólogo y estratega a la campaña electoral del candidato republicano.

Tanto medios de comunicación como miembros del partido coincidían en que esta elección tendría como consecuencia una aplastante derrota. Bannon, lejos de maquillar la figura de Trump, animó a sacar el lado más incendiario del aspirante con una campaña populista, racista y llena de desinformación.

El asesor se convirtió entonces en el artífice del *Trumpismo*, cuya definición podría resumirse en un método populista de una parte de la ciudadanía estadounidense que quiere reubicarse en una nueva geografía política para convertirse en la ideología predominante de la sociedad. A Bannon también se le atribuye el eslogan "*America First*" (en español, América Primero) que Trump utilizaba en campaña. El lema fue originalmente creado contra la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial y las ideas que defiende son sobre el aislacionismo y nacionalismo dentro de este país.

Finalmente, el 8 de noviembre de 2016, Donald Trump consiguió la victoria frente a Hillary Clinton convirtiéndose así, el 20 de enero de 2017, en el 45º presidente de los Estados Unidos. Fue aquí cuando se creó un puesto específico para Steve Bannon: estratega jefe de la Casa Blanca.

En esa época, los medios estadounidenses ya adivinaban la influencia que podría llegar a tener el asesor: “El comunicado de prensa del personal de transición de Trump decía que Steve Bannon y Reince Priebus serían ‘socios iguales’. Esta es una señal para Washington de que Bannon será la persona más poderosa en la Casa Blanca de Trump”, afirmaba *The New Yorker*. Incluso el *Times* lo sacó en portada bajo el título de “El gran manipulador” y le otorgó el puesto de segundo hombre más poderoso del mundo.

Es en el año 2017 cuando Steve Bannon abandona la Casa Blanca motivado entre otras cosas por la violencia causada por grupos neonazis el fin de semana del 12 de agosto en Charlottesville, Virginia. Meses después, Donald Trump declararía lo siguiente: “Bannon no tiene nada que ver conmigo o con mi presidencia; cuando fue despedido, no solo perdió su trabajo, también perdió la cabeza”.

### **3.3. El reflejo de Estados Unidos en Europa**

La ola del populismo de derechas ha salpicado también a Europa y España. Las políticas *trumpistas* no se han ido a la vez que lo hacía Donald Trump de Washington, todo lo contrario, parece que se asientan en otros rincones del planeta inspirando el pensamiento y la forma de partidos y políticos.

Los líderes de este nuevo auge del populismo tienden a agravar la crisis de legitimidad del sistema político y apelan a un implícito imaginario de unidad y cohesión absoluta. Ellos se declaran libres de cualquier tipo de responsabilidad mientras ofrecen una interpretación maniquea de las crisis. Cuando llegan al poder hablan en nombre del ‘pueblo’ del que afirman encarnar la homogeneidad y la virtud ante el cual agitan la sombra de los enemigos. Esto tiende a concentrar el poder y despoja al Estado de derecho de su espíritu y sustancia con el lema: “El pueblo me ha elegido” (Zanatta, 2014).



Europa no se ha quedado atrás en tener representación *trumpista* y populista de los líderes europeos como Matteo Salvini en Italia, Viktor Orban en Hungría, Janez Jansa en Eslovenia o Andrzej Duda en Polonia. Sus formas de hacer política se reflejan en la creciente desigualdad social y en la desinformación que consigue un hueco en Internet y en las redes sociales sin un verdadero control.

Diferentes expertos ponen a Díaz Ayuso en el epicentro del *trumpismo* en España. La popular está en primera línea mediática gracias a sus polémicas frases, desde decir que la fiesta del Orgullo Gay no podía ser en la Casa de Campo porque van muchas familias hasta afirmar que Podemos dará las casas de los ciudadanos a sus amigos okupas.

En cuanto a sus movimientos políticos, la clave de su carrera ha sido la forma de dirigir Madrid durante la pandemia de la COVID-19. Según el Ministerio de Sanidad, la capital española ha encabezado la lista de comunidades autónomas con mayor número de casos de personas con coronavirus por cada 100.000 habitantes, además de estar entre las que mayor número de fallecidos por esta causa y la que presenta un mayor porcentaje de ocupación en las UCI.

A pesar de esto, Ayuso no admite errores. Es más, en ocasiones ella misma se ha tratado como la víctima de esta pandemia.

Detrás de Díaz Ayuso se encuentra la figura de su jefe de Gabinete, Miguel Ángel Rodríguez, el que fuera asesor, secretario de Estado de Comunicación y portavoz del Gobierno del expresidente José María Aznar. Rodríguez se retiraba del escenario político en el año 1998 y fue en 2019 cuando resurgió de sus cenizas para convertirse en la sombra de la presidenta de Madrid.

“Ayuso y Rodríguez comparten una misma visión, son pura simbiosis, se retroalimentan. Él le ha dado la confianza y seguridad a la madrileña para que convocara elecciones, estaba esperando el momento idóneo”, explica en entrevista personal para este trabajo la experta en comunicación política Isabel Selva.

Idóneo o no, lo cierto es que la jugada le ha salido bien al PP madrileño consiguiendo el doble de escaños (65) el pasado 4 de mayo, así celebraba la victoria en Twitter el asesor:

“Me gusta cuando los planes salen bien. Felicidades, presidenta Díaz Ayuso. Eres la valiente y la mejor.”

Desde la izquierda, el hombre que maneja los hilos del PSOE es Iván Redondo, director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España, a quien la estrategia de presentar por tercera vez a Ángel Gabilondo en las elecciones de la capital española no ha obtenido los resultados esperados. En cambio, su trabajo desde 2017 junto a Pedro Sánchez sí, y esto le ha hecho convertirse en una de las figuras más comentadas de la política nacional.

#### **3.4. Caso Iván Redondo**

Ivan Redondo nació el 14 de abril de 1981 en la ciudad vasca de San Sebastián donde se licenció en Humanidades y Comunicación por la Universidad de Deusto.

A lo largo de sus 15 años como asesor político, Redondo se ha mantenido en un segundo plano mientras trazaba las estrategias para conseguir que sus candidatos, sin importar sus colores, consiguieran los distintos objetivos fijados. Como él mismo dice: “La política es el arte de lo que no se ve”.

Sus primeros movimientos los hizo con el entonces líder de la oposición en Badalona, Xavier García Albiol del Partido Popular cuyo propósito solo era lograr dos concejales más en las elecciones municipales de mayo de 2007. Una candidatura que fue envuelta en polémica por la utilización del lema que lanzaría el popular afirmando que si ganaba “limpiaría las calles de inmigrantes irregulares”. Consiguió el objetivo: aumentar el número de ediles y convertirse en una figura relevante dentro de Cataluña. Con la ayuda también de Redondo, en 2011 Albiol se convirtió en el primer alcalde de derechas que gobernaba en Badalona.

Más tarde, durante las elecciones al Parlamento Vasco de 2009, asesoró al candidato del Partido Popular Antonio Basagoiti. Los populares quedaron en tercer lugar, con 13 escaños, mucho más de lo que vaticinaban las encuestas.

Posteriormente, Iván Redondo dio un salto de comunidad para atender la llamada de José Antonio Monago, también del Partido Popular, que luchaba por convertirse en presidente de la Junta de Extremadura, un lugar ocupado tradicionalmente por los socialistas. El consultor realizó una campaña electoral que llevó a la victoria al popular en las elecciones a la Asamblea de Extremadura en 2011.

La figura creada por Redondo, poco a poco, fue atrayendo a más opositores que afirman que Monago era una marioneta del asesor, a quien en Extremadura apodaron como 'el octavo consejero' en relación a la película Alien. El extremeño tampoco se quedó libre de bautizo, la opinión pública pasaría a denominarlo 'barón rojo' por su postura, en ocasiones, desligada del PP central, y que veían más cercana a ideologías de izquierda.

Los polémicos viajes a Canarias del presidente Monago, pagados con dinero público, y la política de show que realizaba él mismo bajo las directrices de Redondo, llevaron al primer y único presidente del Partido Popular en Extremadura a perder las siguientes elecciones en 2015.

En la actualidad, Iván Redondo ocupa el puesto de director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno donde trabaja codo a codo con Pedro Sánchez y compañía. La relación entre ambos comenzaría a fraguarse en 2016, cuando Sánchez parecía condenado al olvido político tras la derrota en las elecciones y su negación a facilitar la investidura de Mariano Rajoy, por la cual perdió su escaño de diputado. Un año más tarde y tras recorrer España en su Peugeot 407 para alentar a la militancia, Sánchez ganaría las primarias del PSOE y se convertiría de nuevo en secretario general del partido.

En 2018, la sentencia de la Gürtel llevaría al grupo socialista a trabajar en una moción de censura que tendría sus frutos convirtiendo a Pedro Sánchez en presidente del Gobierno de España.

Desde ese momento, hemos visto a Redondo convertirse en el hombre de confianza del presidente, acompañándolo en cada discurso, cada acto, cada campaña.

Una gran parte de los momentos clave de la historia reciente de nuestro país han sido trazados por la mano de Iván Redondo. Desde el primero, la moción de censura a Mariano Rajoy en 2018, donde el propio socialista afirma en su libro *Manual de Resistencia* que en las reuniones posteriores a la sentencia del caso Gürtel, el asesor estaba presente:

“Cuando llego a la sede el Partido Socialista, nos ponemos en marcha (...). A aquella reunión asisten también Adriana Lastra, José Luis Ábalos, Carmen Calvo, Iván Redondo, Maritcha Ruiz, Juanma Serrano...”

Pasando por la decisión estratégica de presentar a Salvador Illa, entonces ministro de Sanidad, a las elecciones a la Presidencia de la Generalidad de Cataluña de 2021. Así, el domingo 14 de febrero el PSC se convirtió en el partido más votado con el 23,04% de los votos, obteniendo 33 escaños en el parlamento. Según El Confidencial, durante los últimos días de campaña el asesor no se separó del candidato catalán, y afirma que no solo fue una victoria del PSC sino también de Redondo. Acierto o no, la verdad es que Illa no se olvidó de él en los agradecimientos de la noche electoral:

“Quería acabar, si me lo permiten, con una licencia personal y un capítulo de agradecimientos (...) a Iván Redondo por todo lo que me ha acompañado en estos meses desde que soy ministro, tan duros; gracias, gracias querido Iván.”

Casi un mes después de estos acontecimientos, comienza en España un terremoto político con epicentro en Murcia, donde el PSOE y Ciudadanos acuerdan presentar una moción de censura contra el Partido Popular para desbancarlos del gobierno regional y

local. El pacto se llevó a cabo en secreto entre ambos bandos para evitar que el presidente Fernando López pudiera convocar unas elecciones y que la moción no saliera adelante. Finalmente, el plan fracasó debido a tres tráfugas de la formación naranja que retiraron sus firmas de la moción a cambio de aceptar cargos en el Ejecutivo murciano.

Algo similar se vivió en Castilla y León, la iniciativa impulsada por el PSOE contaba a priori con 37 votos, pero los socialistas necesitaban cuatro más para lograr una mayoría absoluta que no se produjo y la moción de censura fracasó también en la comunidad castellanoleonesa. Aquí, el vicepresidente y portavoz de la Junta, Francisco Igea de Ciudadanos, señalaba lo siguiente: “La moción es una partida en la que juegan unos señores de fuera y en la que el encargado de mover los peones es el señor Redondo.”

Esta crispación política llegó también a la capital española, el PSOE y Más Madrid presentaron una moción de censura contra la presidencia de Díaz Ayuso, quien con tiempo disolvió la Asamblea de Madrid. Pese a la incertidumbre inicial de qué fue antes, el Tribunal Superior de Justicia madrileño se pronunció dando la razón a la popular y como consecuencia se convocaron las elecciones el 4 de mayo. Iván Redondo pasó a dirigir la campaña del candidato socialista Ángel Gabilondo, donde el PSOE no obtuvo los resultados deseados y los medios de comunicación ‘atacaron’ la estrategia del asesor tildando de fracaso personal y profesional del vasco.

#### 4. RESULTADOS

Como ya sabemos, el trabajo que realiza un asesor con el político que acompaña tiene diferentes funciones como por ejemplo la toma de decisiones, la creación de una estrategia o el lanzamiento de mensajes dirigidos a una audiencia en concreto. Es por ello que el papel de un consultor influye tanto en las acciones que hace un municipio, una comunidad o un país.

Para conocer la realidad que hay detrás de la tarea que realizan los asesores y su importancia en la política actual se ha entrevistado a tres perfiles diferentes como Isabel Selva, periodista especializada en comunicación política; Germán Llorca, profesor e investigador y Patricia Maciá, ex asesora y presente política. De esta manera, se muestran los siguientes resultados:

##### **-Un político debe contar con la ayuda del trabajo de un asesor**

Para Selva el consultor es el punto de apoyo total que tiene un político. “Es su agenda, su soporte y su sombra”, afirma la periodista.

Lo cierto es que los políticos, de primera línea sobre todo, atienden a varias actividades diarias como actos, entrevistas, ejecutivas... Por ello, es necesario llevar una organización por parte del asesor para que su líder no vaya perdido y únicamente se encargue de lanzar los mensajes correctos para la audiencia de ese momento. Por otro lado, es necesario contar con la visión de otra persona que vea las cosas desde diferente perspectiva y sepa ver lo que a otro se le escapa.

Es fundamental que tanto el asesor como el político trabajen con los mismos objetivos y con la misma visión. Existen dos tipos de consultores, los que desde un principio comparten una ideología y luchan por un igual propósito porque van en la misma línea política; y los profesionales, mucho más estrategas, quienes pueden trabajar con políticos de diferentes colores.

“En política es importante tener a una persona, llámese asesor llámese un apoyo comunicativo externo, pienso que el equipo es mejor que el individualismo que no lleva, y más en este campo, a buen puerto, por eso yo pienso en el equipo.”, afirma la concejal Maciá.

El trabajo que realiza un asesor no se queda solo en el ámbito nacional de primera línea, también es conveniente que las provincias y los municipios cuenten con un apoyo comunicativo: “El político se centra en sus cuestiones de gobierno y no se para a pensar en hacer un comunicado incidiendo en algo clave que ha ocurrido.”, dice la ex asesora y añade: “Yo he trabajado durante cuatro años asesorando a pequeños pueblos de la Vega Baja que deben tener la oportunidad de contar con un apoyo para lanzar sus mensajes”.

Un líder tiene el deber de comunicar, pero normalmente no tiene el don para saber qué decir en cada momento o de qué forma lanzar la información a los diferentes públicos. Así pues se hace necesaria la intervención de un asesor que sepa ver las cosas desde otro ángulo y poner en orden todas las ideas que vienen por parte del político.

#### **-La mayoría de las actuaciones del político son obra del asesor**

Ya tenemos claro que la tarea del asesor es fundamental a la hora de crear la imagen pública del político. Por ello, en ocasiones tendemos a caer en la duda de si los discursos o las acciones realizadas por parte de una figura política son obra de su improvisación o por el contrario, son fruto de un previo trabajo.

“Prácticamente nada de lo que dice un político es resultado de una contestación espontánea o que pueda estar vinculado a lo que realmente piensa”, opina Germán Llorca y agrega: “Siempre va a contar o explicar algo que está conectado con una estrategia más amplia, que además ya tiene elaborada y trabajada”.

Patricia Maciá piensa que esto depende más del político, a ella le gusta escribirse los discursos para evitar que otros utilicen un lenguaje que no es el suyo y no pueda sentirse reflejada con las palabras. “Es importantísimo que el asesor te diga por dónde

hay que tirar, pero el político tiene que saber impregnar su huella, saber lo que quiere decir en cada momento.”, manifiesta.

Isabel Selva coincide con Maciá, el político es el que tiene que poner la base de su pensamiento en sus acciones comunicativas: “Es importante que las ideas del discurso las tenga el político, te pueden hacer el discurso los asesores, que te lo hacen; pero esas ideas y luego el punto final, lo que le vas a añadir ese valor emocional de quién es él y cómo lo transmite tiene que nacer del político.”, sostiene la periodista.

A gran escala, con políticos de primera línea es más difícil que sean ellos mismos los que escriban su locución, pues algunos no tienen los conocimientos ni el tiempo para dedicarse en exclusiva a realizar un correcto trabajo.

De esa manera, cuentan en su equipo con un grupo de asesores que definen su estrategia, su comunicación y su toma de decisiones. Aquí, Selva ve un problema: “Muchos asesores comunican desde el argumentario, luego te oyes a todos los políticos decir el mismo mensaje y así la gente no se los cree, parecen copias.”

Ya tenemos claro que en mayor o menor medida las figuras políticas se dejan llevar por el trabajo previo, la opinión y los consejos del asesor que tienen a su lado. Pero, que esto influya más o menos en las acciones de un político dependerá de la personalidad del mismo.

#### **-El asesor tiene una cierta influencia y poder sobre su político**

Cuando a los entrevistados se les pregunta si un consultor tiene más poder que su político las respuesta podría resumirse en “es posible”. La periodista Selva cree que en el fondo quien tiene más poder es el asesor ya que es la persona de confianza del líder y lo que dice él va a misa: “ Al final el asesor es los ojos, la voz y los oídos del político”, declara.

La concejal Maciá duda: “Depende del propio político, hay personas que se dejan más llevar y otras que tienen más carácter”. Ella cree que a gran escala, si se cuenta con un



buen asesor este puede ejercer mucho poder sobre el líder y esto puede llevar a convertirlo en una marioneta. “La personalidad del político es determinante en este caso”, sentencia.

El ejemplo más claro que ve el profesor Llorca está en la figura del estadounidense Steve Bannon y su influencia en la primera etapa de Donald Trump donde el asesor condicionaba el discurso y la política que el demócrata ejercía.

No hay que irse tan lejos para poder ver este dominio, el actual alcalde de Ontinyent, Jorge Rodríguez, fue detenido por corrupción cuando ocupaba el cargo de presidente de la Diputación de Valencia al ser acusado de contratar a dedo a siete alto cargos de Divalterra entre militantes del PSPV y Compromís. En este juicio se vieron envueltos también su jefe de gabinete, Ricard Gallego y el asesor Manuel Reguart.

“En algunos momentos la capacidad de influencia de los asesores en relación con los candidatos con lo que trabaja puede ser determinante”, expresa el investigador.

#### **-Iván Redondo está realizando un buen trabajo como asesor presidencial**

Desde el año 2017, Iván Redondo se ha convertido en el hombre de confianza de Pedro Sánchez. El socialista apostó por su trabajo para la preparación de las primarias del PSOE de ese mismo año. La figura del asesor ha ido creciendo públicamente a partir de su nombramiento como director del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España.

“La clave de que esté en ese cargo, en este caso, ha sido no tener un perfil ideológico definido”, estima Isabel Selva.

El investigador Llorca piensa parecido, ya que cree que es sano mantener una suficiente distancia ideológica y personal con el asesorado. “La razón por la que ha llegado donde está es por esa figura de profesional que en definitiva es capaz de trabajar para personas que ocupan dentro de lo que es el espectro ideológico posiciones incluso antagónicas.”, afirma.

Cuando a la periodista se le pregunta por si Redondo está haciendo un buen trabajo con Sánchez su respuesta es clara: “Sí, sin duda”. A pesar de que marca distancia porque opina que al asesor le falta más empatía y falla en prevalecer la estrategia sobre el político. “Se debe potenciar a la persona, es lo que llega a la gente.”, dictamina. El error que ve en Redondo es que no deja a sus candidatos que sean los políticos que puedan llegar a ser. Le pasa con Sánchez y en las últimas elecciones madrileñas con Ángel Gabilondo.

Con el tema de la identidad de la figura política está de acuerdo Maciá quien sostiene que es bueno tener a un asesor pero que el político nunca debe perder quién es porque es lo que llega a la ciudadanía.

Pero en cambio, la concejala difiere con que el presidente haya perdido su esencia: “Tiene un buen asesor, lo está haciendo muy bien, sobre todo porque Pedro Sánchez no ha dejado de ser Pedro Sánchez, su esencia continúa.”

Independientemente de la personalidad de los políticos que acompaña, todos los entrevistados concuerdan en que Iván Redondo está realizando un buen trabajo y que la clave podría ser que no esté vinculado (de forma pública) a ninguna ideología concreta y así, pueda desempeñar sus funciones, con adecuados resultados, con candidatos de todos los colores.

#### **-Existe una clara diferencia entre Iván Redondo y otros asesores**

Como bien hemos comentado a lo largo de este trabajo, existen dos tipos de asesores: el perfil profesional, aquel que trabaja con cualquier político independientemente de su color, es una figura más estratega; y el asesor que desde el principio comparte una misma ideología con su candidato.

“Miguel Ángel Rodríguez era político, ha ocupado cargos de representación con el Partido Popular, en el caso de Iván Redondo siempre ha estado a la sombra del poder, no ha sido político de carné o de partido.”, observa Germán Llorca.

Siguiendo la línea de estos dos perfiles, Isabel Selva cree que no todo el mundo vale para ser estratega: “Hay que tener aplomo, saber que estás para hacer ese trabajo y que te de igual ciertos valores éticos.”, afirma la periodista. Para ella, es fundamental que los asesores y los políticos compartan una misma visión.

#### **-Los medios de comunicación acrecientan el mito del asesor**

En los últimos meses, hemos visto que diversos medios de comunicación nacionales inciden en mostrar a los asesores como una especie de titiriteros que tienen en su poder todos los movimientos de sus políticos.

“La duda de hasta qué punto el asesor se implica en la gestión política siempre va a estar.” dice Llorca. Pero incide en que la cuestión sería conocer los intereses de los periodistas en destacar esos detalles.

“Lo que habría que preguntarle al medio que vierte estas opiniones es el tipo de aliciente que puede tener al decir que la política de la Moncloa la lleva Iván Redondo”, razona el investigador.

Lo de que los medios de comunicación son el cuarto poder nadie lo puede discutir a estas alturas. Patricia Maciá que antes de ser concejal ejerció como periodista afirma que la sociedad crea una opinión en función de lo que el medio escriba o diga. “Al final los *mass media* nos seleccionan sobre lo que tenemos que hablar los ciudadanos, si el medio quiere que se hable de Iván Redondo pues lo va a meter por donde pueda y hoy hablarás de él.”, manifiesta.

Sin ir más lejos, en las pasadas elecciones a la Asamblea de Madrid, el 6 de mayo el ABC abrió segunda portada con el titular:

“La batalla de los nuevos maquiavelos: MAR deja fuera de juego a Redondo”

El Confidencial destacaba también el trabajo de los asesores:

“Las miradas se dirigen a Redondo, porque no se pueden dirigir a Sánchez. Miguel Ángel Rodríguez ha ganado por goleada al jefe de Gabinete del Presidente del Gobierno.”

Más reciente, el informe España 2050 en el que el nombre del asesor del socialista no ha dejado de salir por su implicación en el mismo. En la COPE:

“El problema es que nace bajo la sospecha del partidismo, como un proyecto personal del gurú electoral de Pedro Sánchez, Iván Redondo.”

Y en RTVE, entre otros:

“El documento ha sido elaborado por la Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia de País a Largo Plazo, un organismo que encargó crear hace un año y medio a su jefe de Gabinete, Iván Redondo”

Lo cierto es, que los medios de comunicación caen en el error de que los asesores hacen magia con sus políticos. Por ello, cuando se toma una mala decisión y a esto le sucede un cierto desequilibrio político parece que a ellos no se les trata como personas normales que tienen sus aciertos y sus errores por esa aura de conseguir lo imposible en la que se les ha envuelto.

También hay que decir que gran parte de las menciones a los gurús en medios de comunicación vienen en el apartado de artículo de opinión. Aun así, hay algo claro y es la creciente importancia que se le da a los asesores como directores de una orquesta llamada partido político.

## 5. CONCLUSIONES

### 5.1. Discusión de las preguntas de investigación

1. La primera pregunta es sencilla de resolver. Para cualquier figura política, independientemente de su grado en la administración (desde un alcalde hasta un presidente de gobierno), es fundamental contar con la labor de un asesor. Este deberá ser el apoyo comunicativo del político, aquel que organice su calendario, tome la estrategia más recomendada para lograr los objetivos y marque los mensajes que deberán ser lanzados a los diferentes públicos. Esta relación se tiene que basar en la confianza mutua y ambos deben trabajar a partir de una misma visión para conseguir los mismos propósitos.
2. En cuanto a la segunda cuestión, es más difícil de verificar puesto que depende mucho de la personalidad del dirigente. En líneas generales, podríamos afirmar que la mayor parte de las acciones que realiza un político son fruto de un trabajo previo, de una estrategia mucho más amplia y nunca de una contestación o acto improvisado o ligado íntegramente a su pensamiento propio.
3. De forma similar a la anterior, que un asesor tenga más o menos poder que su candidato depende, en definitiva, de la forma de ser del político. Pero, tras mostrar en este estudio el caso de EEUU con la figura del presidente Donald Trump y la campaña dirigida por Steve Bannon, podemos apreciar la influencia que este tuvo sobre su líder. Por tanto, en ocasiones, el dominio que los asesores tienen sobre sus dirigentes puede ser determinante en sus políticas.
4. Por último, la cuarta pregunta se podría responder con que existe una diferencia entre Iván Redondo y otros asesores. En este caso, al haber analizado también la trayectoria de Bannon y Rodríguez, ambos perfiles con ideologías ligadas a las de sus candidatos, podemos decir que la gran distinción se encuentra en que Redondo es un asesor más profesional al haber trabajado con

líderes de distintos partidos políticos y el resto, lo han hecho con dirigentes con lo que compartían idearios.

## **5.2. Análisis final de los resultados**

En resumen, tras la lectura de diferentes artículos científicos, libros y sobre todo, de las entrevistas realizadas a Isabel Selva, Germán Llorca y Patricia Maciá hemos conseguido llegar a los resultados y conclusiones expuestas anteriormente. Por ello, podemos afirmar las siguientes conclusiones:

- Por un lado, la figura del asesor es casi tan antigua como el concepto de comunicación política y por ello, esta figura es tan determinante en este ámbito; por consiguiente es importante que todo político cuente con el trabajo de un consultor. Y, por otro lado, el asesor que crea un vínculo de confianza con su candidato logra un alto grado de influencia sobre este y es por esto que, en ocasiones, es él quien ejerce más poder en la toma de decisiones que el propio líder.

De modo que, después de todo lo redactado en este estudio se puede afirmar que se ha alcanzado el objetivo principal: analizar y descubrir las claves de la comunicación política a través de los diferentes casos de asesores políticos, en especial a través del trabajo del español Iván Redondo.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Amiguet, T. (2020, 27 septiembre). *Kennedy vs. Nixon: el triunfo de la telegenia*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20200926/483650045417/kennedy-nixon-debates-television-elecciones-estados-unidos.html>
- Arranque y desarrollo de la consultoría política en Estados Unidos*. (2012, 16 febrero). Packaging politics. <https://rogerfort.wordpress.com/2012/02/16/arranque-y-desarrollo-de-la-consultoria-politica-en-estados-unidos/>
- BBC News Mundo. (2017, 19 agosto). *Estados Unidos: quién es Stephen Bannon, el controversial asesor de Trump cercano a los grupos de ultraderecha despedido de la Casa Blanca*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38817934>
- C. (2021, 20 mayo). *Línea editorial: "España 2050": una buena idea condenada al fracaso*. COPE. [https://www.cope.es/actualidad/linea-editorial/noticias/linea-editorial-espana-2050-una-buena-idea-condenada-fracaso-20210520\\_1301395](https://www.cope.es/actualidad/linea-editorial/noticias/linea-editorial-espana-2050-una-buena-idea-condenada-fracaso-20210520_1301395)
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política, una guía para su estudio y práctica* (2.<sup>a</sup> ed.). Tecnos. [http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5\\_comunicacionpolitica\\_unaguia de estudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpolitica_unaguia de estudio.pdf)
- Confidente, E. (2021, 15 febrero). *Iván Redondo, Paco Salazar y otros agradecimientos de Illa*. El Confidencial. [https://blogs.elconfidencial.com/espana/el-confidente/2021-02-15/redondo-salazar-agradecimientos-illa\\_2950868/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/el-confidente/2021-02-15/redondo-salazar-agradecimientos-illa_2950868/)

- Expansion.com, Unidad Editorial Internet, S.L. (2011, 15 diciembre). *De profesión. . . asesor político, Empleo, expansion.com*. Extension.com. <https://www.expansion.com/2011/12/15/empleo/mercado-laboral/1323974113.html>
- Ferrero, A. (2018). *Steve Bannon, el hombre a la sombra del America first*. www.elsaltodiario.com. <https://www.elsaltodiario.com/estados-unidos/steve-bannon-el-hombre-a-la-sombra-del-america-first>
- Fresneda, D. (2021, 20 mayo). *Sánchez pretende abrir un «gran diálogo» sobre el futuro de España*. RTVE.es. <https://www.rtve.es/noticias/20210520/sanchez-futuro-espana-2050/2091380.shtml>
- Fuente, U. (2020, 17 noviembre). *“America First”, el eslogan de Trump que antes usó el movimiento nazi de Estados Unidos*. La Razón. <https://www.larazon.es/cultura/20201117/gsxk4tpjynewbli54l3rp4lxjq.html>
- Garea, F. (2021, 5 mayo). *El 4-M asesta un duro revés a Sánchez y a la estrategia diseñada por Moncloa*. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/espana/2021-05-04/elecciones-madrid-duro-reves-sanchez-estrategia-moncloa\\_3063780/](https://www.elconfidencial.com/espana/2021-05-04/elecciones-madrid-duro-reves-sanchez-estrategia-moncloa_3063780/)
- Larriba, E. (2016). *La prensa al servicio del imperio*. *Revista de historia Jerónimo Zurita*, 91. <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/35/84/04larriba.pdf>
- Lizza, R. (2016). *Steve Bannon will lead Trump’s White House*. The New Yorker. <https://drwho.virtadpt.net/files/2017-01/steve-bannon-lead-white-house.pdf>
- Llorca, G. (2021). Entrevista en profundidad realizada el 26 de abril.
- Maciá, P. (2021). Entrevista en profundidad realizada el 30 de abril.



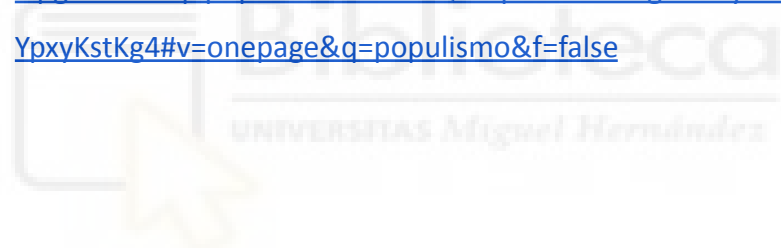
- Maquiavelo, N. (2020). *El Príncipe* (31.a ed.). Editorial Porrúa México.
- NextIBS, P. (2020, 12 marzo). *La Comunicación Política, una disciplina con pasado y con futuro*. Next IBS. <https://www.nextibs.com/comunicacion-politica-pasado-futuro/>
- Reflexiones sobre la comunicación política*. (2010). Universidad Autónoma del Estado de México México. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67618934007.pdf>
- Ríos, Á. D. L. (2021, 5 mayo). *El mensaje de Miguel Ángel Rodríguez tras la victoria de Ayuso en Madrid*. COPE. [https://www.cope.es/emisoras/la-rioja/la-rioja-provincia/logrono/noticias/victoria-ayuso-madrid-miguel-angel-rodriguez-20210505\\_1272399](https://www.cope.es/emisoras/la-rioja/la-rioja-provincia/logrono/noticias/victoria-ayuso-madrid-miguel-angel-rodriguez-20210505_1272399)
- RTVE.es. (2008, 25 septiembre). *Debate entre Nixon y Kennedy en 1960* [Vídeo]. RTVE.es. <https://www.rtve.es/alacarta/videos/programa/debate-entre-nixon-kennedy-1960/297369/>
- RTVE.es. (2021). *Salvador Illa gana las elecciones en Cataluña: «Me presentaré a la investidura»*. <https://www.rtve.es/alacarta/videos/especiales-informativos/illa-gana-elecciones/5792548/>
- Sánchez, P. (2019). *Manual de resistencia*. Ediciones Península.
- Selva, I. (2021). Entrevista en profundidad realizada el 27 de abril.
- Serra, M. J., Zafra, I., Vázquez, C., & Blas, E. G. (2018, 27 junio). *Detenido el presidente socialista de la Diputación de Valencia, Jorge Rodríguez, por corrupción*. EL PAÍS. [https://elpais.com/ccaa/2018/06/27/valencia/1530084977\\_482629.htm](https://elpais.com/ccaa/2018/06/27/valencia/1530084977_482629.htm)

Urcelay Alonso. (1988). Marketing y política. *Fundación Speiro*.  
<https://fundacionspeiro.org/verbo/1989/V-277-278-P-1115-1135.pdf>

Viana, I. (2012, 5 octubre). *Nixon vs. Kennedy: el día que cambió la televisión y la política*. abc.  
[https://www.abc.es/internacional/abci-kennedy-nixon-debate-201210040000\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abci-kennedy-nixon-debate-201210040000_noticia.html)

Von Drehle, D. (2017, 2 febrero). *Is Steve Bannon the Second Most Powerful Man in the World?* TIME.com.  
<https://time.com/magazine/us/4657637/february-13th-2017-vol-189-no-5-u-s/>

Zanatta, L. (2014). *El populismo* [Libro electrónico]. Katz Editores.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UhSCAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=populismo&ots=zQnNqwHOaA&sig=NhTyHVfTWyP\\_DTzSLYpxyKstKg4#v=onepage&q=populismo&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UhSCAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=populismo&ots=zQnNqwHOaA&sig=NhTyHVfTWyP_DTzSLYpxyKstKg4#v=onepage&q=populismo&f=false)



## 7. ANEXOS

### 7.1. Entrevista a Isabel Selva

#### 1. ¿Qué cualidades debe tener un asesor político?

El asesor es el punto de apoyo total del político, ya que tienen una agenda tan grande que al final se tienen que apoyar en alguien.

El asesor de comunicación en cada acto tiene que estar muy organizado y tener claro qué mensajes lanzar y qué preguntas le pueden hacer al candidato. Y el apoyo es fundamental, porque de acto en acto se tiene que agarrar a alguien, sino el político va perdido. Es su agenda.

El asesor tiene que tener la documentación necesaria para cada acto que tenga en la agenda y luego la capacidad de ver qué transmitir en ese acto. Tiene que tener todo muy clarito, sus documentos y la organización es fundamental. Tiene que ser el soporte, la sombra del político.

El jefe de gabinete marca la agenda y va normalmente con el asesor de comunicación a todas partes. La comunicación entre ellos dos tiene que ser muy buena.

Para mí las cualidades principales de un asesor político tienen que ser la organización y la buena capacidad para transmitir los mensajes que tiene que dar el candidato.

También veo cualidades que me faltan en los asesores como tener una misma visión con su político, para mí es fundamental. Hay dos tipos de asesores, el que comparte una misma visión de antemano, como el caso de Ayuso-Rodríguez. Ellos son pura simbiosis, se retroalimentan, ideológicamente están en la misma causa. Y el otro tipo es el profesional, que puede trabajar con políticos de diferentes ideologías, no es que el otro no sea profesional, pero no es el mismo perfil, este es más estratégico. No todo el mundo vale para ser estratega, hay que tener aplomo saber que estás para hacer ese trabajo y que te tienen que dar igual ciertos valores éticos.

El error que veo en Redondo es que no deja a sus candidatos que sean los políticos que puedan llegar a ser, las posibilidades que tienen como persona. Le pasa con Sánchez, y ahora con Gabilondo, no está dejando que sea el perfil que es él como político. Puedes tener una estrategia, pero tiene que ser coherente con cómo es la persona para eso es muy importante combinar la estrategia con el perfil político, dejar que sea el político también la persona que es.

En la toma de decisiones se tiene que dejar ver el perfil del político, que la toma de decisiones no sea solo la estrategia, sino que tenga en cuenta también la visión.

Es muy importante también que el asesor sea quien marque la agenda, porque si no se la va a marcar otra persona. El asesor tiene que tener una idea de despolarizar la política, en esto contribuye mucho su trabajo.

## **2. ¿Cómo de importante es para un político ser guiado por un asesor?**

Es importante, hay cosas que se te pueden escapar, necesitas la visión de otra persona.

Si que es verdad que con los políticos a veces pasa que nadie se atreve a decirle a los líderes lo que sería conveniente hacer. Se habla de la soledad del líder, que es la persona que tiene que tomar decisiones pero yo creo que esas decisiones se deben tomar conjuntamente.

Hay una parte de la realidad que no se puede ver igual, falta a veces esa conexión con la calle, con las redes sociales, se echa de menos que esté en contacto con las personas.

El asesor y el político tienen que trabajar con los mismos objetivos y con la misma visión.

Depende del perfil del político que se deje arrastrar por el asesor, en el caso de Pedro Sánchez lo lleva a rajatabla, a mí en ocasiones me gustaba más el Pedro del viaje del héroe que hizo cuando estaba en decadencia en su partido, era más él, está claro que ahora es presidente y no puede actuar de la misma forma.

A nivel estratégico ha habido dos elecciones donde ha sido fundamental el apoyo que ha tenido Sánchez, la estrategia que ha tenido de convocar dos elecciones, aquí si no tienes un buen asesor pues igual no haces eso. Tienes que mirar la estrategia que mejor le conviene. El tema es, le conviene a él o le conviene al país; el problema que yo le encuentro a los asesores es que no miran tanto por el bien común, sino por legitimar el poder del político.

### **3. ¿Existe una diferencia entre Pedro Sánchez antes de Iván Redondo?**

Hay un antes y un después de Sánchez, no tanto por la intervención de Redondo, aunque hay cosas de la factoría de Redondo que están.

Pero se nota la diferencia cuando accede a la presidencia. Con la anterior asesora se veía más a la persona, quien es Pedro Sánchez. La estrategia se nota mucho con Redondo, cuando se quiso ir hacia el centro, cuando quiso convocar elecciones porque sabían que iba a pasar todo esto de la polarización que estamos viviendo.

Yo lo veo en la política actual y en la estrategia de los asesores es mucho cortoplacismo mucho tacticismo, faltan más políticas transformadoras, ahora mismo la gestión es a golpe de titular y de espectáculo.

A mí me encanta ver a Yolanda Díaz, ella hace política transformadora, hay silencio cuando se reúne con unos y con otros, no hace política de espectáculo, de repente llega a un acuerdo y es entonces cuando se comunica la noticia, de puertas para dentro, menos ruido.

En Pedro Sánchez hay un antes y un después por el cargo que ocupa ahora.

En los asesores me falta que apuesten más por el valor añadido del político, independiente de las estrategias, que luego pueden salir mejor o peor. La estrategia a veces se come un poco la razón de ser de los políticos y de los partidos. Desde dónde comunico, desde dónde hago la estrategia está claro que lo hacen desde llegar al

poder, el poder como propiedad no por el bien común, eso al final se ve. Según estudios, ahora lo tiene mejor la persona que es auténtica y coherente.

#### **4. ¿Quién cree que tiene más poder, un asesor o un político?**

Yo creo que en el fondo tiene más poder el asesor, si está alineado con el político de la forma que te he dicho. Al final es la persona de confianza, esa relación se construye desde la confianza, es el valor más puro, lo que dice él va a misa. El político está metido en su agenda y hay una parte de la realidad que no ve, el asesor es sus ojos, su voz, sus oídos... Yo creo que tiene más poder el asesor político.

Ahora mismo el poder mediático lo tienen los estrategas de los partidos, la toma de decisiones a golpe de encuesta. Cuando las encuestas van bien, decides. Eso ha pasado en Madrid, Ayuso estaba esperando el momento, y ¿quién ha convocado elecciones? Pues Rodríguez igual que ella y seguramente el punto que le ha dado él de confianza y seguridad ella sola no lo iba a tener. La convocatoria ha venido de él, estaba esperando el momento idóneo. Ahora mismo ellos comparten una misma visión: ser presidenta de España.

#### **5. ¿Cree que en España nuestros políticos son buenos comunicadores?**

Pues unos sí y otros no, depende. Yo creo que son buenos comunicadores en general, otra cosa son los alcaldes y todo esto, pero los políticos en primera línea sí son buenos comunicadores.

Un problema que veo de los asesores que se comunica desde el argumentario, te oyes a todos diciendo el mismo mensaje y eso la gente no se lo cree, parecen copias, réplicas. Hay algunos políticos que ya tienen dotes comunicativos y otros que al final la práctica hace que aprendan.

Es importante que las ideas del discurso las tenga el político, te pueden hacer el discurso los asesores, que te lo hacen; pero esas ideas y luego el punto final, lo que le vas a añadir ese valor emocional de quién es él y cómo lo transmite tiene que nacer del político.

Están bien entrenados, tienen que saber colocar el mensaje. Te pregunten lo que te pregunten tú coloca el mensaje, hay que llevar tres puntos bien claros y meterlos.

Muchos tienen ego, el ego del líder, como Rivera, Sánchez e Iglesias. Lo ven todo desde ti, les falta algo de empatía.

**6. Iván Redondo, director del gabinete de Pedro Sánchez afirma que “la política es el arte de lo invisible”, ¿está de acuerdo?**

Para mí es el arte de lo posible, de hacer posible lo que en un principio crees que no lo puede ser. Lo de invisible no lo veo.

**7. Hablando de Redondo, ¿cree que está haciendo un buen trabajo como asesor político?**

Sí, sin duda. Trabaja desde el corto y desde el largo plazo, creo que debe tener un trabajo para el día a día y otro para cosas más futuras. Independientemente de que haya alguna cosa con la que pueda no estar de acuerdo, porque creo que falta más empatía, más estar con los ciudadanos, pero tanto a él como a otros. A Redondo le falla que parece que prevalece la estrategia sobre el político sobre cómo es, tienes que potenciar a la persona que es lo que llega a la gente. Y, luego, la estrategia de polarizar, que no la comparto, pero no de él de todos.

**8. ¿Cuál cree que ha sido su clave para llegar hasta donde está?**

La clave precisamente ha sido no tener un perfil ideológico, yo creo que funciona mejor tener el ideológico, pero bueno tú puedes ser un profesional y siempre que tus valores no se trastoquen al trabajar con alguien.

Él es estratega, hizo una campaña antiinmigración con Albiol del PP en Badalona. Consigue resultados, también lo hizo con el mismo partido en el Extremadura.

El poder por el poder a mí no me vale, a Redondo le vale porque para eso le contratan. Mi pregunta a los políticos es: ¿Su razón de ser de llegar a política es llegar al poder? Si

me dicen sí, entonces ya valoro el perfil del político. El político se va a buscar a uno que le ayude a eso.

Iván Redondo se ha subido a cualquier carro y le ha funcionado. Otra cosa es que lo comparta, que no lo hago, igual que no lo hago con la política trampista de Rodríguez con Ayuso y es un perfil totalmente diferente. El problema de la política es que está más pendiente de los titulares, de marcar la agenda mediática y de las redes que de luego hacer lo que le gusta a los ciudadanos, de debatir sobre economía, vivienda... Es verdad que las propuestas no venden pero según cómo la comuniqués puede llegar.

## **7.2. Entrevista a Germán Llorca**

### **1. El concepto Comunicación Política tiene muchas definiciones en función del autor, para usted, ¿qué es la comunicación política?**

Como muy bien dices la definición de Comunicación Política es algo bastante confuso de definir porque existe mucha gente que se ha empeñado en definirlo de una manera u otra. En realidad la Comunicación Política consiste en trasladar a la ciudadanía un determinado mensaje diferenciado de los mensajes de la competencia política y para ello se utilizan, por un lado diferentes estrategias y por otro, diferentes canales de comunicación.

### **2. ¿Cómo ha ido evolucionando este concepto?**

Yo creo que la particularidad de nuestro país es que en el contexto europeo se incorpora relativamente tarde a la democracia y de algún modo se tiene que inventar o reinventar porque no se había tenido práctica en la Comunicación Política en sí. Es decir, los partidos políticos desde la transición se ven en la necesidad de tratar de hacer llegar a un electorado qué es la democracia ya que los ciudadanos, en su mayoría no lo entienden.

Hay tres grandes fases en esa evolución que tú comentas:



-La primera fase tiene que ver con los años de la transición, donde se presentan más de 25 partidos (todo un gallinero) y ellos buscan cuál es su mensaje diferenciado respecto a la competencia.

-La segunda fase que arracaría con la victoria del PSOE en 1982 y duraría hasta hace 6 o 7 años. Donde no había una bipolarización absoluta porque estaban los partidos nacionalistas, Izquierda Unida, Centro Democrático y Social... un contexto dominado por dos partidos que juegan a repartirse el espacio ideológico de la izquierda y de la derecha.

-Y la tercera fase, la más reciente, que es desde las elecciones europeas de 2014, donde Podemos irrumpe con 1 millón de votos en el Parlamento Europeo, donde puede haber una fragmentación de voces políticas en el panorama nacional.

En esa primera fase hay una voluntad por buscar el espacio (mensaje) diferenciado, en la segunda fase estaría la idea de repartirse ideológicamente con tu contrincante político el espacio de la izquierda y de la derecha. Y en la última fase habría tanto en la izquierda como en la derecha una nueva necesidad de encontrar el mensaje concreto dentro del espacio de izquierda y de derecha y ha habido una evidente radicalización y proliferación de discursos populistas.

### **3. ¿Cómo influye la Comunicación Política en los ciudadanos?**

Yo creo que influye de diferente manera en el sentido de que la persona con independencia de la edad que tenga, yo no creo que sea algo tanto la cuestión generacional, se critica mucho que la gente joven no le interesa la política, yo no creo que esa sea la variable importante, lo importante es que la persona que está sensibilizada en cuestiones de política le interesa la política y el que no está sensibilizado no le interesa.

Hay una deriva porque yo creo que lo que han hecho los partidos políticos en los últimos años (última fase) es que no han sabido motivar o movilizar a la parte de la ciudadanía que no le interesa la política y por otro lado a la que sí le interesa la han

radicalizado en sus posiciones iniciales. No hay en realidad un debate, un intercambio de ideas, una disputa dialéctica real en la que un ciudadano pueda desde su posicionamiento (que siempre va estar ahí) decir qué partido le interesa más en función de los argumentos que expone.

**4. Relacionado con la comunicación política sobre todo estos últimos años se empieza a hablar de la figura del asesor político, pero ¿cómo de importante es su trabajo para la política en general?**

Yo creo que la figura de los asesores políticos es casi tan antigua, no te voy a decir como la Historia de la Humanidad, pero casi. La persona que ha encarnado el poder en un régimen democrático o autocrático más cercano o más lejano en el tiempo siempre ha tenido asesores, es decir siempre ha existido esa figura.

Si es verdad que en el siglo XX en Estados Unidos se profesionaliza, es decir, es una persona que inicialmente se encarga de la relación del político con los medios de comunicación porque se entiende que los medios de comunicación son los encargados de llevar el mensaje de los políticos a la inmensa mayoría del electorado y la ciudadanía. Y, obviamente, desde el momento en el que se profesionaliza esa función ha ido ganando en complejidad a medida que también el contexto comunicativo ha ido ganando en complejidad.

Hoy en día la Comunicación Política se hace en prácticamente en cualquier espacio de comunicación que no tiene que ver solo con el medio tradicional. Que va desde espacios en los medios tradicionales que antiguamente no ocupaban el mensaje político como una tertulia o un programa de entretenimiento a los espacios que se articulan alrededor de Internet, redes sociales y toda la hiperactividad que como ciudadanos llevamos ahí.

Esa figura del asesor ha ido haciéndose compleja a medida que el contexto comunicativo se ha ido haciendo complejo y está claro que ahora es no solo un experto en cuestiones de imagen y experto en cómo tratar con los periodistas que después van a hablar del político; ahora también tiene que ser un experto en entender y

comprender ese contexto digital, es decir, dónde busca la gente la información (si es que la busca) cómo se informa, cómo circulan las noticias, etc.

#### **5. ¿Qué papel puede tener el asesor político en la construcción de la imagen pública de su candidato/líder?**

Pues yo creo que obviamente depende de cada caso, como característica general tienen bastante responsabilidad porque al final es el asesor o el grupo de asesores los que le dicen al político lo que tiene que decir, los que acaban modulando su discurso. Habría que entrar y analizar cada caso.

Hay estudios muy interesantes sobre el tema del carisma. Hay políticos que son más carismáticos, por el motivo que sea, y ese carisma es el que de alguna forma se utiliza o se fomenta, también después de un trabajo de asesoría de cara a proyectar ese mensaje o ese discurso del político.

Después pasa lo contrario, que hay personas que son menos carismáticas o no tienen esa capacidad de conectar con el público donde probablemente el trabajo del asesor sea más intenso.

Cada vez hay un peso más importante digamos del entorno de asesores en la construcción del mensaje que después lanzan los políticos a través de las diferentes estrategias y los distintos canales.

#### **6. ¿Cuánto de lo que vemos en las decisiones que 'toma' un político son obra de su asesor?**

Yo te voy a decir que prácticamente nada de lo que dice un político es suyo. Prácticamente nada de lo que dice un político es resultado de una contestación espontánea o que pueda estar vinculado a lo que realmente piensa. Siempre va a contar o explicar algo que está conectado con una estrategia más amplia y una estrategia que además tiene elaborada y trabajada. Esto es como el deportista que corre todas las semanas, es decir, al final estás acostumbrado a correr siempre.

Los periodistas inciden en aquello que dentro del discurso del político se sale de tono o se sale de lo convencional porque ha dicho o ha hecho alusión a algo que se sale de su patrón que tiene marcado.

Yo diría que prácticamente nada está fuera de ese patrón.

**7. ¿Cree que puede llegar a tener más poder/influencia un asesor que el propio político?**

Pues yo creo que hemos visto ejemplo de que es posible, o al menos en ciertos momentos sí. Solo hay que ver toda la influencia de Steve Bannon en la primera etapa de Trump y como eso condiciona el discurso y la política que ejerció.

Y luego tienes ejemplos más cercanos como con el alcalde de Ontinyent en relación con el juicio de la Diputación de Valencia, en este caso una de las claves es haber entendido el papel que ha tenido en ese supuesto caso de corrupción el asesor de comunicación que tenía el entonces presidente de la diputación Jorge Rodríguez que ahora sigue siendo alcalde de Ontinyent.

Es decir, que sí que en algunos momentos la capacidad de influencia de los asesores en relación con los candidatos a los que asesora puede ser determinante.

**8. En España, probablemente, el asesor más conocido sea Iván Redondo, ¿cuál cree que ha sido su clave para llegar hasta donde está?**

Yo creo la trayectoria concreta de lo que es este personaje o la de cualquier persona que se dedique a asesorar a políticos se enmarca dentro de esa figura profesionalizada del asesor político, es decir, un profesional que en definitiva es capaz de trabajar para personas que ocupan dentro de lo que es el espectro ideológico posiciones incluso antagónicas.

Dentro de este concepto el propio asesor o asesores que trabajan en agencias de gestión de la comunicación juegan esa baza de la profesionalización para de alguna forma justificar el hecho de como te digo haya estado asesorando a políticos que nada

tienen que ver ideológicamente. Porque al final implícitamente dan a entender que todo es un teatrillo.

A mi lo que siempre me ha hecho gracia de la política es ver a dos políticos, que se acaban de decir barbaridades públicamente, sonriendo como si no pasara nada en los pasillos del Congreso o en un ayuntamiento, en esto no hay diferencia en cuanto a la escala de la administración.

Hay que contextualizar en esa idea: “Soy un profesional y trabajamos para quien haga falta”.

### **9. ¿Qué diferencia a Redondo del resto de asesores nacionales?**

Miguel Ángel Rodríguez era político, ha ocupado cargos de representación política en el caso de Iván Redondo siempre ha estado a la sombra del poder no ha sido político de carné o de partido. No sé si eso es suficiente para establecer diferencias pero a veces no solo en materia de asesoría política, en cualquier ámbito la clave del éxito es estar en el momento adecuado en el lugar adecuado y yo creo que ese ha sido el caso de Iván Redondo.

### **10. A principios de este año, Iván Redondo concedía a El Diario Vasco la primera entrevista como director del gabinete de Pedro Sánchez, ¿es correcto este acto para una persona de sus características?**

No conozco el contenido de la entrevista, pero te diría que como comentario general que siempre que se ciña a hablar de su trabajo sin entrar en detalles o sin entrar en un grado de detalle que pueda comprometer su propio trabajo de asesoría para la persona con la que esté en ese momento, puede conceder ese tipo de entrevistas sin ningún problema.

No es bueno si el asesor termina implicándose ideológicamente con el asesorado. Al final acaba de alguna manera identificándose con la persona que estás asesorando. Es sano mantener una suficiente distancia ideológica y sobre todo personal con lo que

pueda ser el trabajo de asesora a una persona que de verdad es la que ejerce de político .

**11. Cómo de bueno es que los medios pongan en primera línea que la mayoría de maniobras políticas de un partido sean obra de un asesor.**

Esa duda de hasta qué punto el asesor se implica en lo que es la gestión política siempre va a estar, porque al final el discurso tiene que ser un discurso de lo que se hace o una predicción de lo que se va a hacer, es decir, al final el discurso sin contenido, sin decisiones o sin acción no deja de ser un discurso vacío.

Yo lo que me preguntaría es qué intereses tienen los medios de comunicación en destacar estos detalles. Al final el periodismo que hacen ciertos medios que dependen de grupos más grandes se mueven por unos intereses que muchas veces no son explícitos cuando nos encontramos en una información.

Lo que habría que preguntarle al medio que publica este tipo de cosas o hace este tipo de especulación o vierte este tipo de opiniones es preguntarse que tipo de interés puede tener ese medio en decir que la política de la Moncloa la lleva Iván Redondo.

**12. ¿Existe una diferencia entre Pedro Sánchez antes de Iván Redondo?**

Yo creo que sí, yo creo que hay una evolución lógica, pero esa afirmación se puede hacer de cualquier político que lleva mucho tiempo en primera línea de la política.

Yo creo que además Pedro Sánchez ha aprendido a hablar en público, esto obviamente te lo da el tipo de asesoría que tienes y también el hecho de que él lleva 6 años dándose de hostias, hablando mal, en primera línea de la política. A pesar de las continuas broncas en las que está y los continuos ataques de los medios que tiene, yo creo que Pedro Sánchez está más seguro y convencido de las cosas que dice.

Si ves a cualquier líder como Pablo Casado o Pablo Iglesias verás una evolución, que muchas veces no tiene tanto que ver con el tipo de asesores que tienen.

**13. Por último, Iván Redondo describe la política como “el arte de lo invisible”, ¿cree que es así como debe trabajar un asesor político?**

Yo creo que no, sobre todo por lo que tiene de implícito esa frase; todo lo contrario, a un político lo que hay que exigirle es la máxima claridad en todo lo que dice, que lo que dice sea lo que realmente quiere decir y que la política o el discurso político sea cada vez lo más literal posible.

No debería valernos como profesionales o como ciudadanos que la política se presente a ella misma como un teatro (una apariencia) y que estemos satisfechos con eso. Hay que exigirle al político que sea literal en lo que dice y exigirle una responsabilidad al medio de comunicación en su tarea de reproducir o representar, es decir, de explicar esa literalidad en lo que dice un político.

Al final es como todo, si hay una estrategia y un planteamiento en cuanto a objetivos de comunicación que se hacen a medio y largo plazo, pues tampoco se trata de mostrarle las cartas a tu oponente de poker.

Quiero decir, en el sentido de la literalidad yo no estoy de acuerdo con esa afirmación otra cosa es que no deja de ser un contexto competitivo pero debería ser un contexto competitivo en el sentido de contraste de propuestas y argumentos, no de lo que muchas veces es el debate político.

### **7.3. Entrevista a Patricia Maciá**

**1. ¿Cómo era su trabajo asesorando a ayuntamientos y grupos municipales?**

Yo he trabajado de periodista, acabé la carrera y a los seis meses ya me puse a trabajar en el periodico Información a partir de ahí me sugirieron otras propuestas en la Cadena Ser, en la COPE... he estado unos 10 años trabajando de periodista y yo siempre he dicho que la relación entre un periodista y un político es como simbiótica, hay una simbiosis entre la política y el periodismo porque al final vas a cubrir sus actos que ya no solo son orgánicamente políticos de cualquier ayuntamiento o de cualquier administración. Entonces el periodista siempre establece una especie de vínculo con el político de turno que esté en la administración.

Yo una vez había entrado en el mundo del periodismo (local sobre todo) es cuando pienso en afiliarme a un partido político, tuve bastantes dudas porque al final piensas “Yo quiero logicamente ver las cosas con objetividad, acercarme mucho a la objetividad” pero bueno yo luego pensé que también tengo mi opinión personal de las cosas y porqué no yo puedo personalmente afiliarme a un partido y profesionalmente ser igual de profesional.

Me afilié al PSOE y seguí trabajando en los medios de comunicación, el tema es que a mí siempre me ha interesado el mundo de la política, sobre todo comunicativamente: cómo se comunica a través de la política. Yo creo que es fundamental, a veces la política se basa más en la comunicación que en lo que dices. A partir de ahí empiezo a establecer más relación con los políticos. Cuando yo por circunstancias me voy al paro, a raíz de un compañero que también es periodista me dice de trabajar para el PSOE en Alicante y a partir de ahí, con Diego Maciá el entonces presidente del partido empiezo el trabajo de asesoramiento comunicativo en política. Es costoso al principio porque tienes que entender sus argumentos no desde el punto como profesional periodística (que tiene que dar una imagen, un texto, unas declaraciones objetivas y marcadas en ese ámbito) que no desde el punto de vista más sesgado que es un mensaje político, a partir de ahí es cuando empiezo a tener contacto con este mundo y una vez pasa ese ámbito de trabajar en la Diputación asesorando a los más pequeños que no tiene opción de contratar a un periodista, es cuando empieza mi tarea como autónoma asesorando a los pueblos de la Vega Baja y haciendo prensa para Bernat Soria cuando era candidato del PSOE para Alicante por el Congreso.

## **2. ¿Cuáles eran sus funciones principales?**

Lo primero que tenía que saber era qué pensaba ese partido en concreto, la línea política, y ver lo que interesaba que saliera comunicativamente y por supuesto estar informada de lo que ocurría en el ámbito local, autonómico, en general estar bastante informada en cuestiones políticas, porque al final trabajas para unas personas o unos partidos que lo que quieren es lanzar un mensaje para lanzar sus ideas.



Entonces lo primero era conocer qué ideas, qué es lo que se pretende y a partir de ahí expresar qué es lo más importante sobre todo con la ventaja de que conoces como trabajan los medios de comunicación, es importantísimo yo creo que una persona que se dedique a asesorar políticamente en temas de comunicación tiene que conocer cómo funciona un medio de comunicación. Yo te estoy hablando de hace años, ahora la dinámica comunicativa ha cambiado con las nuevas tecnologías, redes sociales... Yo hacía estas funciones a principios del siglo XXI por los años 2006, 2007, 2008... En fin, era otra cuestión con el periódico, la radio, las agencias...

Entonces lo que hacía era saber cuál es el mensaje en concreto que ese político quería vender, oye pues quiero decir que somos nosotros este partido el que va a ayudar a la gente con subvenciones de tal para ganar las elecciones, entonces yo les decía ¿eso es lo que quieres vender? Entonces yo lo que hacía era incidir en ese mensaje. Los políticos al final lo que hacían en aquel entonces era contarte su rollo, al final la radio tiene 20 segundos, la televisión los mismos y el periódico determinadas líneas, por tanto o lanzas inmediatamente el mensaje cuando te ponen la alcachofa o has perdido la oportunidad, yo intentaba guiarlos en ese sentido en ir al grano.

**3. Lo que vemos de un discurso político (ya sea en el Congreso, en un acto, en una campaña electoral...) ¿es obra del trabajo del asesor o es íntegramente del propio político?**

Bueno, depende del político. A mí personalmente me gusta escribirlo porque los voy a decir yo y yo tengo que saber lo que digo. También es cierto que si hablamos a gran escala, los asesores te hacen un borrador te dicen consideramos que tú tienes que tirar por aquí, pero eso sí el político debe decir voy a leérmelo porque lo que me estás diciendo no va conmigo.

Yo si que he encontrado que a veces, me ha tocado leer un discurso que no he escrito yo por cualquier cosa, y pensar es que este no es mi lenguaje, yo no diría esto, yo no soy así. Entonces es importantísimo que a ti un asesor te diga mira tienes que tirar por aquí o por allá, pero el político debe saber también impregnar su huella en el discurso.

Por eso el papel del asesor está muy bien, pero el político debe saber también que es lo que quiere decir.

Por tanto, no diría que lo que te dice el asesor lo tienes que cantar, no. El asesor te indica y al final tú haces lo que consideres, porque al final la última palabra la tiene el político. Tiene que ser un equilibrio entre ambas cosas, porque al final te encuentras con que el político dice no me gusta digo lo que yo quiera y el asesor al final está para asesorarte si vas por esa línea puedes tener esto y si vas por esta esto. Al final tienes que apaciguar el ímpetu que a veces tiene el político de decir ciertas cosas, por eso Iván Redondo en el tema de Pedro Sánchez tiene un buen asesor le está asesorando muy bien, pero sobre todo sin que Pedro Sánchez deje de ser Pedro Sánchez, y digo él como puedo decir cualquier político, creo que al final es importante que no se pierda la esencia del propio político.

#### **4. ¿Cree que nuestros políticos, en líneas generales, saben comunicar bien? ¿O hace falta más trabajo para que sean unos buenos oradores?**

Últimamente los políticos, desde hace unos años a aquí, han perdido naturalidad. Es verdad que ahora hay más asesores comunicativos, las redes sociales que te dirigen cómo decir y qué hacer. Se desnaturaliza muchas veces al político, ahora no tienen esa frescura o espontaneidad que tenían por ejemplo Felipe González, Aznar, Zapatero... se notaba que eran más naturales. Ahora parece que están más encorsetados: tienes que hacer esto para Facebook, pon esto así en Twitter... Están todos muy condicionados por esa burbuja comunicativa social que se ha instalado de forma aceleradísima, para mi gusto, rápida y que desnaturaliza muchas veces al político. Yo creo que la frescura no se tiene que perder, por eso creo que está bien tener un asesor pero no debe perder nunca quién es, la personalidad del propio político y yo creo que eso llega más a la ciudadanía.

#### **5. ¿Cómo de importante es para una figura política tener un asesor?**

A veces el político tiene tantas cosas en la cabeza y quiere decir tantas cosas que tiene ese miedo de decir cómo lo digo o cómo lo hago y se apoya en una persona que de una forma más desde fuera porque no es político, que asesora a un político de unas ideas y

de otras, al final se apoya en ese espectro que es más desde fuera para tener el objetivo de la cámara más amplio.

Es importante que el político se rodee de los mejores, si yo tengo en mi equipo a los mejores eso va a beneficiar absolutamente a mi figura como políticos. Hay políticos que quieren a personas más mediocres que él, por eso de a ver si me van a hacer sombra.

A mí me encanta tener en mi equipo a los mejores, porque eso significa que me va a ayudar y voy a estar siempre con la seguridad de que esas personas van a ayudarme.

#### **6. ¿Todo político que se precie debe contar con un asesor?**

Yo creo que es importante tener a una persona que esté más fuera del ámbito político para que la visión sea más amplia, a veces, el político piensa que lo suyo es lo mejor y al final tienes que tener esa visión más amplia de las cosas. Por tanto, yo sí considero que es importante tener a una persona, llámese asesor llámese un apoyo comunicativo externo, siempre pienso que el equipo es mejor que el individualismo que no lleva, y más en política, a buen puerto, por eso yo pienso en el equipo.

#### **7. ¿Solo los grandes políticos y formaciones tienen asesores?**

No, yo he asesorado durante cuatro años a pequeños pueblos como Rafal, Callosa de Segura, Granja, Cox... por qué no van tener ellos la oportunidad de tener a alguien, quizás no 24 horas como puede ser en ciudades más grandes como Alicante o Elche. Pero por qué no tener un apoyo, que te hagan una nota de prensa, quiero vender esto yo no sé cómo decirlo... el asesor tiene que darle la forma comunicativa de lo que ellos quieren decir. Al final el político se centra en sus cuestiones políticas de gobierno pues no se para a pensar en voy a hacer un comunicado incidiendo en esto, para esto está bien tener una persona externa.

Yo trabajé con varios pueblos a la vez, porque eran pequeñitos y no tenían acciones comunicativas diarias como otros municipios. Es bueno, si se comunica todo bien es mejor para que no haya confusión en la gente. Yo estoy a favor de que todos lo tengan.

## **8. ¿Quién cree que tiene más poder un político o un asesor?**

A gran escala si tú tienes un buen asesor, es decir, que una persona que lo que te dice te va bien puede ejercer mucho poder sobre ti lo que sí que digo es que no puedo acabar eso en que el político sea una marioneta de un asesor. Por eso digo que hay que mantener la naturalidad, la personalidad del político es importante, como todo en la vida, el equilibrio.

También depende del propio político, a lo mejor hay políticos que se dejan más llevar y otros que tienen más carácter. Considero que está bien tener esa información de la persona externa que no está dentro de tu partido sino que tiene una visión amplia, pero ojo sin perder la esencia de lo que dice el político, lo importante es el equilibrio.

Dependiendo también de lo que haga el asesor, pero bueno suena mucho que el asesor de Pedro Sánchez manda, pero estoy segura que más de una vez Sánchez le ha dicho que no a algo, porque es un hombre con personalidad.

## **9. Un poco en relación a lo que está diciendo, muchas veces los medios de comunicación ponen a Iván Redondo como el artífice de todo lo que está haciendo Sánchez o el PSOE.**

Tú lo estás estudiando y yo lo estudié, al final lo que dicen del cuarto poder de los medios de comunicación es verdad. Porque al final lo que tú digas como medio de comunicación es lo que otras personas van a leer y se van a formar una opinión en función de lo que diga ese medio. por eso la responsabilidad tan grande que tiene un periodista a la hora de escribir y comunicar. Los políticos también la tienen, pero las responsabilidad del periodista de dar un argumento objetivo o al menos intentando hacerlo lo máximo posible y no diciendo bueno como quiero que la gente hable de Iván Redondo pues te lo meto como puedo y hoy vas a leer sobre él y vas a hablar de él. Al final los medios nos dicen de lo que tenemos que hablar los ciudadanos. Por eso, la importancia que tiene el periodista, porque marcan en gran medida el discurso de la sociedad. ¿Por qué hablamos de Rocío Carrasco? Yo no he visto el documental pero a mí me lo están embutiendo porque hay unos medios de comunicación que quieren que se hable de eso, para un mensaje o para otro, me da igual pero al final se habla de

Carrasco porque hay medios de comunicación que te dicen que ahora toca hablar de este tema o de la violencia de género, o de sus hijos... Por eso te digo, a veces los medios de comunicación te dicen de lo que tienes que opinar.

**10. Hay mucha diferencia entre ser la que llevaba la comunicación a los políticos a ser ahora una figura política?**

Sí claro, muchísima. Empezando por la responsabilidad política que tienes, yo ahora mismo estoy aquí sentada y no estoy pensando a mira que bien, tiene mucha responsabilidad con la ciudadanía, en estos momentos yo llevo Hacienda pues con los recursos económicos del ayuntamiento que son de todo el mundo y sobre todo pensar que tienes que hacer una buena gestión, eso por una parte.

Y por otra, yo sí que me he dado cuenta que una vez que estás metida en este papel, se hace difícil ser periodista, yo intento decir bueno como soy periodista voy a intentar vender esto pero al final el ser político te hace entrar en esa dinámica de tengo que decir esto y lo otro, a mí los chicos de prensa me dicen "No Patricia, tienes que centrar" y al final eso es lo que decía yo cuando asesoraba.

Pero sí que hay una gran diferencia, yo echo mucho de menos ejercer de periodista sobre todo la radio que me encantaba. Aunque sí que es verdad que una vez que te has metido en este lío es complicado luego trabajar de periodista como si no hubiera pasado nada, sabiendo que has tomado decisiones muy políticas y estás muy señalada pero sí es verdad que noto que ahora hay poca profundidad a la hora de trabajar como periodista es como véndeme tu moto yo te la cuento y ya me voy a mi casa. No se cuestionan las cosas, en las ruedas de prensa pienso que nadie me cuestiona si la cifra que estoy diciendo es verdad o no, no se contrasta, no se va a diferentes fuentes. También es verdad que las empresas comunicativas con esto de la crisis o como lo quieras llamar, el mismo periodista te hace de cámara, de editor, de locutor, de redes sociales y al final merma mucho al periodista y al final no le da tiempo a hacer un buen trabajo. Pero eso, me falta un poco de cuestionamiento, que me pregunten más. Al final las nuevas tecnologías no deben mermar en la calidad del periodismo que estás haciendo.

Contestando a tu pregunta hay una gran diferencia entre los dos trabajos, pero yo tengo muchos compañeros y conocidos que son periodistas que están metidos en política. Al final se mimetiza, hay políticos que les gusta ser periodistas y periodistas que les gusta ser políticos, uno tiene que ser más objetivo y otro más subjetivo pero esa contraposición hace que se unan, es lo que yo pienso.

