

La revista de COOP)

Nº 034 - 2ª etapa
ENERO DE 2019

WWW.COMPOLITICA.COM

Imparte discursos efectivos para
MILLENNIALS





Una caña con...

Beers and politics nos invitan a conocer a los socios de ACOP





UNA CAÑA CON...

Una caña con...

Antoni Gutiérrez Rubí y Carmen Beatriz Fernández



¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener un buen consultor?

Humildad, paciencia y preparación. Y leer sin descanso. Sin tregua. Esta profesión es muy exigente en la actualización permanente de contenidos. No creo en el gurú. No somos druidas o magos.

¿Qué consejo le darías a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

Que lea a los clásicos, que no deje de preguntarse por las relaciones causales, que innove y que sea creativo. Este trabajo es para personas con mentalidad agrícola: preparar la tierra, sembrar, abonar, regar, quitar las malas hierbas, cuidar y recoger en su momento.

¿Un libro?

Los que compro y no alcanzo a leer. Soy prisionero del *tsundoku* (comprar libros que no podré leer pero que me dan un gran placer y seguridad saber que los tengo cerca de mí).

¿Una película o serie?

Z de Costa-Gavras o *La batalla de Argel* de Gillo Pontecorvo.

¿Un bar?

Me encantan las cafeterías de los hoteles.

¿Un hobby?

El ajedrez.

Antoni Gutiérrez Rubí:

¿A qué te dedicas?

Soy asesor de comunicación pública y política

¿Cómo te formaste?

Soy autodidacta, no tengo titulación universitaria. Hago mía la cita de mi admirado Ernesto Sábato: "En cambio, yo pertenezco a esa clase de hombres cuya cultura se forjó en sus tropiezos con la vida: los libros que leí, las teorías que frecuenté, se debieron a obsesiones que nada tienen que ver con los programas universitarios... Y así he andado a tientas, en medio de un confuso y paradójico universo".

¿Cómo llegaste a ser consultor?

Era diseñador gráfico y activista político. Pasar de las imágenes a las palabras fue una transición natural: he tenido la suerte de rodearme de personas muy talentosas que me han ayudado a mejorar, crecer y aprender constantemente. Soy consultor porque quiero una mejor política. Y contribuir a mejores políticos es mi opción vital y profesional.



BEERS & POLITICS

@beerspolitic
Àlex Comes
Xavier Peytibi





¿Una cerveza?

No tomo, lo siento. ¿Seré perdonado?

¿Un lugar para perderse y hacer turismo político?

Jerusalén.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

La II República.

¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Gorbachov.

¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

En todas las que puedo. Creo que asociarse es conveniente y ayuda a la mejora profesional.

¿Qué es ACOP para ti?

Colegas con los que aprender y compartir.

¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Estrategia.

¿Cómo pueden contactarte?

Visitando la Fábrica Lehmann (un hermoso lugar de finales del siglo XIX) o en mis redes:

Twitter: [@antonigr](https://twitter.com/antonigr)

Email: antoni@gutierrez-rubi.es

Web: www.gutierrez-rubi.es 



Si quieres tomarte
"la última", puedes
hacerlo aquí

Beers & POLITICS



Carmen Beatriz Fernandez:

¿A qué te dedicas?

Soy consultora política y académica. Y no es intentar mezclar agua y aceite. Creo haber combinado de forma exitosa dos disciplinas que no siempre se saben conjugar bien: la consultoría política y la actividad académica. A veces los académicos hablan con desprecio del marketing político. Con mucha frecuencia también los consultores ven por encima del hombro a los académicos. Ambos se equivocan: la mezcla entre la comunicación política en la academia y la práctica política es positiva, y mutuamente enriquecedora.

Desde mi estancia en la Universidad de Navarra enseñé y hago investigación doctoral comparativa sobre el uso de la ciberpolítica y sus implicaciones en las sociedades latinoamericanas y España. Me gusta este oficio, es retador, estimulante, siempre variado. Ninguna campaña es igual a la otra y eso hace que cada proyecto sea una novedad.

¿Cómo te formaste?

Siempre he tenido vocación por lo público. Mi grado es urbanista, una carrera tan interdisciplinaria como puede ser la misma consultoría política. Luego hice una maestría en Administración y entré a trabajar en el gobierno. A los 28 años era viceministra adjunta, en el Ministerio de Agricultura y Cría, durante el segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez. En esa época muchos de mis compañeros y yo misma, creíamos en el éxi-



to total de un agresivo programa de reformas que transformaría a Venezuela: era la tesis del "Gran Viraje". Nunca pensamos que el presidente Pérez, un líder carismático, un excelente comunicador, perdería la batalla de la opinión pública. Estábamos convencidos de que nuestros compatriotas terminarían entendiendo que el gobierno hacía lo correcto. Ninguno de nosotros supo interpretar a cabalidad el sentimiento popular, en contra al cambio de modelo populista. Todo aquello me produjo fuerte impacto y me llevó, en 1995, a estudiar en la Universidad de Florida una Maestría en Comunicación Política para Campañas Electorales, un programa académico conjunto entre la Escuela de Periodismo y la Escuela de Ciencias Políticas. Allí conocí al profesor Bill Hamilton, un muy conocido

consultor político, cofundador de la AAPC, quien fue mi mentor. Tres años después, en 1998, regresé al país y fundé, con su consejo, DataStrategia, la primera firma de consultoría política en Venezuela.

¿Cómo llegaste a ser consultora?

Mi vocación era más hacia la lógica de la implementación de políticas públicas y el cambio político sin conflicto, pero la vida me fue llevando hacia la consultoría electoral, que es el paso previo, digamos. Un consultor político se ocupa de dos tareas fundamentales: investigar la opinión pública y diseñar estrategias comunicacionales. Tanto la consultoría electoral, como la que se hace desde el gobierno busca crear mensajes capaces de moldear las preferencias personales en vastas audiencias. ▶



¿Cuáles son las cualidades imprescindibles que tiene que tener un buen consultor/a?

Un buen consultor debe ser polifacético, interdisciplinario, analítico y práctico a la vez. Debe ser confiable y empático. Pero sobre todo debe ser discreto, y estar bien dispuesto a cederle los fuegos artificiales a sus clientes.

¿Qué consejo le darías a quien quiere iniciarse con éxito en el sector?

Manténganse firmes a sus valores, al final es lo único que queda... Me he mantenido fiel a una promesa que me hice a mí misma hace 25 años, cuando empecé en este oficio: ayudar a ganar elecciones solo a gente que merezca ganar. Puedo haberme equivocado en alguna ocasión, pero sigo creyendo en lo que hago.

¿Qué significa ACOP para ti?

ACOP es un muy buen ejemplo de la compatibilidad entre las ideas y la praxis política. A diferencia de otras asociaciones de consultores políticos, en ACOP se propicia el necesario encuentro entre la academia y la consultoría. Ello representa una sinergia importantísima y creo que es allí donde está el valor diferencial de la asociación.

¿Un libro?

The reasoning voter, de Samuel Popkin. Si pueden leer solo un libro sobre marketing político, léanse ese.

¿Una película o serie?

Varias: *The Crown*, *Black Mirror*, *House of Cards*, *Mad Men*.



¿Un bar?

Me encanta compartir un buen trago con buenos amigos, pero más que bares prefiero hogares.

¿Un hobby?

Viajar.

¿Una cerveza?

Stella Artois.

¿Una ciudad para perderse y hacer turismo político?

Sugeriría tres: Cartagena de Indias es una ciudad magnífica y tiene mucho que contarnos sobre la historia y política de Iberoamérica. Una respuesta quizás más cliché pero insuperable en términos de turismo político es Washington D. C., ciudad donde la política se respira en cada esquina. Praga es otra ciudad magnífica trenzada con sus restos del comunismo, que aún se aprecian.

¿Un momento histórico que te hubiese gustado vivir?

Los 60 y el movimiento hippie.

¿Un líder histórico al que te hubiera gustado conocer?

Responderé un cliché: a JFK.

¿Estás en alguna asociación de comunicación política?

Soy parte de la OCPLA, una organización de solo once consultores latinoamericanos de la que fui fundadora. Una singular mezcla entre una organización gremial, un equipo consultor, y un club de amigos.

¿Qué especialidad ofreces a tus clientes?

Estrategia general y política 2.0.

¿Cómo pueden contactar contigo?

En Twitter [@carmenbeat](https://twitter.com/carmenbeat) y [@datastrategia](https://twitter.com/datastrategia), En FaceBook <https://www.fb.com/datastrategia>, En la web <http://www.datastrategia.com/> 