

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Programa de Doctorado: Comunicación Organizacional



TESIS DOCTORAL

**LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS
ECONÓMICOS EN ESPAÑA**

M^a Eugenia Martínez-Oña López

Director de Tesis:

Dr. Antonio Castillo Esparcia

2015

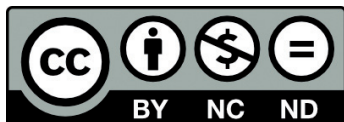


UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: María Eugenia Martínez-Oña López

 <http://orcid.org/0000-0003-4217-1206>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es



Agradecimientos

Esta Tesis Doctoral no hubiera sido posible sin la colaboración de un grupo de personas. Mi más sincero agradecimiento a la extraordinaria labor del Director de esta investigación, el Profesor Dr. Antonio Castillo Esparcia, que con rigor, constancia y empuje ha ejercido la orientación de su realización. Asimismo, agradecer el apoyo recibido de la Profesora Dra. Ana Almansa Martínez en todas las ocasiones requeridas.

A mi marido, Rafael Felices Figueredo, por su espléndido e incondicional apoyo en todo momento para que haya podido llevar a cabo el continuado desarrollo de este estudio. A mis hijos, Rafael y José, por su inestimable ayuda y comprensión en todo el proceso de elaboración del mismo. A mi hermano Rafael y a Encarna por su tiempo y esfuerzo. Y, en general, a mi familia y amigos más cercanos, por su apoyo y consideración recibida. A todos ellos, gracias por todo.

La realización de esta Tesis permite alcanzar un objetivo latente desde mi primera etapa universitaria -hace más de un par de décadas-, y acrecentado con la evolución del ejercicio de mi actividad profesional. Esta investigación supone, en definitiva, aunar las vertientes de formación académica y experiencia laboral, encauzadas en la especialización en la comunicación económica y corporativa, que desarrollo desde hace años en ambos ámbitos.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

ÍNDICE

	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1.- Objetivos.....	2
1.2.- Metodología.....	2
1.3.- Estructura de la tesis	7
2. LOS THINK TANKS. TEORÍA E HISTORIA	9
2.1.- Concepto.....	9
2.1.1.- El concepto y la localización de los think tanks	12
2.1.2.- Funciones	14
2.1.3.- Audiencias	18
2.1.4.- La globalización de los think tanks.....	20
2.1.5.- Amenazas y fortalezas	22
2.1.6.- Los think tanks y el mundo económico	23
2.1.7.- Financiación de los think tanks.....	24
2.1.8.- Los think tanks y los partidos políticos	25
2.1.9.- Think tanks en Estados Unidos.....	27
2.1.10.- Think tanks en Latinoamérica.....	29
2.2.- Historia	33
2.2.1- Think tanks en Estados Unidos.....	39
2.2.2- El caso de los think tanks conservadores.....	42
2.2.3- Think tanks en la Europa Central y del Este y el post Comunismo.....	49
2.2.4- Think tanks en Latinoamérica.....	58
2.2.5- Think tanks en China	65
2.2.6- Think tanks en Bangladesh	69
2.3.- Tipología.....	74
2.3.1- Think tanks conservadores y liberales en Estados Unidos	76
2.3.2- El caso australiano	88
2.3.3- Think tanks conservadores y neoconservadores	90
2.3.4- Think tanks latinoamericanos	91
2.4.- Think tanks y la comunicación.....	94
2.4.1.- Estrategias con la opinión pública	97
2.4.2.- Comunicación e interacción con el público	97

2.4.3.- La consideración de la comunicación en los objetivos.....	98
2.4.4.- Estrategias en Estados Unidos	99
2.4.5.- Think tanks en Latinoamérica.....	104
3. INVESTIGACIÓN	106
3.1.- Los think tanks y la comunicación	106
3.1.1.- Círculo de Economía (Cercle d’Economía).....	106
3.1.2.- Círculo de Empresarios.....	117
3.1.3.- Civismo	128
3.1.4.- Fundación Alternativas	135
3.1.5.- Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea)	144
3.1.6.- Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas).....	153
3.1.7.- Fundación Innovación Bankinter.....	161
3.1.8.- Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (Faes).....	169
3.1.9.- Fundación para la Innovación Tecnológica (Cotec).....	181
3.1.10.- Instituto de Estudios Fiscales (IEF)	190
3.1.11.- Instituto de Estudios Económicos (IEE).....	202
3.1.12.- Instituto Juan de Mariana (IJM).....	209
3.1.13.- Real Instituto Elcano.....	217
3.1.14.- Tablas.....	230
3.2.- Los think tanks y la presencia en prensa	247
3.2.1.- Número de noticias de los think tanks	247
3.2.2.- Tipo de comunicación en las noticias de los think tanks	251
3.2.3.- Los titulares en las noticias de los think tanks.....	260
3.2.4.- Contenido de las noticias de los think tanks	271
3.2.5.- Origen de las noticias de los think tanks.....	286
4. CONCLUSIONES	336
5. FUENTES.....	353
6. ANEXOS	355

1. INTRODUCCIÓN

La presente tesis doctoral pretende el estudio de la comunicación de los think tanks de contenido económico en España.

La investigación se refiere a los think tanks españoles de contenido económico en el país, entendiéndose por think tank las organizaciones sociales que realizan y difunden investigaciones sobre diferentes temáticas para elevar propuestas de actuación política y ejercer influencia en los núcleos de decisión. Toma en consideración los think tanks de carácter económico, así como aquéllos que, sin serlo explícitamente, también abordan cuestiones relacionadas con la economía.

Este trabajo analiza la comunicación en torno a estas instituciones, tanto la que éstas realizan de su actividad, en concreto a través de su página web e indirectamente de las redes sociales, como el reflejo o presencia que tienen en la prensa escrita. Asimismo, en el contexto de la difusión que realizan en su página web, se aborda el estudio de su funcionamiento general, y de su descripción, características y financiación. También el estudio dedica una significativa atención a la conceptualización teórica de los think tanks, en términos generales, junto al estudio de su historia, tipología y relación con la comunicación, dada la escasa bibliografía existente en relación con el objeto de esta investigación.

El interés objetivo de esta investigación radica en la aportación que se puede realizar en general, y en particular, tanto a la comunicación corporativa como a la que ejercen los medios de comunicación, y, en concreto en la prensa escrita, de profundizar en el conocimiento del funcionamiento y de la comunicación de unos centros de pensamiento, laboratorios generadores de ideas, institutos de reflexión, centros de investigación o foros de análisis y debate e influencia en la sociedad, la política y la economía, como son los think tanks, y, en concreto, los de carácter económico. El trabajo se centra en este tipo de think tanks por la importancia y trascendencia que tienen los asuntos económicos en la vida diaria.

Una aportación, la referida anteriormente, que se contextualiza por el interés de la figura investigada, tanto por el creciente papel relevante e influyente de los think tanks, tanto en el espectro nacional como internacional, pese a su ambigüedad terminológica y funcional, como, al mismo tiempo, por tratarse de un concepto del que la bibliografía general existente no es abundante a diferencia de la de otras organizaciones de la sociedad civil, aunque sí es un asunto en el que la atención investigadora está en aumento. Asimismo, resulta de interés estudiar el trabajo que desempeñan estos think tanks, algunos de ellos, muy atentos a la actualidad y con notable influencia en especial por su carácter económico o por tratar cuestiones relativas a la economía.

1.1.- Objetivos

Los objetivos que persigue esta investigación son los siguientes:

1. Estudiar la comunicación de los think tanks de contenido económico en España, tanto la que éstos realizan de su actividad a través de su página web, como la presencia que tienen en la prensa escrita, por los motivos indicados anteriormente. Asimismo, analizar su funcionamiento general, y, especialmente, su descripción, características y financiación, en el marco de la difusión de su web.
2. Conocer el componente teórico de estos centros de pensamiento e investigación, a través de bibliografía específica, para contextualizar la investigación realizada, y desde la consideración del reducido estudio existente en relación con el objeto de la misma. La atención teórica de esta tesis va dirigida a abordar, ampliamente y con carácter general en diferentes países y circunstancias, cuatro aspectos básicos como son su concepto, historia, tipología y comunicación.
3. Estudiar el funcionamiento de este tipo de think tanks, así como la comunicación que realizan. De este modo, se incide en quiénes son (su origen, órganos de gobierno), su forma de financiación, las áreas que abordan y en los instrumentos que emplean en su actividad. Por el lado de la comunicación, se analiza la periodicidad de los medios o instrumentos que utilizan y la función general de su página web, incluido el acceso que ésta permite a las redes sociales.
4. Analizar la influencia que ejercen en la sociedad a través de los medios de comunicación, y en concreto de la prensa escrita, y su presencia en la misma: cómo influye el tratamiento que la prensa les dan según sea un diario de carácter general o especializado, qué aspectos de estas organizaciones consideran de más relevancia, qué tipo de información y de contenido generan o el impacto que tienen los think tanks a través de las diferentes formas de llegar a los medios de comunicación (comunicados, ruedas de prensa, actos de diverso tipo, declaraciones a los periodistas, todo tipo de referencias o sus informes y publicaciones).

1.2.- Metodología

El presente estudio tiene como base metodológica una selección de trece think tanks españoles de contenido económico. Se trata de una investigación descriptivo-analítica en la que se recurre al análisis de contenido como técnica de investigación para

abordar tanto su funcionamiento como la comunicación que realizan a través de las páginas web de estas organizaciones, así como su presencia mediática a través de las informaciones publicadas de cinco medios de comunicación escritos como son, siguiendo el criterio alfabético, ABC, Cinco Días, El Mundo, El País y Expansión.

Se ha optado por la consideración amplia del concepto de think tank económico, al incluir los de carácter económico, así como aquéllos que, sin serlo explícitamente, también abordan cuestiones relacionadas con la economía, con la finalidad de alcanzar una visión más completa.

El período de realización de los dos tipos de análisis reseñados ha sido desde octubre de 2014 a agosto de 2015, bajo el empleo del acceso a páginas web en Internet. De octubre 2014 a febrero 2015, en el caso del estudio del funcionamiento y comunicación de los think tanks económicos a través de sus páginas web; y de febrero a agosto 2015, para el análisis de su presencia en prensa.

Para la determinación de la muestra con los trece think tanks, se ha utilizado como fuente la *Guía de Think tanks en España* (2013, 2ª edición), de la autora Marta Tello, por ser una de las principales referencias bibliográficas sobre think tanks en el país.

THINK TANKS DE CONTENIDO ECONÓMICO ANALIZADOS

Círculo de Economía (Cercle d'Economía)
Círculo de Empresarios
Civismo
Fundación Alternativas
Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea)
Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas)
Fundación Innovación Bankinter
Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (Faes)
Fundación para la Innovación Tecnológica (Cotec)
Instituto de Estudios Fiscales (IEF)
Instituto de Estudios Económicos (IEE)
Instituto Juan de Mariana (IJM)
Real Instituto Elcano

Clasificación basada en la *Guía de Think tanks en España* (2013, 2ª ed.). Marta Tello

Esta selección es resultado de una preselección de 30 think tanks de los que la mayoría procede de la *Guía de Think tanks en España* mencionada (ésta incluye un total de 61 think tanks). La selección de think tanks se ha llevado a cabo con criterio de notoriedad de los mismos, de una mayor representatividad en el ámbito abordado de la

economía y más amplio ámbito de actuación (quedan, así, excluidos think tanks de ámbito regional o local). Se ha empleado un criterio alfabético de ordenación, según la denominación completa (la abreviada o acrónimos figuran entre paréntesis).

Primer análisis de contenido

En el primer análisis de contenido de la comunicación de los think tanks de contenido económico a través de las páginas web de estas organizaciones, se ha utilizado la página web por ser una vía de comunicación general y homogénea a todos ellos.

La investigación se ha centrado en cinco grandes campos: quiénes son, su financiación, áreas que abordan, medios o instrumentos que emplean y su comunicación. Se ha llevado a cabo el estudio del perfil indicado de cada uno de los think tanks, siguiendo la misma plantilla o esquema de análisis, con posterior orden de presentación alfabético. El desarrollo de la plantilla de análisis (*ver Anexo I*) incluye los siguientes elementos analizados. Al tratar quiénes son, se estudia su descripción, vinculación, su origen, fecha de creación, objetivos, equipo directivo, órganos de gobierno (organización interna), redes propias y empresas vinculadas. En su financiación, se analiza los diversos cauces (cuotas de socios, patrocinios, suscripciones y otras formas de financiación). Dentro de las áreas que abordan (ámbitos de actuación), la atención se centra en dos cuestiones: sólo aspectos económicos y derivados y de más de una temática, incluida la economía. Respecto a los medios (entendidos como los instrumentos que emplean), se incluyen informes, publicaciones, memorias, actos, concesión de premios y otros cauces (como observatorios o encuestas). Por último, en la comunicación que realizan, los puntos que se desarrollan son la periodicidad de los medios que emplean y la función de la página web, con un estudio en detalle, dentro de ésta, de las formas de contacto general, empleo de material audiovisual, sala de prensa virtual, traducción de la web a otros idiomas, enlaces a otras instituciones relacionadas, inclusión de blogs, buscador y agenda y acceso a redes sociales.

Este primer análisis incluye el desarrollo de tres tablas en torno a los think tanks analizados, en relación a la financiación de los think tanks, los medios o instrumentos que emplean y la comunicación de estas entidades. El criterio seguido en la ordenación de los think tanks en las tablas es el alfabético. La primera de estas tablas refleja el tipo y las formas de financiación de este tipo de organizaciones. En la segunda se abordan los medios que son utilizados por los think tanks en su actividad, como los informes, publicaciones, actos y otras vías. En la tercera tabla incluida, se muestran diferentes aspectos de la comunicación que realizan estas entidades en su web, así como de la función de ésta, como son las formas de contacto, material audiovisual, Sala de Prensa, traducción de la web, enlaces a otras instituciones, inclusión de blogs, inclusión de buscador e inclusión de agenda. La información se completa con la presencia de los think tanks en redes sociales, a través de la enumeración correspondiente de éstas y de diversos indicadores como su ubicación en la web, número de seguidores, frecuencia de actualización, temática de contenidos e interactividad.

Dada la cantidad de los aspectos incluidos en las tablas 2 y 3, éstas se dividen en dos y tres partes (I y II, y I, II y III, respectivamente). A su vez, cada una de estas partes (I, II y III) se subdivide en dos: parte a y parte b. La parte a recoge la información relativa a los primeros think tanks analizados, bajo el criterio de orden alfabético: Círculo de Economía, Círculo de Empresarios, Civismo, Fundación Alternativas, Fedea, Funcas y Fundación Innovación Bankinter. La parte b refleja el contenido relativo a las entidades restantes de la muestra: Faes, Cotec, Instituto de Estudios Fiscales, Instituto de Estudios Económicos, Instituto Juan de Mariana y Real Instituto Elcano.

Segundo análisis de contenido

En el segundo análisis de contenido, de la presencia en prensa escrita, a través de las informaciones publicadas sobre los trece think tanks referidos durante todo un año (en concreto 2014 por ser el último período anual completo), un total de 1.889 informaciones de cinco medios de comunicación escritos de referencia, disponibles en la web en concreto, diarios, tanto generales como de carácter económico. Tres diarios son de carácter general, según el criterio alfabético: ABC, El Mundo y El País, y dos, especializados en economía: Cinco Días y Expansión.

El desarrollo de la plantilla de análisis (*ver Anexo 2*) incluye los siguientes elementos analizados. Por un lado, el tipo de comunicación, si es una información o artículo de opinión (género informativo o de opinión, respectivamente), cómo se destaca la denominación del think tank en el titular, el tipo de contenido (económico o de otro tipo), así como el origen que da soporte a la información (si es una nota de prensa, una rueda de prensa, un acto público, una declaración a un periodista, una referencia indirecta al propio think tank o a sus miembros o un informe o publicación del mismo).

La información obtenida de este segundo análisis tiene reflejo a través del desarrollo de cinco tablas sobre las que se basa la investigación, que pivotan sobre cada uno de los think tanks, así como los diarios estudiados. El criterio seguido en la ordenación de las tablas tiene en cuenta los think tanks sobre los que se hayan localizado mayor número de noticias y los diarios que abarquen, asimismo, un mayor número de éstas. La información vertida en las tablas presenta datos tanto absolutos, como relativos, al mostrar los porcentajes representativos de cada concepto sobre el total. La primera de estas tablas refleja el número de noticias publicadas de los think tanks e incorpora un dato medio en cada concepto analizado. La segunda aborda el tipo de comunicación en las mismas (información y opinión). La tercera muestra cómo se destaca la denominación del think tank en los titulares de las noticias. El contenido de las noticias de estas organizaciones se presenta en la cuarta tabla, tanto si es sólo económico, como si es general, dando detalle de cada una de las 19 subcategorías de las mismas que se han llegado a identificar en este segundo bloque. Por último, la quinta tabla recoge el origen que da soporte a las informaciones de los think tanks, a través de dos clasificaciones. Una general de los seis elementos descritos que motivan la información (nota de prensa, rueda de prensa, acto público, declaración a un periodista, referencia indirecta al propio think tank o a sus miembros y un informe o publicación

del think tank), así como otra que enumera una casuística de actos públicos con 17 tipologías de los mismos.

Las cinco tablas aparecen al final de cada sección analizada. En el caso de la tabla 7, dada la extensión de la misma y para no interrumpir el seguimiento de la lectura, se incluyen sólo los totales en la parte correspondiente, y el desarrollo restante, en el Anexo 3 de la investigación.

Asimismo, el segundo análisis, el de la presencia de los think tanks de contenido económico en la prensa escrita, incorpora imágenes de ejemplos de noticias analizadas obtenidas de la hemeroteca digital del diario donde figure publicada. Así, se han incluido 22 capturas de imágenes intercaladas en el texto ilustrando la información de referencia, siguiendo un criterio de representatividad tanto del asunto analizado, como de los trece think tanks estudiados y de los cinco diarios anteriormente citados.

Otras consideraciones metodológicas

Además de los aspectos metodológicos básicos señalados, conviene reseñar los siguientes puntos para completar el planteamiento metodológico general.

Se emplea la denominación completa del think tank (con la abreviada o acrónimos entre paréntesis, en los correspondientes casos), en donde se sigue el criterio alfabético de ordenación, tanto en la muestra, como en el primer análisis). En el segundo análisis, donde el criterio de ordenación es en función del número de noticias localizadas de cada think tank, se suele emplear la denominación abreviada o basada en acrónimos, en su caso, para una mejor identificación y por mayor operatividad.

Conviene precisar, asimismo, que, en el caso de Círculo de Economía (Cercle d'Economía), la referencia al think tank se hace en español, no en catalán, al ser la denominación principal que emplean los diarios analizados y por seguir una coherencia idiomática con el resto de think tanks referidos.

En la labor de localización de las noticias de dos think tanks en los diarios de referencia, habría que reseñar que también se han incluido otras denominaciones muy similares de los mismos por referirse a la misma realidad y contexto. Es el caso de Fundación Bankinter, en lugar de Fundación Innovación Bankinter, en algunos medios como ABC. También sucede también con Real Instituto Elcano, que, en ocasiones, aparece como Instituto Elcano.

Por el contrario, en el proceso de búsqueda de noticias, existen denominaciones muy similares a las de algunos de los think tanks estudiados sin que se refieran a la misma realidad, por lo que este tipo de organizaciones han quedado fuera de esta investigación. Es el caso del IEE de Islandia (en similitud con el IEE español, Instituto de Estudios Económicos), del Círculo de Empresarios vascos o el Círculo de economía de Alicante.

1.3.- Estructura de la tesis

La presente tesis doctoral está estructurada en cuatro capítulos o apartados generales.

El primero corresponde a la Introducción, en donde se refleja la temática y el interés de la materia analizada. La introducción consta de tres partes: objetivos, metodología y la estructura de la tesis, propiamente dicha, en donde se aborda, en cada caso, la finalidad de la investigación, los puntos básicos de la misma, de qué forma y bajo qué parámetros se ha llevado a cabo, así como las partes principales del estudio.

El segundo capítulo, Los think tanks. Teoría e Historia, se centra en el planteamiento teórico general y amplio en torno al objeto de análisis, desde diferentes ángulos como su concepto, historia, tipología o vinculación con la comunicación. Cada uno constituye un apartado que, a su vez, desarrolla una doble vertiente tanto por diferentes tipos de contenido, como por cada país analizado.

La Investigación centra el tercer capítulo completo. Cada uno de los análisis realizados tiene su propio apartado. El primero, relativo a los think tanks y la comunicación, es el referido al estudio del contenido de la comunicación de los think tanks de contenido económico a través de las páginas web de estas organizaciones. El segundo análisis, en torno a los think tanks y la presencia en prensa, se refiere al estudio del impacto de estos think tanks, a través de las informaciones publicadas sobre los mismos durante todo un año en cinco medios de comunicación escritos de referencia. El segundo apartado está dividido, a su vez, en cinco partes que se corresponden con cada uno de los aspectos estudiados en este segundo análisis.

Le sigue el cuarto capítulo, donde se plasman las Conclusiones del trabajo, tanto desde el plano teórico, como de los resultados de la presente investigación, para acercar y facilitar tendencias y aportaciones teóricas y prácticas de la temática abordada.



2. LOS THINK TANKS. TEORÍA E HISTORIA

En este apartado del trabajo, se aborda el posicionamiento teórico en relación con la figura general de los think tanks, el estudio de su historia, evolución, situación, globalización, tipología y retos, funciones, influencia social y política, así como su relación y estrategias con la comunicación y relaciones o políticas públicas, en diferentes países y contextos.

El planteamiento teórico es abordado desde cuatro perspectivas de los think tanks: su concepto, historia, tipología y su relación con la comunicación.

2.1.- Concepto

Uno de los primeros aspectos a tener en cuenta, antes de comenzar este capítulo, es el propio uso del término think tank que, siendo un anglicismo, es ampliamente empleado y reconocido en la comunidad social y científico-académica internacional, entre otros motivos por la dificultad de hallar un término equivalente que se refiera a una realidad tan amplia como la que abarca esta figura de instituciones.

Asimismo, no cabe olvidar la circunstancia de que el papel de los think tanks no ha sido estudiado con la misma intensidad con el que lo han sido los roles de otras organizaciones de la sociedad civil, si bien la atención sobre estas instituciones parece estar en ascenso, según los expertos, como es el caso de Mendizábal y Sample, quien precisa que “Las redes tecnocráticas, los grupos privados y ocultos de poder, los medios, y otros actores informales que afectan el proceso de las políticas permanecen aún relativamente ausentes del análisis” (2009: 9).

El término think tank ha sido definido utilizando expresiones como tanques de investigación, tanques de ideas, centros de investigación o centros de pensamiento, según apunta el profesor Castillo (2009), que señala que “fruto de su ambigüedad terminológica y funcional, los “Think Tanks” han sido conceptualizados desde diferentes perspectivas, y bajo esa denominación podemos agrupar a multitud de organizaciones sociales que planifican, realizan y ejecutan investigaciones sobre determinadas temáticas para proponer propuestas de actuación política”. Refiere como “aspectos definidores” de los mismos, el ser entidades con una estructura interna, que mantienen una intención de permanencia y sin ánimo de lucro (buscan el conocimiento y el progreso en relación a un ámbito, sector o ideología determinado).

Añade que la finalidad no lucrativa no impide la búsqueda de financiación para llevar a cabo su cometido. Precisa que la consecución de recursos está condicionada por la estructura del think tank y entra en la casuística:

- Cuando el origen del think tank es una fundación o existe una aportación singular, no existen muchos problemas.
- Si surge a partir de una iniciativa de sus creadores, la búsqueda de financiación entraña complejidad. Puede venir de una forma externa (de otras entidades similares, gubernamentales, socios y benefactores) bajo la forma de empresas o de forma individual. Asimismo, por vía interna los recursos pueden llegar por la venta de productos o informes ya elaborados o bajo demanda.
- La acción comunicativa con intencionalidad de difundir sus estudios e informes para ser referencia de otras entidades.
- La acción política, en cuanto a tener un objetivo específico para influir en las decisiones políticas a través de propuestas determinadas. En este sentido, existen think tanks que son creados y financiados parcial o totalmente por partidos políticos, en los que una de sus principales funciones es elaborar propuestas para los programas de estos partidos. El autor precisa que, en este contexto, encaja la expresión del think tank como ‘laboratorio de ideas’.

Tras estas consideraciones, define los think tanks como “entidades que, a través de la investigación y el análisis, proponen propuestas de actuación política a los órganos institucionales mediante estrategias de comunicación directa o indirectas, como es el acceso e influencia sobre la opinión pública” (Castillo, 2009). Finalmente, señala como los tres elementos que contextualizan la actividad de estas organizaciones:

- Investigación para generar ideas y propuestas.
- Propositiones concretas, detalladas y reales hacia el poder público.
- Generación de estrategias de comunicación para la opinión pública y los órganos institucionales.

Para McGann¹ los think tanks son organizaciones de investigación, análisis e implementación de políticas públicas en temas nacionales e internacionales que facilitan a los actores públicos y a la sociedad en general tomar decisiones de manera informada sobre temas de políticas pública. Según Stone², los think tanks son “institutos de investigación independiente cuyo principal objetivo es la investigación de las políticas públicas, [...] organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, independientes del gobierno, partidos políticos y grupo de interés”. Abelson³ considera que son “institutos orientados a la investigación, sin fines de lucro y no partidarios (no significa que no sean ideológicos) cuyo principal objetivo es influenciar en la opinión pública y en las políticas públicas”.

¹ Citado por Castillo (2009)

² Citada por Castillo (2009)

³ Citado por Castillo (2009)

Johnson se refiere a los think tanks como institutos de investigación de política pública, cuya acción es independiente del gobierno, con una labor reconciliadora entre las necesidades de los ciudadanos con la realidad de la política, bajo unos recursos limitados. Precisa que, de hecho, pueden considerarse como un tipo de “innovación en el gobierno” (Johnson, 1996: 34)

El experto en políticas públicas Yehezkel Dror⁴ define los think tanks como “islas de excelencia en pensamiento científico interdisciplinar a tiempo completo aplicada a la mejora del diseño de políticas, como un puente principal entre poder y conocimiento”, según recoge Johnson, que señala que el trabajo de los think tanks beneficia directamente a los legisladores o responsables del diseño de políticas públicas, arrojando luz sobre los problemas y proporcionando soluciones alternativas.

Los autores Miller-Cribbs, Cagle, Natale y Cummings (2010: 291) refieren que históricamente los think tanks son definidos como una organización independiente (frecuentemente no partidista) que realiza una labor investigadora. Asimismo, sostienen que la definición de este tipo de instituciones ha ido evolucionando con el tiempo.

Mendizábal y Sample señalan que los think tanks son un tipo de organización de la sociedad civil y evocan, asimismo su referencia como centros o tanques de pensamiento. Precisan en su estudio sobre estas instituciones en Latinoamérica que definirlos ha sido difícil ya que se encuentran distintas organizaciones que cumplen las funciones de los think tanks, se constata la variedad en la oferta. “Es imposible sugerir que existe un tipo de organización ideal” (2009: 10), opinión compartida por Rich⁵.

Teniendo en cuenta los estudios de caso, los think tanks pueden describirse, según Mendizábal y Sample (2009: 11), como organizaciones que emplean la evidencia basada en la investigación para incidir en las políticas públicas y privadas, a través de la realización de investigaciones aplicadas, las asesorías, la relación con los medios de comunicación, la participación en redes de políticas o las relaciones con tomadores de decisiones y poderes de facto.

Wiarda (2008: 96) define los think tanks como centros de investigación y aprendizaje y establece una serie de distinciones respecto a otro tipo de instituciones similares. Así señala que, a diferencia de las universidades, no tienen estudiantes (aunque sí becarios de investigación), no ofrecen cursos (pero celebran un número considerable de seminarios y foros), y no son expertos en todo, sino que se centran, fundamentalmente, en temas importantes de política pública. Tampoco son fundaciones ya que no dan dinero a terceros; por el contrario, tratan de captar fondos para realizar sus estudios de fundaciones y otros estamentos. No son corporaciones porque, aunque venden sus servicios y productos, son organizaciones sin ánimo de lucro. Y no son grupos de interés porque su objetivo primordial es la investigación, y no hacer presión (*lobby*), aunque algunos think tanks la hacen.

⁴ Citado por Johnson (1996: 34)

⁵ Citado por Mendizábal y Sample (2009: 10)

Los think tanks son organizaciones de investigación que tienen como objetivo principal investigar sobre política pública y, generalmente, están localizados cerca de la sede del gobierno (en Washington D.C. en el caso de Estados Unidos), donde pueden influir –de manera eficaz– el debate de las políticas públicas (*public policy*), según explica Wiarda. Los think tanks dirigen su atención principalmente a temas económicos, sociales y de políticas públicas, y más recientemente aspectos de defensa, seguridad y política exterior. No solamente investigan y escriben sobre estas cuestiones, sino que influyen en el debate político hacia su punto de vista y presentan sus soluciones a los problemas de políticas públicas (*public policy*).

Wiarda afirma que lo que hacen los miembros de los think tanks es pensar (y escribir, y publicar y difundir su producción) sobre temas de política pública (*public policy*) y defender su puntos de vista. Son los think tanks –no los partidos ni los grupos de interés ni los medios de comunicación– los que de manera creciente definen los temas y establecen la agenda de las políticas públicas (*public policy*). Es decir, que los think tanks frecuentemente hacen el trabajo para ellos mismos. Cuentan con las ideas y la experiencia, llevan a cabo la investigación y el trabajo de fundamentación necesarios, y son capaces de presentar sus ideas de forma atractiva que es traducida al gran público a través de propuestas de política pública (*public policy proposals*).

2.1.1.- El concepto y la localización de los think tanks

Smith y Marden señalan que la situación de los intereses creados se advierte especialmente en los think tanks conservadores americanos, guiados en su actuación por el interés en frenar la influencia de la izquierda cultural en materia o asuntos de política pública (*public policy*). Afirman que las voces conservadoras que proponen el interés público, son proponentes de la dicotomía ‘hecho/valor’ y, como afirma Putnam⁶, “esta dicotomía inflada mantiene muchas consecuencias del mundo real”. Recuerdan las inevitables declaraciones de la verdad del discurso basado en el mercado, con lo que los intereses del público están entremezclados en la dura realidad de la vida diaria. Esta consideración también se complementa –como precisa Lakoff⁷– con numerosas metáforas que sostienen que el interés público llega a ser un objeto de estudio idealizado y abstracto. Los autores explican que los think tanks conservadores no son los únicos agentes responsables de los cambios en valores públicos. Continúan ejerciendo un importante papel en los asuntos políticos y públicos y en el lenguaje utilizado para debatirlos. Un papel que está planificado y coordinado, y es parte de una estrategia diseñada para alcanzar particulares objetivos que no son siempre explícitos y ocultar indicaciones que están en marcha.

En las sociedades de la era post Comunista, un think tank es algo que todo el mundo oye pero de lo que nadie conoce demasiado, según afirma Krastev (2001: 17),

⁶ Citado por Smith y Marden (2008:702)

⁷ Citado por Smith y Marden (2008)

quien señala que en el plano académico, la mayoría de expertos coinciden en señalar que se trata de un término “resbaladizo”. Se refiere a la profesora Stone⁸ en su definición de esta realidad como “un término paraguas que significa diferentes cosas a diferentes personas”. El autor señala que es precisamente la vaguedad de este concepto lo que hace de los think tanks una ‘moda’ en el contexto político post Comunista.

Devaux (2006), en su estudio sobre think tanks en la República Checa, se refiere a Scheneider⁹ para definir a los think tanks como organizaciones relativamente autónomas involucradas en el análisis de cuestiones de política independientemente del gobierno, partidos políticos y grupos de presión. Los think tanks compilan, sintetizan y generan una serie de informaciones dirigidas, frecuentemente, a una audiencia política o de la Administración pero también para los medios de comunicación, grupos de interés, negocios y público en general. En ocasiones, también pueden ser considerados como organizaciones de la sociedad civil con espíritu público que aspiran a ayudar a aquéllos involucrados en el debate del pensamiento político y educar o informar a la comunidad en general, sostiene la autora (2006).

Por su parte, en relación con los think tanks y China, Amhad y Mughal (2011) señalan que en lengua china existen dos términos utilizados para traducir el concepto think tank: *zhinangtuan* y *sixiangku*. *Zhinangtuan* se refiere a un pequeño grupo de gente que trabaja como asesores de políticas de quienes toman las decisiones importantes, según Balme¹⁰. Por el contrario, el concepto *sixiangku* es la traducción literal del término inglés y se suele utilizar para referirse a instituciones de investigación política, considera Medeiros¹¹.

Rashid (2013) señala que, generalmente, los think tanks son referidos como organizaciones sin ánimo de lucro, no adscritas a ningún partido político, interesadas en el estudio de las políticas públicas, según refiere Abelson¹². Como las ONG, en gran medida, los think tanks comprenden un subconjunto diverso de la sociedad civil, afirman Zafarullahy Rahman¹³. Los think tanks desarrollan una labor mediadora entre el gobierno y el público; identifican, evalúan y articulan asuntos, problemas y propuestas actuales y emergentes; y organizan y transforman temas e ideas en debates políticos, apuntan McGann y Weaver¹⁴. Este tipo de organizaciones varían en tamaño, número de personas, presupuesto y áreas de especialización, resultados de investigación y orientación ideológica. Con la proliferación de los think tanks es importante analizar hasta qué punto ejercen influencia en las políticas.

⁸ Citada por Krastev (2001: 17)

⁹ Citado por Devaux (2006)

¹⁰ Citada por Ahmad y Mughal (2011)

¹¹ Citado por Ahmad y Mughal (2011)

¹² Citado por Rashid (2013)

¹³ Citados por Rashid (2013)

¹⁴ Citados por Rashid (2013)

Bangladesh es un caso relevante para estudiar este fenómeno, según sostiene Rashid (2013). Explica que el entorno político en este país en vías de desarrollo es revuelto e inestable, en el que existen una multitud de retos socioeconómicos y de gobernanza, incluyendo corrupción, tasa elevada de pobreza y desigualdad social. Al mismo tiempo, este país del sur de Asia “muestra una sociedad civil vibrante, medios de comunicación activos y una larga tradición de activismo no gubernamental” (2013: 63). Aunque la emergencia de los think tanks en Bangladesh es un fenómeno relativamente reciente, es el sexto país en Asia por número de think tanks después de China, India, Japón, Taiwán y Corea del Sur, según refiere McGann¹⁵.

2.1.2.- Funciones

Las funciones de los think tanks se pueden resumir en los siguientes apartados, referidos por el profesor Castillo (2009) como funciones sociales y políticas:

- Ser centros que seleccionan personal de la administración y de los gobiernos, al conocer las estructuras de las organizaciones a través de sus investigaciones.
- Realizar el estudio especializado y en profundidad de diversos ámbitos.
- Llevar a cabo investigaciones de problemas sociales y políticos.
- Promover espacios de investigación dando cabida a otros investigadores (propios o ajenos).
- Evaluar acciones o programas de instancias del gobierno.
- Concienciar a la opinión pública de aspectos concretos a partir de la difusión de sus estudios.
- Implementar cursos de formación para investigadores e intelectuales.
- Asesorar en las acciones de políticas públicas de la acción gubernamental en un horizonte corto de tiempo.
- Actuar como centros de ideas para planteamientos de acción en una concepción a medio y largo plazo.
- Defender, a través de documentos, la ideología y planteamiento intrínseco en la actividad que desarrolla la entidad.

Johnson distingue varias áreas funcionales en las que los think tanks están activos (Johnson, 1996: 36):

- Defensa de recomendaciones o propuestas, como resultado de su independencia financiera.
- Investigación realizada para los partidos políticos (por encargo o porque el think tank dependa de la formación política).

¹⁵ Citado por Rashid (2013)

- Investigación para el Gobierno y planificación de políticas (pese a tener independencia económica o a través de la existencia de un contrato de servicios).
- Consultoría corporativa (siendo sus análisis utilizados como estudios de mercado y proyectos de investigación relacionados directamente a operaciones de negocio).
- Educación (realización de estudios académicos que se emplean en el debate intelectual y que, por tanto, no son de utilidad para el proceso de diseño de políticas). La capacidad de priorizar investigaciones sin intervención gubernamental es una ventaja potencial que presentan los think tanks de carácter educativo. Ejemplos de los mismos son los institutos de investigación de universidades e instituciones como las Academias de Ciencias en Europa Central y del Este.

Los think tanks, comúnmente, utilizan una combinación estratégica de todas estas funciones para crear y diversificar la cartera de proyectos, según señala el mismo autor. La mezcla de enfoques permite a las organizaciones proteger su independencia y contribuye a crear una estabilidad financiera evitando la dependencia de una única fuente de ingresos.

Garcé¹⁶ sugiere que los think tanks desempeñan una serie de funciones, incluyendo la generación y difusión de información y análisis sobre problemas de gobierno y políticas públicas. Este autor también señala que el momento de la creación de un think tank en el contexto local y regional determina las características de estas organizaciones, en la línea con Rich¹⁷.

2.1.2.1.- Suministro de investigación y asesoramiento sin ánimo de lucro

Entrando en detalle, y teniendo en cuenta el efecto de la globalización, se pueden analizar algunas de las funciones de los think tanks, como son el suministro de investigación y el asesoramiento sin ánimo de lucro.

En este sentido, la actividad transnacional es una adaptación a una relevancia segura y a una expansión organizacional. Los think tanks que adoptan una visión global reflejan la competencia a nivel nacional en países como Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido y una necesidad de expandir sus horizontes para mantener su estatus o ser consultada por gobiernos nacionales, según la doctora Stone (2000). A diferencia de estos países, en sistemas políticos más cerrados, un plan de interacción global puede ser una forma para los think tanks de eludir los controles autoritarios y de exclusión de las comunidades políticas nacionales. Este tipo de situaciones se suele producir por imperativo de la organización.

¹⁶ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

¹⁷ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

La autora cita tres razones de una situación nacional o internacional de un menor suministro de investigación y análisis en la que pueden verse condicionados los think tanks (Stone, 2000: 159-160):

- En muchos países las actividades del conocimiento que fueron fundadas con apoyo público se ven condicionadas por las restricciones fiscales y económicas del Estado, una situación de la que es claro ejemplo la Europa Central y del Este.
- El desarrollo del conocimiento tiene carácter de bien público cuando se reducen las inversiones en su producción.
- Las asimetrías de información reflejan que los consumidores no suelen ser capaces de juzgar la calidad de los servicios de conocimiento privado y pueden aplazar o no entrar en el mercado de tales servicios.

Asimismo, explica que los think tanks suelen adoptar la estructura de sin ánimo de lucro para la finalidad de asesoramiento y defensa, ya que ellos mismos fomentan el pensamiento generalizado de que de esta forma, su análisis gana en credibilidad y objetividad, y, con ello, en reputación y en mayor capacidad de acceso a la información. Este tipo de organizaciones se asocian con un comportamiento solidario y un interés público, lo que llega a convertirse en una forma de reforzar su legitimación por sí mismas. También este tipo de estructura permite mayor flexibilidad y autonomía al think tank, así como que se consideren organizaciones de la sociedad civil que contribuyen a la mejora de una ciudadanía educada, plural y tolerante.

Según Stone, una importante dimensión de esta situación es el número de empresarios, filántropos e intelectuales que desean establecer y apoyar los think tanks, con interés especial en la expansión de éstos en su propio beneficio de mayor visibilidad en el exterior, experiencia política y contactos personales. “Así, muchos de los nuevos think tanks sin ánimo de lucro son resultado del encargo a éstos por parte de empresarios, de propuestas recibidas por las agencias gubernamentales, ansiosas en subcontratar servicios públicos”, por lo que se puede decir que los nuevos fundadores de think tanks han respondido a los cambios en contexto del sector. Los empresarios de los think tanks también dirigen su mirada a otros think tanks consolidados para tenerlos de referencia, haciendo una llamada más fuerte para la legitimación de los mismos en un proceso de “institucional (mimetic) isomorfismo”. La autora explica que la disposición intelectual, la orientación investigadora o los credenciales “científicos” de los think tanks es una fuente de su legitimidad y pueden ser empleados para mantenerlos apartados de la defensa de intereses creados (Stone, 2000: 161-162).

Un apoyo adicional que ayuda a la legitimidad de nuevos think tanks puede proceder de la presencia de fundaciones, asociaciones de la sociedad civil y una tradición del gobierno de respaldar a tales organizaciones sin ánimo de lucro.

2.1.2.2.- La demanda de análisis, asesoramiento y defensa de posturas

La globalización de los think tanks añade dificultad a la hora de que el suministro de servicios por estas organizaciones tenga efectividad y atraiga la atención. En este sentido, hay que tener en cuenta también cuál es la naturaleza de la demanda.

La profesora Stone cita a grupos de personas en círculos diplomáticos y militares, entre otros actores privados, los medios de comunicación, firmas de abogados, ONGs, compañías de consultoría y organizaciones internacionales, como destinatarios que requieren análisis e investigación de alta calidad. Asimismo, incluye fundaciones filantrópicas, grupos de interés, sindicatos, iglesias y movimientos sociales.

Los think tanks intentan encontrarse con fuentes variadas de demanda a través de una variedad de enfoques, desde el convencimiento de que existe una necesidad social del trabajo de los think tanks, a lo que contribuye también el que los gobiernos no puedan proporcionar toda la demanda de sus ciudadanos, según explica la doctora Stone. También influye el hecho de que las organizaciones sin ánimo de lucro suelen ser más sensibles a las demandas de los patronos o patrocinadores de las mismas, interesados en apoyar y promover ciertas ideas en formas emergentes de gobernanza global.

Stone añade que, a medida que la demanda de más información, investigación y análisis ha crecido, también lo ha hecho la demanda de diversos tipos de información e investigación, y, en este sentido, clasifica estos servicios en tres tipos de categorías (Stone, 2000: 164-166):

- Conocimiento y experiencia. En países en desarrollo o en aquéllos en reconstrucción después de una guerra o disturbios civiles, las investigaciones de los think tanks complementan la labor investigadora del gobierno. En economías avanzadas, los think tanks encuentran exceso de demanda de investigación dado el tamaño y la fuerza de la burocracia, las oficinas de investigación de gobiernos semiautónomos y las universidades. El conocimiento local o especializado que proporcionan los think tanks resulta más efectivo que el que produce la organización contratante.
- Defensa y argumentación. Los think tanks suelen proporcionar una legitimación intelectual de normas incluso cuando están inmersos en procesos de defensa de su carácter de independencia. Estas organizaciones son empleadas como soporte o apoyo de perspectivas políticas preexistentes y distintos posicionamientos. A pesar del carácter o ideología que puedan llegar a tener los think tanks, gobiernos y organizaciones internacionales siguen encontrando a muchos de estos institutos, útiles, competentes y profesionales. Asimismo, hay que tener presente que distintas instituciones y corporaciones fundan y dan su apoyo a think tanks para asegurarse que su perspectiva empresarial pueda articularse. En este sentido, generalmente la mayoría de

think tanks permite una representación empresarial o de negocio en sus órganos de gobierno, para el mecenazgo y para indicar la relevancia de su análisis político para la comunidad empresarial.

- Servicios técnicos y organizacionales. Frecuentemente, un modo de interacción entre los think tanks y agencias oficiales es un rol de servicios de bajo perfil (formación ética para funcionarios, organización de conferencias y seminarios, generación de boletines, bases de datos o construcción de redes). Cuando el think tank opera a nivel nacional, facilita el flujo de información de arriba hacia abajo, desde el núcleo nacional de toma de decisiones hacia uno más local, así como hacia el “público educado”.

Cuando el ámbito de actuación del think tank es global, proporciona en horizontal la información entre elites políticas transnacionales así como a otros actores no estatales. La autora cita como ejemplo el que numerosos think tanks europeos puedan difundir ideas e información a audiencias nacionales sobre la armonización de impuestos, las implicaciones de la Unión Monetaria Europea o los requerimientos técnicos de directivas europeas.

También se incluyen en los servicios que proporcionan los think tanks, los de comunicación y educación, a través de guías, recomendaciones prácticas, resoluciones no vinculantes y otros similares, así como controlar y proporcionar evaluaciones. Por último, la doctora Stone apunta la demanda de la producción de conocimiento que realizan los think tanks y de gestión de información, referida a la labor de interpretación de la misma, actuando como “filtros e intérpretes” de la misma.

2.1.3.- Audiencias

Johnson identifica a los destinatarios o “clientes” de los think tanks, de los que algunos de estos grupos ofrecen el pago por los servicios recibidos, lo que indirectamente beneficia a otras instancias (Johnson, 1996: 36-38):

- a) El principal “cliente” de los think tanks es el gobierno. Aún en este caso, el autor señala que los think tanks deben establecer un nivel de credibilidad con las instancias que diseñan las políticas que les permita que sus recomendaciones sean tenidas en cuenta con seriedad.

Este tipo de organizaciones también ofrecen “beneficios adicionales” en su función: suelen ser altamente innovadores o creativos a la hora de enfocar los problemas y presentan una utilidad a las instancias gubernamentales, especialmente en casos en los que las recomendaciones de los think tanks no sean populares, ya que aquéllas siempre pueden trasladar la responsabilidad y autoría de las mismas a los propios think tanks.

Asimismo, el autor enumera otros servicios que los think tanks pueden ofrecer a los gobiernos:

- Educación (a través de conferencias, talleres o seminarios)
 - Asesoramiento en la preparación de textos legales o normativos (un servicio especialmente útil en los países con restricciones presupuestarias en la contratación de expertos legales)
 - Recursos humanos (facilitar perfiles de personas con especial capacidad y habilidad para la investigación y formulación política; de hecho los think tanks acogen en sus organizaciones a antiguos artífices del diseño de políticas que quieren continuar su trabajo político fuera de los esquemas burocráticos del gobierno).
- b) Otro principal cliente de los think tanks es el público. Estas organizaciones también informan al público de una forma objetiva de las actividades de los gobiernos y contribuyen directamente al desarrollo de un electorado bien informado. Asimismo, contribuyen positivamente en el público a través de prestar servicio o asistencia a organizaciones no gubernamentales, especialmente en recomendaciones de defensa política y de gestión financiera y legal.
- c) Un tercer cliente son los medios de comunicación. Los think tanks cuentan con una mayor capacidad comunicativa que académicos o técnicos o directivos gubernamentales para hacer llegar la información y el análisis que los medios solicitan a los agentes externos para el buen desarrollo de su trabajo diario. De esta forma, los medios se benefician de unas claras y concisas explicaciones de temas políticos que proporcionan los think tanks, así como de sus comentarios y análisis crítico.
- d) El cuarto y clave cliente para los think tanks es la comunidad empresarial y de negocio. La demanda de asesoramiento por parte de los think tanks al mundo económico y empresarial se produce especialmente en los países en transición a sistemas económicos de libre mercado. Independientemente del nivel de apoyo económico que los think tanks reciben de la comunidad empresarial, éstos actúan con este sector de diversas formas. Dirigen su investigación y recomendaciones teniendo en cuenta los intereses de las empresas, lo que influye a favor de éstas dentro de su influencia y relación con el mundo político. Asimismo, ofrecen a la empresa un servicio de consultoría y reuniones e informes sobre el desarrollo y contexto político que les rodea, que les permite anticiparse a los movimientos legislativos y normativos que puedan producirse.

En este sentido, en relación con las audiencias de los think tanks, la doctora Stone señala que si las funciones principales de los institutos políticos y su producción son variadas, también lo son las referidas audiencias (Stone, 2000: 155-156):

- Legisladores, miembros del gobierno, burócratas y políticos a niveles de gobierno nacional y regional, a los que estas organizaciones pretenden influir a través de análisis y argumento intelectual más que a través de una presión directa (*lobbying*). De cara a su relación con esta audiencia, es aconsejable que los think tanks conozcan a estos núcleos de poder y las circunstancias legales y económicas que los rodean. La autora señala, asimismo, que no es clara la diferencia entre un think tank independiente y uno oficial o fundado por el estado, ya que “es ilusoria una completa autonomía”, ya que éstos están constreñidos en buena manera por su contexto político.
- Lo que Stone llama el “público educado”: estudiantes y académicos en colegios y universidades, miembros de fundaciones, ejecutivos de empresas y negocios, burócratas de varias organizaciones internacionales, investigadores universitarios o periodistas.
- Sindicalistas, portavoces religiosos, líderes de ONGs y activistas de movimientos sociales.

La autora señala que no es fácil generalizar las formas en los que los think tanks interactúan con sus distintos públicos y que estas organizaciones proporcionan “un vínculo de la organización y un puente de comunicación entre sus diferentes audiencias”.

2.1.4.- La globalización de los think tanks

La doctora Stone (2000) recuerda que los think tanks son independientes o privados, organizaciones de investigación política presentes en un número creciente por todo el mundo, y que, en su mayoría, son organizaciones sin ánimo de lucro, si bien, existen casos en que pueden considerarse semigubernamentales. En su aportación teórica, refiere el carácter de globalización de estas instituciones, y señala que cuando operan de forma internacional, son categorizadas como actores no estatales en políticas globales y regionales, y que, cuando operan en el ámbito estatal, se les reconoce como un tercer sector de organizaciones que emergen de la sociedad civil. Añade que, desde las dos perspectivas, los think tanks se consideran vehículos para la consecución de intereses y fuerzas ideológicas con una especial capacidad para la persuasión y defensa y establecimiento de unas agendas de actuación.

Stone (2000: 154) evita la identificación de los think tanks como una subcategoría de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). Concreta que estas organizaciones se encuentran en la intersección entre “academia y política”, y que

frecuentemente pretenden establecer la conexión entre ideas y política, hacer las teorías académicas y los paradigmas científicos políticamente relevantes. Asimismo, al tratar la cuestión de la simple definición del término think tank, coincide con otros autores en que es un término anglo-americano que no es transportado fácilmente a otras culturas políticas (Stone, 2000:154).

Smith y Marden (2008) reflexionan sobre la relación de los think tanks con el interés público, en el sentido de que esta expresión se convierte en un contrasentido, ya que el grueso de la sociedad comparte la idea de que actúan bajo intereses creados. Lippmann¹⁸ llega a advertir que es difícil discernir entre lo que es el interés público de los intereses al servicio de determinados grupos. Teniendo en cuenta a Lippmann, los autores constatan que un público interesado puede hacer demandas concretas pero que dependerán de la autoridad y credibilidad que tenga su discurso público sobre otras existentes, en especial, teniendo en cuenta “la pereza” de los medios de comunicación en realizar un análisis crítico y riguroso, así como la falta de capacidad del público interesado en acceder a puntos de vista alternativos (2008: 701).

2.1.4.1.- La relación entre el Banco Mundial y los think tanks

Una mención especial merece la relación entre los think tanks y el Banco Mundial, en el contexto de globalización, dentro del interés general de gobiernos y organizaciones internacionales en emplear organizaciones privadas como una estrategia de la sociedad civil para la difusión de lecciones e ideas, encaminada a incrementar la oferta de investigación política privada.

La doctora Stone resalta la participación del Banco Mundial en la creación de think tanks, con el objetivo de movilizar el conocimiento de esta institución y de sus países miembros para abordar cuestiones urgentes de desarrollo, mientras también reconocer las crecientes presiones del público para la participación en opciones políticas. Según el Economic Development Institute¹⁹, “En este contexto, los think tanks constituyen instituciones cruciales de la sociedad civil, que trascienden los cambios de gobierno y ofrecen una consistente fuente de conocimiento para una mejora de calidad de políticas económicas generadas localmente”.

Para el Banco Mundial, los think tanks representan una fuerte de conocimiento local, que puede ser entrelazada en el sistema de gestión del conocimiento de la referida institución. Para los think tanks, el Banco Mundial puede ofrecer la investigación para la formación para la gestión de información que estas organizaciones necesitan.

En este sentido, el Banco Mundial al poder establecer alguna preferencia en trabajar con think tanks como “actores del conocimiento”, puede hacer considerar a muchas otras ONGs que tienen menos probabilidad de acceso al referido organismo. El

¹⁸ Citado por Smith y Marden (2008)

¹⁹ Citado por Stone (2000: 168)

hecho de que los think tanks estén integrados por elites económicas, políticas e intelectuales, así como su estructura organizacional (propia de un formato occidentalizado), los hace más atractivos ante otros actores de elite como representantes de fundaciones, partidos políticos y funcionarios del Banco Mundial (Stone, 2000: 168-169).

Los think tanks son especialmente útiles para el Banco Mundial cuando trabajan en asociación con think tanks locales, o en una red regional, al actuar como un amplificador de los valores, perspectivas y prioridades de la referida institución, y más, teniendo en cuenta la era actual de sobrecarga informativa, en la que los think tanks le resultan esenciales como “editores, filtradores, intérpretes y orientadores”, según refiere Keohane²⁰. Estas redes pueden promover mayor pluralismo, pero, asimismo, pueden limitar alianzas y cercenar intercambios a una selecta elite, según Stone. La autora precisa que el mecenazgo del Banco Mundial en la constitución de redes regionales de think tanks confiere considerable estatus a esas instituciones y también fortalece la voz colectiva de esos think tanks, con una posición de consenso en el conocimiento en torno a la reforma económica y el desarrollo.

2.1.5.- Amenazas y fortalezas

Las amenazas o cuestiones que preocupan a los think tanks con carácter general y les pueden llegar a afectar, aparte de los problemas a los que estos se enfrentan, son las expuestas por Johnson (1996: 38):

- Cambios en el liderazgo político, ya que lleva tiempo hacer el contacto y credibilidad con las instancias gubernamentales, por lo que puede representar una pérdida de influencia para los think tanks.
- Cambios en la agenda política. La llegada de instancias políticas afines a los planteamientos de los think tanks puede dejarles fuera del proceso de ejercer influencia política al poder resultar redundante con los intereses del gobierno el trabajo que la organización pueda realizar.
- Inestabilidad financiera. La menor seguridad en el respaldo económico de los think tanks les afecta ya que pueden destinar más tiempo en la búsqueda del mismo o dirigirse a otras direcciones para encontrarlo, como a las instancias del gobierno, lo que supone sacrificar su independencia o incluso suponer su desaparición.

No obstante, el referido autor tiene una visión constructiva y concluye que, a pesar de los obstáculos a los que se enfrentan los think tanks diariamente, éstos continúan disfrutando de un éxito considerable y reconocimiento en la mejora de la política pública en todas las partes del mundo.

²⁰ Citado por Stone (2000: 170)

También, la doctora Stone reflexiona sobre las amenazas y, asimismo, fortalezas de los think tanks, especialmente en una situación de globalización (Stone, 2000: 171-172):

- La posición de dominio de los think tanks como “intérpretes” de información y conocimiento, en la búsqueda de relaciones preferentes con gobiernos y organizaciones internacionales corre el riesgo –desde una perspectiva de una sociedad civil- de crear distancias con otros grupos con menores accesos a recursos, y contactos más limitados o con menores competencias políticas.
- El proceso político de gobernanza global y a niveles regionales, al no ser posible un gobierno mundial, ofrece oportunidades a los actores no estatales, aunque este proceso puede convertirse más “poroso” a este tipo de agentes. No obstante, en este sentido, los think tanks enfatizan sus credenciales de intelectualidad como organizaciones de credibilidad, reputación, experiencia y conocimiento. La autora también afirma que los think tanks que comparten la posición normativa de mecenas “poderosos” están mejor posicionados para incorporarse a las comunidades políticas transnacionales.
- La globalización de los think tanks abre el interrogante sobre su representatividad democrática en este escenario. Aunque los consumidores confían en un asesoramiento político en función del interés público y los think tanks y muchas ONGs están administradas por elites profesionales que frecuentemente no representan a las comunidades a la que buscan dirigirse, muchos think tanks realizan sus funciones bajo presión para una mayor transparencia y responsabilidad por parte de gobiernos nacionales y organizaciones internacionales y defienden la democratización.

En definitiva, la autora concluye que el estatus de los think tanks como organizaciones sin ánimo de lucro contribuye a su legitimación y los sitúa en una posición privilegiada como proveedores alternativos de análisis político. En este sentido, clasifica como complejas las dinámicas de oferta y demanda de la experiencia y pericia de los think tanks, y señala que para que pueda llevar a cabo su papel de defensa de posiciones en política es fundamental conocer la relación entre la parte que demanda el servicio y la que lo realiza.

2.1.6.- Los think tanks y el mundo económico

Los think tanks juegan un importante papel en el mundo económico, al proporcionar una interconexión entre la investigación política y la actual práctica, según señala Womack (2009). A través de un continuo debate y presentación, las ideas de los investigadores de los think tanks pretenden captar la atención y apoyo de los agentes responsables de la toma de decisiones (*policy-makers*) y del público, evolucionando hacia la base para un consenso político futuro (o disputa). El autor, bibliotecario

especializado en economía y estadística y, asimismo, editor de *World Wide Web Reviews*, sostiene que “Los sitios o páginas web de estas organizaciones proporcionan una excelente perspectiva de sus actividades” (2009: 24-25). Destaca las web de tres think tanks líderes como *American Enterprise Institute (AEI)*, *Brookings Institution* y *Economic Policy Institute*.

2.1.7.- Financiación de los think tanks

Al comienzo del presente apartado 2.1 de Concepto, Castillo (2009) señalaba que la finalidad no lucrativa de los think tanks no impide la búsqueda de financiación para llevar a cabo su cometido, y que la consecución de recursos está condicionada por la estructura del think tank.

Por su parte, el profesor Wiarda (2008), en su estudio sobre los think tanks y la política exterior en Estados Unidos, llega a cuestionarse cuál es el grado en el que las fuentes de financiación sesgan los trabajos de investigación y la producción que difunden.

Pocos son los think tanks que recaudan dinero 'democráticamente', es decir, proveniente del público en general. Entre los grandes think tanks, sólo *Heritage Foundation* ha sido capaz de desarrollar y utilizar con eficacia el dispositivo de solicitar fondos masivamente vía correo directo, explica Wiarda. Pero, por supuesto, *Heritage* se dirige a una clientela ideológica especial, personas que tienen fuertes puntos de vista conservadores y apoyan la fundación con pequeñas donaciones. El *Council on Foreign Relations* recibe su dinero principalmente de las cuotas de afiliación; otros think tanks están empezando a recaudar dinero mediante el cobro de admisión a sus actividades y seminarios.

'La investigación por contrato' es otro asunto delicado, en opinión del referido autor. *Brookings* y *CSIS* aceptan una cantidad limitada (alrededor del 15% de sus presupuestos) del contrato de trabajo por parte del gobierno. Pero *AEI* ha rechazado el trabajo por contrato, ya que quiere mantener total independencia para decidir qué temas investiga; pues teme que su investigación puede contaminarse si acepta el dinero del gobierno, explica Wiarda (2008). Entre los principales think tanks, sólo *Carnegie* y *Brookings* cuentan con una gran dotación, es decir, el dinero donado a la institución con el entendimiento de que se invertirá y sólo los intereses devengados se utilizarán para financiar los proyectos actuales. Sus grandes fondos hacen que *Carnegie* y *Brookings* prácticamente sean inmunes a altibajos en su financiación. Todos los demás grupos de expertos están tratando de manera similar para construir dotaciones considerables, pero esto requiere tiempo y disponer de grandes benefactores próximos.

Al mismo tiempo, “es peligroso para un think tank depender de sólo uno o de unos pocos donantes. Ese es el problema con el *CAP* en la actualidad. Sólo tiene un

gran donante, George Soros. Pero Soros es una figura mercurial; ¿qué pasa si cambia sus planes de donaciones?”, subraya Wiarda (2008: 115).

El apoyo de las principales fundaciones también es importante para los think tanks pues representa alrededor del 20% de sus presupuestos. Los think tanks tienden a atraer el apoyo de fundaciones afines de acuerdo a criterios ideológicos: Las fundaciones más liberales, Ford, Rockefeller, Mellon, y MacArthur conceden una mayoría a *Brookings* y a veces a *IPS* y *CSIS*, mientras que las fundaciones más conservadoras Scaife, Pew, Olin, Bradley y Smith Richardson dan principalmente a *AEI* y a *Heritage*, sostiene Wiarda. Este modelo de colaboración ideológica está claro, aunque por sus estatutos -por no decir nada de las leyes sobre los impuestos- se supone que las bases son 'no políticas'. La mayor fuente de apoyo para los think tanks son las empresas y las fundaciones privadas; estas donaciones están, por supuesto, exentas de impuestos. Entre el 60% y el 70% del presupuesto de los think tanks conservadores recibe apoyo del mundo empresarial.

La relación entre los centros de investigación y las grandes empresas está cambiando, sin embargo (Wiarda, 2008: 115-116). En primer lugar, hay una tendencia cada vez mayor, entre las empresas y fundaciones, asignar sus donaciones para proyectos específicos de investigación y no para apoyo presupuestario general, como lo hicieron en el pasado, enturbiando así la distinción entre contrato y sin contrato de investigación. En segundo lugar, las leyes fiscales han cambiado, por lo que es menos atractivo para las empresas dar dinero a los think tanks. En tercer lugar, hay una tendencia entre las empresas dar más dinero a organizaciones benéficas locales (la ópera, la orquesta, parques, patios de recreo, las oportunidades educativas) y así obtener crédito inmediato por su generosidad en su propio entorno, en lugar de darlo a los think tanks, donde los rendimientos no son tan inmediatos o tan obvios. Por encima y más allá de estas cuestiones es la cuestión de sesgo. Si muchos de los think tanks son tan dependientes en gran medida de un gran donante, el autor se cuestiona si no afectará a su investigación. Ninguno de los think tanks grandes es en realidad un grupo de presión para las grandes empresas; ni ninguna empresa puede comprar el resultado de investigación que desee. Pero al mismo tiempo, todos los principales think tanks (*IPS* es la excepción) tienden a defender la competencia, el mercado, las economías capitalistas y ninguno es sospechoso de defender al estatismo y la planificación centralizada. Aunque no ejercen presión para los intereses empresariales específicos, los principales think tanks no se abstienen de criticar las actividades de presión (*lobby*) y proporcionan un clima intelectual en general en el que las empresas pueden prosperar.

2.1.8.- Los think tanks y los partidos políticos

Los think tanks y los partidos políticos tienen puntos de contacto y relación, en especial, en el terreno de las políticas públicas, aunque la bibliografía existente sobre la relación entre ambos tipos de actores sea reducida. Garcé, en su estudio marco *Panorama de la relación entre think tanks y partidos políticos en América Latina*,

recogido en la publicación de Mendizábal y Sample, justifica la oportunidad de su consideración conjunta por las siguientes razones (2009: 23-26):

- Los partidos políticos y los think tanks juegan un papel relevante en las políticas públicas, en especial, en procesos de gobernanza de complejidad. Asimismo, el papel de los think tanks en el proceso de elaboración de políticas ha atraído cada vez más la atención de los expertos.
- Existen diversos patrones de interacción entre partidos y think tanks, como argumentaran en su día Baier y Bakvis²¹. En algunos países predomina la cooperación; en otros, la competencia en el mercado de ideas, a través de los medios de comunicación. El autor precisa que debe haber un equilibrio entre el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil y el desarrollo de los partidos, ya que, como señala Doherty²², “la sociedad civil no puede reemplazar a los partidos”.
- El análisis de la relación entre think tanks y partidos crea una oportunidad para el desarrollo (teórico y empírico) de los estudios sobre el uso de evidencia en las políticas públicas.

Respecto a la propia relación entre think tanks y partidos, Garcé refiere en el estudio recogido por Mendizábal y Sample (2009), uno de los pocos artículos académicos dedicados a analizar esta vinculación, el de los referidos autores Baier y Bakvis. A raíz del estudio del caso de Canadá, estos dos autores sostienen que es posible determinar un escenario continuo, desde la máxima independencia entre think tanks y partidos hasta la máxima asociación entre ambos. Los principales aspectos mencionados de este diagrama son (2009: 37):

- En Canadá, los think tanks tienen un alto grado de independencia respecto de los partidos políticos.
- El polo opuesto lo ocupan países como Alemania, España y Holanda, donde los partidos han constituido fundaciones con mucha influencia. La Rosa Luxemburg Stiftung (asociada al Die Linkspartei- PDS) es una de las más antiguas y notorias de Alemania. En España, son conocidos los ejemplos de la Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES), vinculada al Partido Popular, y la “constelación” de fundaciones del Partido Socialista Obrero Español- PSOE (Pablo Iglesias, Sistema, Solidaridad, Ramón Rubial, Progreso Global o Jaime Vera).
- Inglaterra muestra un lugar intermedio entre ambos polos. La existencia de importantes think tanks internos no está relacionada con la antigüedad ni con la capacidad organizacional de los partidos políticos.

²¹ Citados por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

²² Citado por Garcé en Mendizábal y Sample (2009: 25)

- Partidos tan antiguos y complejos como los de Estados Unidos y Canadá carecen de este tipo de estructuras.

Asimismo, Garcé sostiene que este escenario de vinculación entre partidos y think tanks explica el que sean escasos los estudios acerca de esta relación, ya que los mayores esfuerzos por describir a los think tanks se han llevado a cabo en Estados Unidos y Canadá, países en los que, según Baier y Bakvis, existen vínculos muy poco frecuentes. De hecho, en estos países los think tanks ejercen principalmente su influencia sobre el público a través de los medios de comunicación.

2.1.9.- Think tanks en Estados Unidos

Estados Unidos es uno de los países donde más se ha estudiado el fenómeno de los think tanks, y entre los autores que estudian dicho fenómeno en este país, cabe citar a Johnson, 1996; Miller-Cribbs, 2010; O'Neill, 2008; Smith y Marden, 2008; y Wiarda, 2008.

Dentro del concepto y funciones de los think tanks que establece Wiarda, de forma general (2008), asimismo particulariza en Estados Unidos. En este sentido, señala que los think tanks han venido a hacer, esencialmente, el pensamiento del gobierno. Las personas que trabajan en estas organizaciones son expertos en distintas áreas de análisis de las políticas públicas: alojamientos, cuidados en salud, educación, economía, política exterior. Los expertos, bien, plantean nuevas ideas basadas en sus investigaciones o, bien, toman las ideas de otros expertos o políticos (que por distintas razones no han sido plasmadas de manera utilizable) y las estructuran y articulan en forma de políticas públicas de manera que los políticos las puedan utilizar. Los think tanks tienden a tener un papel integrador cuando el aparato burocrático está dividido o hay muchas partes involucradas y no se pueden alcanzar acuerdos coherentes, señala el autor.

“Los think tanks proporcionan un servicio esencial. En una época en la que hay multitud de libros, declaraciones, discursos escritos por terceras personas y no por los que los pronuncian, cuando los presupuestos de distintos estamentos no están elaborados por ellos mismos sino por contratistas privados, y cuando los discursos de los secretarios de los gabinetes no los escriben sus colaboradores sino consultores externos, no es sorprendente encontrar think tanks que realicen trabajos de política pública (*public policy works*)”, apunta Wiarda (2008: 97). Las actividades realizadas por los think tanks son parte del denominado proceso de privatización de la política pública (*public policy*) norteamericana. El trabajo de los think tanks es esencial, y si el gobierno no lo hace o no lo puede hacer, entonces estas agencias privadas tienen que llenar el vacío, según explica el autor.

Prácticamente no hay supervisión pública de la contabilidad o de las actividades de los think tanks, situación particularmente delicada cuando llevan a cabo actividades políticas casi públicas. Sin embargo, la proliferación reciente de think tanks en los

últimos años ha significado que cada think tank quiere que su punto de vista sea el dominante. La abundancia de los think tank y sus fuertes posiciones políticas, a lo largo de todo el espectro político, viene a indicar que el mundo de estas instituciones es frecuentemente tan partidista, ideológico y fuente de división como la nación en su conjunto. El autor señala que los think tanks reflejan la politización, fragmentación y abrupta parálisis que repetidamente se observa entre las principales características de la política exterior norteamericana.

2.1.9.1.-La mayor influencia de los think tanks frente a los académicos

Muchos de los docentes que imparten cursos de política exterior son políticos frustrados. Muchos de estos instructores de política exterior creen que, si se les diese una oportunidad, lo harían mucho mejor en política exterior que los políticos existentes. Muchos preferirían estar haciendo política exterior que enseñar, pero nadie los ha llamado para ofrecerles un puesto. Por tanto, muchos profesores son frecuentemente cáusticos y ácidos en sus críticas a la política exterior americana, según Wiarda.

La cuestión es que existen buenas razones por las cuales los intelectuales y académicos universitarios y sus experiencias en cuestiones de política exterior no son frecuentemente aprovechados por los políticos. Las causas tienen que ver principalmente con el contraste entre cómo se debaten los temas en los campus universitarios y cómo se tratan en los círculos del gobierno (Washington D.C.), afirma Wiarda (2008: 98-99):

- La escritura de los académicos tiende a ser demasiado abstracta y teórica para la mayoría de los políticos que tratan con ellos. Para éstos, los documentos académicos frecuentemente están muy alejados de las realidades políticas. Por ello no les prestan mucha atención.
- Los académicos tienden a desarrollar modelos y a descubrir leyes generales de comportamiento; los políticos se inclinan a enfatizar lo concreto y lo particular y siempre tienen suspicacias de las “grandes teorías”.
- Hoy en día la escritura académica está, frecuentemente, en la izquierda, muy alejada de los políticos como para que se sientan a gusto. La formulación de políticas (*policymaking*) y los políticos (*policymakers*), casi por necesidad en una democracia, debe ajustarse cercana al centro.
- Los académicos nos están al tanto de las limitaciones burocráticas que tienen los políticos. El rango de posibilidades del político es usualmente muy constreñido y debe trabajar dentro de una matriz diversos intereses y responsabilidades.

- El analista político tampoco está al día de las contracorrientes políticas cada día en Washington: quién está arriba y quién abajo, quién tiene que escuchar y cuándo, cuáles son las rivalidades, etc.

Wiarda afirma que los profesionales de los think tank tienden a producir análisis y recomendaciones concretas y no abstractas; a ellos les preocupan los modelos generales; ellos conocen los burócratas que están bien y mal considerados, etc. Es decir, los think tanks conocen cómo entrar en el sistema en aspectos que los académicos generalmente no conocen.

Los think tanks juegan un papel especialmente importante en enlazar investigación y política, según el referido autor. También sirven como correa de transmisión, un enlace entre el trabajo académico y la formulación de políticas (*polycymaking*). Su trabajo es traducir la prosa generalmente abstracta en términos que un político pueda entender. Deben recortar la teoría, el marco conceptual y los modelos y poner el conocimiento y la información de los trabajos académicos en recomendaciones concretas y en lenguaje práctico.

“Los expertos de los think tanks llevan a cabo la investigación académica de una forma realista y con los pies en la tierra. Conocen las luchas burocráticas internas, las limitaciones políticas, qué ideas tienen posibilidades y cuáles no, y cómo, dónde y cuándo alimentar esas ideas”, según Wiarda (2008: 101). De esta manera, los think tanks pueden ayudar a hacer útil, razonable y factible la investigación académica a los políticos. Definen las opciones, dan argumentos, proporcionan justificaciones o ayudan a plantear nuevos cambios en las políticas. Los think tanks, en definitiva, definen los parámetros del debate, educan al público y al Congreso, muestran lo que va a funcionar y lo que no, y demuestran cómo ir de un sitio a otro. “Este trabajo no siempre está de acuerdo con la “pureza” de la investigación académica –sostiene el autor-, pero es infinitamente más práctico y tiene un mayor efecto en la política” (2008: 101).

2.1.10.- Think tanks en Latinoamérica

Dentro de un marco de escasas investigaciones de los think tanks en América Latina, el profesor Castillo refiere varios estudios nacionales de diversos expertos sobre el papel de los mismos en la formación de políticas públicas (Castillo, 2009). Así, Alvear²³ analiza la función de algunos think tanks en Colombia en producir e implementar ideas y políticas públicas, con el fin de construir un “sentido común neoliberal”. Braun, Cicioni y Ducote²⁴ ponen de manifiesto la relación entre organizaciones sociales y el origen de estas instituciones, y, en concreto, en el caso de Argentina, se refieren al rápido crecimiento de nuevas instituciones sociales. Garcé y

²³ Citado por Castillo (2009)

²⁴ Citados por Castillo (2009)

Uña²⁵ son otros de los estudiosos del papel de los think tanks en la definición de las políticas públicas con una especial trascendencia en Latinoamérica.

Castillo llega a relacionar un total de 14 funciones de los think tanks en toda esta zona según sus propias definiciones. “Observamos que los ámbitos son extensos y variados -explica-, aunque en casi todos nos encontramos con el término “investigación”, que es la principal actividad y acción de los think tanks” (Castillo, 2009).

En este sentido, desde el punto de vista de su orientación temática, los think tanks en América Latina priorizan la investigación en temas económicos y sociales, si bien se ha ido incrementando la atención dedicada a las relaciones internacionales y la política exterior, según el informe Think tanks and Civil Societies Program, del Foreign Policy Research Institute (dirigido por McGann) y el realizado por Sorj y Schwartzman²⁶.

Por otro lado, es significativa la aportación del profesor Castillo en cuanto a las vías de financiación de estas organizaciones, dado a que éste es uno de los aspectos sobre los que menos se suele localizar información. Señala que la financiación constituye el principal problema con el que se encuentran. Asimismo, constata que todas las organizaciones coinciden en la búsqueda del máximo grado de autofinanciación para evitar injerencias en su actividad investigadora. También subrayan su independencia política empleando la expresión “institución académica privada, sin fines de lucro”, así como señalan la dispersión en los ingresos. Asimismo, Castillo (2009) enumera una serie de apartados como fuentes para alcanzar la financiación que persiguen, entre los que destacan una cuota fija con diferentes aportaciones monetarias, financiación del gobierno, contribución voluntaria con un mínimo, pago de trabajos encargados, pago por la adquisición de informes y libros elaborados por la entidad (con opción a descuentos), suministro de recursos económicos por su fundación en su caso, patrocinios o donaciones varios.

2.1.10.1.-Relación entre think tanks y partidos políticos

En la tradición latinoamericana de think tanks, Garcé²⁷ señala que existe una relación natural de los think tanks con la política y una diversidad evidente en las relaciones entre estas organizaciones y partidos políticos. En el libro de Mendizábal y Sample que recoge estudios de diferentes autores sobre la realidad de los think tanks en buena parte de los países latinoamericanos, los roles de los partidos políticos -en los que coinciden en designar estos autores- coinciden con los asignados a los think tanks que se citan en los referidos estudios y, asimismo, ayudan a describir las relaciones entre ambos tipos de organizaciones (2009: 12-13):

²⁵ Citados por Castillo (2009)

²⁶ Citados por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

²⁷ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

- 1- Los think tanks de Latinoamérica, en particular los centros internos, pueden considerarse como legitimadores de las políticas, propuestas o demandas de los partidos políticos.
- 2- Los think tanks actúan como espacios de debate y deliberación fuera del ámbito público o como “cajas de resonancia”, según sugieren Belletini y Carrión²⁸, para políticos y tomadores de decisiones.
- 3- Los think tanks en países como Bolivia, Ecuador y Chile, actúan como “conductos financieros” para partidos políticos que están asociados a estas instituciones. Se estima como posible que los think tanks actuarán como eslabones clave entre el donante y el partido, si el enfoque en políticas públicas aumenta y se emplea más la investigación en los partidos políticos.
- 4- Los think tanks pretenden adoptar e implementar las propuestas de políticas, y lo hacen a través del desarrollo de redes de políticas o de redes tecnocráticas, como en el caso peruano. Estas redes, al igual que los espacios de debate, vinculan a los actores políticos con los investigadores y expertos.
- 5- Los think tanks actúan como proveedores de cuadros políticos para los partidos y los gobiernos, así como para la cooperación internacional y el sector privado.

Los autores afirman que también estos roles ofrecen posibilidad de colaboración de los think tanks con los partidos políticos. La coincidencia de funciones explica también por qué en muchos casos la cooperación internacional prefiere trabajar con la sociedad civil en lugar de con los partidos políticos.

Pero existe una diferencia importante entre think tanks y políticos, que se encuentra en el origen de su legitimidad. La de los think tanks depende de la credibilidad del conocimiento que generan y la de los partidos políticos depende de la opinión pública, expresada a través del voto.

No obstante, los autores expresan que “La rica historia de la relación entre think tanks y partidos políticos en la región muestra diversas oportunidades de colaboración entre ambos. En los casos de colaboración, se pueden ver fortalecidos tanto los partidos como el sistema político. Y ese fortalecimiento promovería un mejor uso de la evidencia en las políticas públicas, sin necesariamente debilitar al sistema político ni a sus actores” (Mendizábal y Sample, 2009: 14).

Entre las principales afirmaciones del estudio de diversos autores respecto a los think tanks, en el contexto de Latinoamérica, del que Mendizábal y Sample son coeditores, destacan las siguientes (2009: 17-18):

²⁸ Citados por Mendizábal y Sample (2009: 13)

- Son actores políticos, al constituirse como parte del proceso político y quedan marcados por una constante interacción con otros actores políticos.
- Estos actores conforman un grupo heterogéneo, sin poder ser definidos conforme a un patrón preestablecido o descripción académica formal. Son referidos como nada más que espacios (algunos más institucionalizados que otros) en los que convergen fuerzas o actores académicos, técnicos, políticos y activistas. Estos espacios cumplen diversas funciones, en función del actor y del contexto en el que operan y de las necesidades del espacio político. Entre estas funciones, figuran, según los citados expertos, la formulación de propuestas, la legitimación de políticas, facilitar procesos de debate, provisión de cuadros técnicos para los partidos o instituciones públicas y hasta la protección de ideas e intelectuales.
- Existe una continuidad en la relación entre partidos y think tanks que, como advierte Garcé²⁹, depende de una serie de factores relacionados con el contexto externo de la relación, así como con las características internas de ambas partes. Entre estos factores, se pueden señalar el origen de los think tanks y sus vínculos con políticos determinados, con movimientos, partidos y posiciones políticas.
- Pese a la poca credibilidad de los partidos políticos en la región, éstos existen y son importantes y necesarios para generar e implementar políticas, lo que incide positivamente en los think tank. Para mejorar las relaciones entre los núcleos de poder (de toma de decisiones) y los investigadores (think tank), se impone explorar y fomentar los modelos de organización innovadores que permitan superar los obstáculos de sistemas políticos débiles y contribuir a su fortalecimiento. La figura de ‘híbrido’ que el estudio del Foreign Policy Research Institute presentó como novedad en 2008, según señala McGann³⁰, “es más bien la norma en esta región”, según los autores. Los ‘híbridos’ son definidos por McGann como “aquéllos que no encajan en alguna categoría formal de think tanks y que muestran estrategias o estructuras características de otras industrias” (Mendizábal y Sample, 2009: 22). Estos autores precisan que, en este mundo de híbridos, buena parte de los think tanks analizados carecen de independencia absoluta, no tanto de independencia relativa, tanto de los partidos, como de patrocinadores, gobiernos, medios de comunicación y otros grupos de poder, aunque existe un amplio espectro de diversidad en esta cuestión.

²⁹ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

³⁰ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

2.2.- Historia

Existe una coincidencia entre diferentes autores en determinar las fases de creación y evolución de los think tanks.

En este sentido, el profesor Castillo se refiere a Abelson, Haass y a Weaver³¹ y distingue tres etapas que van desde el nacimiento en la universidad hasta su acción para la difusión y la notoriedad de sus planteamientos, pasando por el asesoramiento a los gobiernos (Castillo, 2009):

1- Hasta principios del siglo XX, referidos en el contexto de la investigación universitaria, orientados en la búsqueda de conocimiento básico, con una intención de influir e informar a una élite social. Se conocen también como “universidades sin estudiantes”.

2- A partir de la II Guerra Mundial, teniendo en cuenta el mapa de relaciones internacionales. Se configuran como instancias especializadas en investigación aplicada, conocidos como “institutos de investigación contratados por el gobierno”. Son diferentes a las organizaciones de la etapa anterior al estar involucrados en el día a día.

3- La década de los años 70 constituye la tercera fase, en la que se constituyen tanto con carácter nacional como internacional. Se los conocen también como *advocacy think tanks* por el carácter de defensa de sus planteamientos investigadores, con un objetivo adicional de difusión y de alcanzar influencia a través de los mismos.

Existen más de 6.000 think tanks catalogados en el mundo (6.618), según refiere uno de los principales estudios en la materia, de 2014, denominado programa de investigación sobre los think tanks (*Think tanks and Civil Societies Program*), dirigido por James McGann, a través del informe correspondiente del ejercicio 2014 (2014 Global Go To Think Tank Index Report).

La distribución de los think tanks por continentes y grandes áreas, en función de ese informe, queda como sigue:

- América del Norte 1.989 (30,05%)
- Europa 1.822 (27,53%)
- Asia 1.106 (16,71%)
- América Central y del Sur 674 (10,18%)
- Oriente Medio y Norte de África 521 (7,87%)
- África Subsahariana 467 (7,06%)

³¹ Citados por Castillo (2009)

- Oceanía 39 (0,59%)

Los think tanks tal como los conocemos hoy en día son el resultado de un desarrollo posterior a la Segunda Guerra Mundial, según señala el profesor O'Neill (2008: 9), quien refiere que fue *RAND Corporation* en Estados Unidos, uno de los primeros y más famosos institutos de su género, quien puede argumentar de forma creíble haber inventado este término. Explica que un domingo de los últimos años de la década de los años 40, uno de los analistas de mayor renombre de *RAND*, se dirigió a un número de colegas reunidos alrededor de su piscina y expresó: "Here we are, in deep discussion around the think-tank". Este término fue siendo utilizado gradualmente con el paso del tiempo y en años más recientes fue adoptado su uso incluso por instituciones académicas cuyos líderes quieren enfatizar que tienen un "ala de política aplicada" con la que gobierno y gente de negocios pueden interactuar de forma útil y con rentabilidad.

Los think tanks tienen con frecuencia poder y directa influencia en las políticas gubernamentales, especialmente en los países con sistemas democráticos, sostiene el referido profesor, quien pone como ejemplo el que en Estados Unidos la fuerza política neoconservadora (bajo la Presidencia de George W. Bush) se nutrió con masa crítica a raíz de varios institutos de investigación en la década de los noventa. La financiación fluyó de las fuerzas Republicanas conservadoras y facilitó el desarrollo de documentos sobre política en muchos de los cuales se basó la política de seguridad internacional del Presidente Bush.

O'Neill, asimismo, señala que las dos principales fuerzas políticas en Estados Unidos dan patrocinio a sus propios think tanks, que actúan de base de formación política para personas con proyectada trayectoria de influencia política. Pone de manifiesto la dura competencia entre estos think tanks 'partidistas'.

Smith y Marden (2008) estudian a fondo el fenómeno de los think tanks conservadores y su posicionamiento en el debate público político y su cambio de estrategia desde mediados de los años 70 del siglo XX. La adopción de estrategias basadas en técnicas de propaganda para 'saturar' la esfera pública tanto en el plano político como en ideológico, contribuyó a su predominio en Estados Unidos y Reino Unido. Estos autores, que también estudian la influencia de los think tanks conservadores en Australia, distinguen entre una etapa temprana en la que estas organizaciones se centran en generar el ímpetu y deseo político de un programa neoliberal de privatización y desregulación. Posteriormente, aumentaron su atención en el terreno social y en la renovación de formas del conservadurismo social.

Miller-Cribbs, Cagle, Natale y Cummings (2010) reconocen, asimismo, esa polarización ideológica en Estados Unidos, que, en el caso de los think tanks se traduce en un mayor impacto de los think tanks conservadores sobre los progresistas, debido a una mayor planificación y respaldo de estas organizaciones, independientemente del predominio de la ideología conservadora en las últimas décadas del siglo XX. Los autores llegan a señalar incluso que hasta recientemente los think tanks progresistas no

han seguido el ritmo que las otras instituciones referidas, por lo que los think tanks conservadores continúan ejerciendo influencia sobre el debate político.

Alemania constituye uno de los ejemplos de think tanks politizados, ya que los principales partidos políticos tienen su propio instituto de investigación, de fundación federal, para promover su desarrollo político, según sostiene O'Neill, quien afirma también que en la mayoría de sistemas democráticos, pueden localizarse think tank con cercana afiliación a los principales partidos políticos.

Éstos, sin embargo, son una sola variedad de think tank, a juicio de O'Neill. Más comunes son institutos de investigación creados para investigar un área política particular desde una perspectiva objetiva no partidista. Estos think tanks proliferaron después de la Primera Guerra Mundial. Este autor cita a *Carnegie Endowment for International Peace*, en Estados Unidos, y a *Royal Institute of International Affairs*, en Londres.

Durante las décadas de los años 20 y 30, institutos nacionales de asuntos internacionales proliferaron en Europa y en el Imperio Británico, según el referido profesor. Muchas de estas organizaciones encontraron dificultades, sin embargo, para ejercer mucha influencia en política y tuvieron ausencia de financiación para grandes proyectos. Tampoco provocaron destacados titulares en los medios de comunicación y su influencia fue más directa en la opinión pública que en los líderes políticos.

Los cambios más intensos llegaron sobre la Guerra Fría, en la última parte de la década de los 40. O'Neill apunta que "la necesidad de entender los roles y peligros de las armas nucleares llevó al desarrollo de una tercera clase de think tank: el instituto de investigación dedicado al estudio de un campo estrecho, a menudo en próxima cooperación con departamentos gubernamentales y otras agencias, al igual que con académicos, periodistas, líderes religiosos y gente de negocios" (O'Neill, 2008: 10).

Institutos de este tipo, más limitados que los institutos nacionales de política exterior de los años 20 y 30, se han convertido en el prototipo del think tank moderno del siglo XXI, según subraya este autor, quien cita como ejemplos el estadounidense *RAND* y al británico *International Institute for Strategic Studies (IISS)* en Londres. De éste último refiere que, a comienzos de la década de los 60, teniendo un componente internacional en su afiliación, ejerció una gran influencia positiva en la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte), especialmente en el desarrollo de ideas de un realismo estratégico pero con un objetivo humanitario. Asimismo, O'Neill, hace mención a otra destacada organización, el *Institute for International Policy Studies (IIPS)*, que fue fundado en Tokio en 1988, y fue una referencia para otras instituciones en la esfera internacional, así como aportando pensamiento japonés.

Otros autores como Johnson (1996) coinciden en señalar que el más importante testimonio del valor que la sociedad democrática ha llegado a colocar en los think tanks es su proliferación en Estados Unidos. A mediados de la década de los años 20, los pioneros de esas nuevas instituciones primero abrieron sus puertas y hoy en día, sólo en

Washington D.C., unas 100 instituciones de este tipo pueden localizarse, señala este autor, quien añade que el respaldo financiero que tienen los think tanks es un reflejo del apoyo del que disfrutan.

Explica que mientras que en ningún país hay tantos think tanks como en Estados Unidos, la calidad es más importante que la cantidad. Y así sostiene que en otras partes del mundo, el impacto de los think tanks ha sido monumental. Cita como ejemplos (Johnson, 1996:34), el *Institute of State and Law* (que contribuyó a que en Rusia el Presidente Yeltsin haya permitido propiedad privada en holdings agrícolas), el *Institute for Economic Studies on Argentine and Latin American Reality* (participó en el debate del Plan Cavallo que llevó la estabilidad económica a ese país a comienzos de los 90), así como el *Institute for Liberty and Democracy* (que jugó un papel importante en el inicio los programas de reforma macroeconómica que Perú acogió en 1990 y en el reconocimiento de los derechos a la propiedad como condición necesaria para el crecimiento económico).

No obstante, a pesar del referido destacado impacto de los think tanks, su trabajo es relativamente desconocido para el público general, según Johnson (1996: 34), debido a que su esfuerzo está principalmente dirigido a la elite política (legisladores y burócratas incluidos). Sin embargo, señala que los ciudadanos de una sociedad democrática se benefician todos de la contribución que los think tanks realizan para mejorar la política pública, en el sentido de hacer menos política la formulación de políticas y orientar a los líderes en la toma de decisiones, a través de informes respaldados por una legítima investigación.

Asimismo, Johnson explica que los think tanks se basan en la noción de que “las ideas cuentan”, de la importancia de que éstas emerjan de todos los sectores de la sociedad y lleguen a las autoridades. Y llega a señalar que en países donde la democracia es un nuevo fenómeno, el papel de los think tanks en estimular el flujo de ideas es incluso más importante. Se refiere al caso de Europa Central y del Este, donde muchas instituciones surgen a la sombra del comunismo. Similares tendencias se han detectado también en Latinoamérica (Johnson, 1996: 35).

En Latinoamérica, a diferencia de otros marcos más analizados, como el de los Estados Unidos, donde los think tanks se crean de forma independiente al contexto político, los think tanks se fundan en un espacio de contestación política, en la lucha por la independencia y en la construcción de la república, según señalan Mendizábal y Sample. Explican, en este sentido (2009: 9-10), que “Los precursores de los think tanks modernos, la Sociedad Académica de Amantes del Perú (1790) y los periódicos liberales y conservadores colombianos de la segunda mitad del siglo XIX, son ámbitos de debate intelectual y académico fundamentalmente políticos”. (*Desarrollo de los think tanks en Latinoamérica, en apartado 2.2.4.*).

Stone afirma que los think tanks son un “fenómeno organizacional” del siglo XX y distingue tres etapas en su desarrollo, que coincide en algunos aspectos con las expuestas por otros autores referidos anteriormente (2000: 156-157):

- 1- Hasta la Segunda Guerra Mundial. Eran localizados principalmente en Europa y Norte América y considerados como entidades basadas en el estado, dirigidas a audiencias nacionales de elite en respuesta a niveles crecientes de formación y presiones para el debate público. En esta etapa, las conexiones internacionales eran desconocidas.
- 2- Desde 1945. Esta etapa se caracterizó por un desarrollo más extensivo de los think tank. En países como Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y Austria, su número se incrementó en respuesta a las hostilidades de la Guerra Fría. En números más reducidos comenzaron a surgir en países en desarrollo. Muy pocos think tanks abordaron agendas que incluyeran temas políticos transnacionales o interactuaran de forma supranacional con una base regular.
- 3- La tercera etapa es en la que los think tanks están actuando transnacionalmente con claridad en foros globales y regionales. En muchos sentidos, “son barómetros políticos de tendencias más amplias y responden a factores de contexto más extensos”. La autora cita situaciones que han creado nuevos espacios políticos en los que los think tanks pueden operar: la crisis del petróleo de 1974, la caída de regímenes autoritarios, la profundización y la ampliación de la Unión Europea o la creación de nuevas nacionalidades tras el colapso de la Unión Soviética. Asimismo, sostiene que estas organizaciones con frecuencia responden a problemas transfronterizos de contaminación o de movimientos internacionales de capital humano y financiero, si bien afirma que quizás las razones más significativas de la transnacionalización de los think tanks son la expansión de las agendas internacionales, los cambios en la soberanía de los estados y el creciente poder de las comunidades políticas transnacionales.

Asimismo, Stone señala que la masiva proliferación de think tanks por todo el mundo ha sido impulsada por la creciente disponibilidad del apoyo de fundaciones y ayudas al desarrollo a estas organizaciones, así como por el fenómeno mundial del crecimiento asociacional del llamado “tercer sector”.

Desde la última parte de la década de los años 80, un creciente número de think tanks extendió sus actividades más allá de sus estados de origen, según la profesora, que cita como ejemplo el *Institute of Southeast Asian Studies (ISEAS)*. Como think tank genuinamente internacional, que no abundan, nombra *Trilateral Commission*, el *Club di Roma* y el *World Economic Forum*. También se da el caso más frecuente de los think tanks que, constituidos nacionalmente, hacen transnacional varias características de su actividad. Sin embargo, unos pocos institutos americanos abrieron oficinas en el

exterior. Es el caso de *Heritage Foundation* en Hong Kong y *Urban Institute* en Rusia (Stone, 2000: 158).

Por otro lado, Stone señala que es más común la colaboración de la investigación internacional y las redes formales de think tanks, a menudo organizados en torno a campos políticos específicos como medio ambiente, seguridad o desarrollo. Precisa que MDF desarrolla su actividad a través de los think tanks de la región de MENA (Middle Eastern North American) con el apoyo del Banco Mundial (World Bank). En este sentido, la misma autora destaca que desde 1997, el Banco Mundial ha respaldado un número de encuentros regionales e internacionales de think tanks ejecutivos como parte de su agenda más amplia de promoción del “desarrollo del conocimiento”. Asimismo, ha promovido la aparición de think tanks, como el caso de *Global Development Network (GDN)*- una asociación de institutos de investigación y de think tanks-, que fue creado en 1999 en Estados Unidos por las Naciones Unidas, el Banco Mundial y los gobiernos de Japón, Alemania y Suiza, así como por otros patrocinadores.

Una aportación interesante que realiza esta autora al respecto es la de que la prominencia de un think tank a un nivel regional o global, es, a menudo, reflejo del grado de consolidación del mismo en su país de origen. Así, los institutos transnacionales todavía requieren una fuerte circunscripción doméstica y fuentes locales de sustento. En su opinión, la gran mayoría de think tanks no son conocidos más allá de sus propias fronteras y carecen de tamaño, expertos reconocidos y de recursos de institutos radicados en países de la OCDE para sostener una presencia más allá de las fronteras nacionales. Sin embargo, a pesar de las disparidades en capacidades organizativas, la tendencia general entre los think tanks de todo el mundo es una diversidad creciente y una profundización hacia la actividad transnacional (Stone, 2000: 159).

Esta autora afirma que el patrón del desarrollo de nuevos think tanks responde a los think tanks existentes, actuando de referencia. Así, señala que muchos de los institutos neoliberales que fueron creados en Estados Unidos en el siglo XX en la década de los 70 y de los 80 respondían a la hegemonía percibida de los intelectuales de Nueva Clase. En Gran Bretaña, los nuevos think tanks progresistas se creaban con frecuencia en respuesta a la fuerza ideológica e influencia de los think tanks de la Nueva Derecha como *Institute of Economics Affairs*, *Centre for Policy Studies* y *Adam Smith Institute*. En el caso de Canadá, Stone señala que el desarrollo de los think tanks en ese país se inició en parte por la influencia de los think tanks americanos (Stone, 2000: 162).

Krastev (2001: 18-20) se refiere a las dos trayectorias que históricamente ha trazado el interés teórico en el fenómeno de los think tanks. Por un lado, los investigadores institucionales, interesados en explicar por qué y cómo se originaron estas organizaciones y la importancia de algunas de ellas. Entre éstos, figuran Kent Weaver, Jim McGann y James Smith. En el otro lado, los investigadores del proceso político, más centrados en la función social de los think tanks en la utilización del

conocimiento, que en sus especificidades organizativas. Entre estos nombres, los de Hall, Sabatier, Hajer y Haas and Haas. Respecto a los think tanks de la Europa Central y del Este, Krastev sostiene que son los investigadores de la primera corriente los que prevalecen en el estudio de éstos.

La Europa del Este, Latinoamérica y los países de Asia no intentaron traducir el término think tank, sino más bien han adoptado el concepto en la palabra inglesa, con todas sus connotaciones, según señala Krastev. De ahí que los influyentes think tanks son todavía una excepción en Alemania o Francia.

El sello americano en el fenómeno de los think tanks y el hecho de que son principalmente los americanos quienes escriben y publican en el rol de institutos de investigación política independiente, ha contribuido a que prevalezca un paradigma de ONG en el análisis de los think tanks post Comunistas, según el referido autor. Así, explica que en los países de la época post Comunista las nuevas ideas no procedían de los think tanks, si bien éstos eran exportados a los países de la Europa Central y del Este por el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y otras fundaciones de la zona occidental. La convicción de que el debate público abierto contribuye a la calidad de las decisiones políticas, posiciona los think tanks como instrumentos con poder para la democratización y racionalización del proceso político. Y es esta función de constitución democrática la que ha alentado la exportación de think tanks americanos desde 1986. En este sentido, la mayoría de los think tanks de la Europa Central y del Este han sido sustentados por fuentes americanas, tanto privadas como del gobierno, lo que también ha contribuido al predominio del modelo de ONG en la interpretación de los think tanks del Este de Europa.

2.2.1- Think tanks en Estados Unidos

Estados Unidos es un contexto de referencia a tener en cuenta en la historia de los think tanks. A su vez, el origen de los think tanks en ese país está unido al crecimiento de las fortunas particulares, que fue clave para la expansión de organizaciones filantrópicas privadas, como las fundaciones Ford, Carnegie, Pew o Rockefeller. Esas primeras fundaciones crearon institutos de investigación política y del gobierno, también conocidos como think tanks, según refiere Dowie³². Un ejemplo fue la creación por parte de la Rockefeller Foundation del *Brookings Institute*, aunque en ese momento los primeros think tanks no estaban adscritos a ningún partido o ideología concreta y evitaban cualquier implicación de este tipo, según sus propios objetivos, según señalan Callahan y Rich³³.

Según refieren Miller-Cribbs et al. (2010: 293-294), en el origen de los think tanks conservadores se encuentra Lewis F. Powell, Jr., que más tarde se convertiría en federal del Tribunal Supremo de Justicia. Autor del memorándum Powell Memo que

³² Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

³³ Citados por Miller-Cribbs et al. (2010)

tuvo una amplia repercusión en la clase empresarial, Powell propuso una estrategia para impedir lo que él consideraba un ataque liberal a la libre empresa, ante su profunda preocupación ante el sentimiento antiempresarial existente, el papel del defensor de los consumidores Ralph Nader, la confusión social de los años 60 y la preocupación general con el sentimiento liberal. Los autores citan el caso del think tank conservador *Heritage Foundation*, fundado en 1973, considerado como “una organización experta ideológica abierta y agresiva”, según Rich³⁴, y que en la década de los 80 fue una pieza central en la Administración del presidente Reagan. Asimismo, los referidos autores hacen referencia a Richard Viguerie, acreditado por su papel en la constitución de think tanks de carácter conservador, con miembros electos de esta formación política, así como por desarrollar exitosas estrategias de recaudación de fondos dirigidas por parte de cristianos fundamentalistas y evangélicos, y que eran diseñadas para captar la atención de los americanos, particularmente de los feligreses. La emblemática publicación *Washington Post* llegó a referirse a Viguerie como “la voz conservadora de América”.

Los primeros think tanks conservadores se centraban en cuestiones económicas con énfasis en la libertad de mercados, mientras que los de hoy en día se orientan más por asuntos sociales como la defensa del matrimonio. El éxito del modelo de *Heritage Foundation* contribuyó al crecimiento de think tanks, de 70 a 300 en más de 30 años, muchos de los cuales son claramente ideológicos y conservadores, tanto en su financiación como en su planteamiento, según McGann, Rich y Rich & Weaver³⁵.

Los think tanks conservadores de hoy se caracterizan por ser grandes instituciones con fuertes infraestructuras que sustentan una particular agenda política. Suelen trabajar juntos en la creación de redes multitemáticas, tanto a nivel local, como estatal y federal, así como emplear a los medios de comunicación, principales y alternativos, para promover agendas conservadoras, según Miller-Cribbs et al.

Estos autores constatan la evolución sustancial de los think tanks conservadores con el paso del tiempo, desde que emergieron, con posicionamiento hacia la racionalidad científica, hacia un enfoque de difusión ideológica. Estos think tanks y las administraciones de décadas pasadas impregnaron la mayoría de las entidades burocráticas estadounidenses.

Dentro del tradicional esquema de polarización política en Estados Unidos, en las últimas décadas del siglo XX se acentuó la escalada de la fuerza conservadora, que, en el plano intelectual, se trasladó a think tanks, fundaciones, centros de investigación, medios de comunicación y publicaciones universitarias o académicas. Independientemente de la ideología predominante, los expertos, entre ellos Rich³⁶, constatan que la estrategia y el respaldo económico de los think tanks afines al

³⁴ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

³⁵ Citados por Miller-Cribbs et al. (2010)

³⁶ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

movimiento conservador han permitido una mayor influencia en la política pública que los think tanks más vinculados a la fuerza progresista o liberal.

Miller-Cribbs et al. (2010: 285) citan entre los think tanks de mayor influencia conservadora a *Heritage Foundation*, *American Enterprise Institute*, *Free Congress Research and Education Foundation*, *Cato Institution* y *Citizens for a Sound Economy*. Asimismo, señalan que la Administración de los presidentes estadounidenses George W. Bush y Ronald Reagan, tuvo influencia de los think tanks de corte conservador.

En el contexto de los think tanks conservadores, Dowie³⁷ sostiene que el impacto político de los think tanks tiene un alcance más amplio, que llega a reflejarse con ramificaciones especiales de gobierno. Miller-Cribbs et al. precisan que la mayor influencia de estos think tanks la alcanzan con redes extendidas de difusión del conocimiento, comunicación política y distribución y marketing de las agendas políticas, todo ello bajo un apoyo económico. Estos autores señalan la influencia que los think tanks conservadores siguen ejerciendo sobre la opinión pública y la política del bienestar social –como vienen haciendo desde los años 70-, pese a la elección del presidente Obama y una mayoría demócrata en el Congreso estadounidense.

2.2.1.2.- La política exterior en Estados Unidos y los think tanks

Wiarda estudia la relación de los think tanks con la política exterior de Estados Unidos. Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, durante muchos años, el *Council on Foreign Relations* fue la organización privada dominante en el campo de la política exterior, señala el autor (Wiarda, 2008). El consejo se fundó con anterioridad, al terminar la Primera Guerra Mundial, para ayudar a generar apoyo público a los Catorce Puntos de Woodrow Wilson del Tratado de Paz de Versalles. En aquellos momentos no era un think tank sino un lugar donde se reunían neoyorkinos acomodados con interés en la política exterior. Frente a la actitud aislacionista del gobierno de los Estados Unidos, el consejo era un lugar con inquietudes internacionalistas. Puso programas en marcha, organizó conferencias e invitó a conferenciantes de varias partes del mundo y publicó la renombrada publicación especializada *Foreign Affairs*.

Los miembros del consejo eran nombrados por selección. Principalmente eran banqueros de Wall Street, abogados y también diplomáticos. En los años 40 y 50 una gran cantidad de líderes políticos relacionados con política exterior salieron del consejo.

En los años 60, las críticas al consejo comenzaron a ser generalizadas. El economista John K. Galbraith lo denunció como “irrelevante” y resignado. Se decía que estaba pasado de moda y tenía pocas mujeres, minorías y miembros jóvenes.

De los años 80 a la actualidad, el consejo ha reaccionado firmemente para mejorar su imagen y posición. Ha incorporado nuevos miembros (mujeres, jóvenes y

³⁷ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

otras minorías), ha abierto una sede en Washington y ha puesto en marcha una serie de nuevos programas de investigación.

Mientras tanto, ha experimentado un cambio fundamental en la influencia de la política exterior. El centro de influencia del *Council on Foreign Relations* se ha desplazado de su base en Nueva York a Washington, donde están radicados los think tank. El cambio del consejo a los think tanks implica los siguientes efectos, según expone Wiarda (2008: 102):

1. El poder en política exterior se ha desplazado definitivamente de Nueva York a Washington;
2. Se ha cambiado de los banqueros y abogados de Wall Street a los estudiosos y especialistas de política pública existentes en los think tanks;
3. Se ha pasado de una vieja generación, cuyos supuestos estaban basados en experiencias de los años 30, Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría, a una nueva generación formada en los 60, Vietnam y la guerra contra el terrorismo.
4. Se ha pasado del bipartidismo, predominante en el consejo en sus inicios, a muchos partidos, ideologías y participantes políticos existentes en los think tanks.

2.2.2- El caso de los think tanks conservadores

Como se señala anteriormente, Smith y Marden (2008) advierten que un cambio de estrategia decisivo de los think tanks conservadores desde mediados de los años 70, contribuyó a su predominio en Estados Unidos y Reino Unido, así como en Australia. En concreto, precisan que el cambio clave se hizo evidente en torno a 1980 con el comienzo de una campaña política que tuvo un significativo impacto en la cultura política australiana. Así, un personaje importante en la comunidad de los negocios, Sir Robert Crichton-Brown captó la atención de varias elites cuando dio a conocer la intención de rehacer el contexto socio-político de Australia. Instó a empresarios y hombres de negocios líderes a ser incluso más proactivos en los procesos de formulación de políticas (*policy making*) y de debate público para salvaguardar los intereses de una minoría privilegiada que se consideraba estar bajo amenaza. Una de estas personalidades, que visitó Australia en 1975, fue el economista e intelectual estadounidense Milton Friedman. Los autores refieren que, aunque es difícil definir el momento y el grado del cambio que tuvo lugar desde entonces, se hizo un concertado y decisivo esfuerzo para incrementar la importancia de los intereses del mundo de los negocios, asegurando que la lógica del fundamentalismo de mercado se convertía en el discurso dominante en el debate público.

La coordinación de apoyo financiero e intelectual no sólo aumentó el número de think tanks conservadores, sino que también permitió un comentario político más comprensible que fuera generado en términos de un volumen de producto y de

diversidad de aspectos, es decir, se fueron haciendo cada vez más influyentes y efectivos en minar los argumentos de los políticos demócratas. Los autores destacan que lo más importante era su compromiso a un programa a gran escala y a largo plazo con la intención específica de modelar el significado y la práctica de políticos para fines particulares. A esta circunstancia, añaden el “firme acceso a las fuentes de financiación, intelectuales y políticas, la disponibilidad de tecnología que posibilitan una masiva y posible manipulación de la opinión pública, que son utilizadas con casi despreciable transparencia y responsabilidad, así como el anonimato de muchos participantes” (2008: 703).

Los autores se refieren al Proyecto del Gran Sueño Australiano del *Institute of Public Affairs (IPA)* como ejemplo de cómo una alianza de intereses se forma y opera en el debate público en el contexto político australiano. Así, en agosto de 2006 el entonces Tesorero Federal, Peter Costello lanzó un reportaje en el Parlamento recopilado por el *IPA* (titulado “The tragedy of planning: losing the great Australian dream”), que argumentaba que la emergente crisis de la asequibilidad de la vivienda era el resultado de la escalada de precios del suelo artificialmente creada por injustas regulaciones de la planificación que limitaba la venta de suelo. El reportaje tuvo un eco mediático con entrevistas y artículos sobre esta cuestión por otro tipo de personalidades y agentes. En todos los casos, se hablaba del impacto de la regulación de la planificación del suelo, más que de los tipos de interés, como la razón por la que los precios de las viviendas se habían incrementado y por lo que las jóvenes familias australianas encontraban una creciente dificultad a la hora de acceder a la vivienda. A pesar de la abundante cobertura en los medios de comunicación (con más de 33 nuevos artículos), sólo uno hacía alusión a estas conexiones y a que no había mención de las actividades de la Asociación de Contratistas Independientes, ni a los otros puestos en empresas inmobiliarias del que fuera anterior Presidente de la Industria de la Vivienda de Australia.

Asimismo, el propio Costello, en otro artículo, señalaba que quizás debería solicitarse la investigación del comportamiento anticompetitivo de las agencias inmobiliarias del estado y del territorio y su asociación con grandes promotores. Así, los autores constatan que mientras el valor de la tierra es un importante componente en el proceso de acceso a una vivienda, “el estrecho enfoque del *IPA* había excluido un gran pacto de complejidad en torno a esta cuestión” (Smith y Marden, 2008: 704). Quedaba en clara evidencia –según los autores– que los valores del libre mercado se habían acoplado con una apelación a los valores de las familias conservadoras, al servicio de intereses creados en la industria de la construcción de la vivienda, que ha apoyado los esfuerzos del referido instituto. Asimismo, un contexto inmobiliario más complejo, con poderosos intereses políticos y económicos para controlar el debate.

Las posibilidades de la manipulación masiva de la opinión pública incorporando estrategias de saturación con propaganda y las ventajas de hacerlo, ha sido reconocido y emprendido con considerable éxito en Estados Unidos. También tiene su historia en Australia, donde uno de los principales ejemplos es la propia formación del *IPA* en

1943, como una inclinación entre clases privilegiadas en organizar alianzas formales para beneficio mutuo. Sin embargo, para la mayor parte parecía estar limitado el apoyo para una intervención completa en procesos políticos o gestión de la opinión pública. Por el contrario, los grandes negocios y movimientos conservadores en Estados Unidos ya se habían dado cuenta de la necesidad de mover más allá de la propaganda que apunta a la opinión pública, e incluye una más sofisticada y sostenida campaña dirigida a los medios de comunicación gratuitos y a los legisladores, según señala Carey³⁸. “El empleo de la propaganda a alto nivel se consideró más efectivo que las campañas realizadas a nivel inferior y produjo extraordinario éxito para sus financieros”, sostiene Caldicott³⁹.

Carey considera que un impulso para los think tanks asociados al movimiento neoconservador fue el memorándum escrito por Lewis Powell Jr. a la Cámara de Comercio estadounidense en 1971, en el que instaba a los líderes del mundo económico a jugar un papel más proactivo para contrarrestar tendencias ideológicas entre los graduados influidos por las políticas del entorno de la Guerra del Vietnam y el escándalo del Watergate. Una actitud que tuvo su acogida entre los conservadores, que iban incrementando la crítica al liberalismo progresista asociado con los tiempos.

Smith y Marden (2008) explican que durante el período de finales de los años 60 y comienzo de los 70, la ideología conservadora se generalizó, particularmente a través de los esfuerzos de un rejuvenecido *American Enterprise Institute (AEI)*. También destacan la influencia ejercida en la opinión pública del *Business Roundtable*, creado en 1972. En 1978 el empresariado americano gastaba 1.000 millones de dólares en acciones básicas de propaganda (*grassroots propaganda*) cada año. La creación de varios think tanks en esta época, fundados con apoyo de adinerados benefactores (que eran particularmente relevantes en los debates públicos políticos en Estados Unidos), jugó un importante papel. Estos think tanks fueron instrumentales en generar un perfil mucho más público para la agenda neoconservadora y crear un espacio entre los intereses del capital y del proceso político. Los autores destacan *Heritage Foundation*, creada en 1973 por Paul Weyrich y Dr. Edwin Feulner con apoyo del magnate de la cerveza Joseph Coors, y *Cato Institute*, fundado en 1977 por Edward Crane con financiación del millonario del petróleo Charles Koch, así como el *AEI* mencionado. Rich⁴⁰ recoge una expresiva declaración de la motivación del fundador de *Cato Institute*, Edward Crane: “He encontrado un modo relevante de participar en el debate político nacional. Por una cantidad de dinero relativamente pequeña, si se hace correctamente, puedes hacer llegar tus ideas a la palestra en un debate a escala nacional, a través de la actuación de un think tank”.

El éxito de los think tanks mencionados motivó que más de un centenar de think tanks conservadores se constituyeran desde mediados de los años 70, unas

³⁸ Citado por Smith y Marden (2008)

³⁹ Citado por Smith y Marden (2008: 705)

⁴⁰ Citado por Smith y Marden (2008: 706)

organizaciones que, asimismo, recibieron críticas por actuar como vehículos al servicio de intereses corporativos, si bien esta situación era la que les permitía su sostenimiento económico.

Los mismos autores explican que, siguiendo la estela referida de Estados Unidos y Reino Unido, Australia también tuvo un rápido incremento en el número de think tanks que contribuían al debate público y a la intensificación y gran coordinación de su actividad investigadora con la perspectiva neoliberal. Así, el programa inicial de educación económica defendido por *IPA* en 1956, llegó a convertirse en una campaña concertada de propaganda con el fin de llegar a toda la opinión pública y que el público pudiera identificarse con las necesidades de las clases privilegiadas. Comenzando con *Enterprise Australia* (creado en 1976), la campaña para ‘educar’ a los australianos pronto creció en complejidad y escala. Desde mediados de los años 70, existía facilidad de apoyo de la comunidad empresarial a ampliar e intensificar el esfuerzo para la difusión del libre mercado. La campaña fue apoyada por una combinación de factores, incluidas las condiciones económicas, con el objetivo de cambiar el clima de la opinión pública para reflejar las necesidades del capital hacia la primacía de una economía privatizada y desregulada. Por su parte, Feulner⁴¹, proporcionó en 1985 una clara indicación de la intencionalidad de la actividad de los think tanks. Comparó la función de popularización y propaganda de los think tanks con las estrategias de marketing de grandes corporaciones en la venta de productos de consumo. Así, señaló que su actividad es una tarea en marcha de trasladar ideas del mundo académico e inculcarlas en la práctica, en la arena política pública en un proceso llamado ‘política de política’ (*policy politics*) para el que los think tanks son especialmente adecuados.

Think tanks conservadores como *HR Nicholls Society*, *Tasman Institute* y *Centre of Policy Studies* fueron algunos de los que se constituyeron junto a los mencionados anteriormente. La afiliación a los mismos, el estímulo intelectual y el apoyo financiero contribuyeron, según Smith y Marden (2008), a la creación de una poderosa red entre los think tanks individuales que ya eran influyentes, pero que, de forma colectiva, eran capaces de ejercer incluso más presión en procesos de formación de políticas públicas (*public policy*). De forma colectiva, los think tanks generaron un momento que no sólo apuntaba a la necesidad de reforma, sino también a la forma de hacerla, con muy poca conciencia de su influencia. Beneficiándose de actos y la experiencia de otras asociaciones similares en ultramar, de una hábil sincronización y del acceso a los artífices de procesos de decisiones, permitió que su habilidad se dirigiera a influir la forma de la política pública (*public policy*) y el debate que la rodea, manteniendo una fachada de independencia y credibilidad intelectual. Apoyada en la histórica función del *Institute of Public Affairs (IPA)* del fomento de la educación económica, la expansión del número de organizaciones y su producción intelectual, constituye un esfuerzo para imitar el éxito de los métodos americanos de conducir la opinión pública. Los autores

⁴¹ Citado por Smith y Marden (2008: 707)

citan como ejemplo el interés del industrial adinerado Harold Clough y su familia en el *Australian Institute for Public Policy*, que fue fundado por John Hyde.

Smith y Marden afirman la existencia de un “abrumador grado de optimismo entre aquellos asociados a think tanks conservadores relativo a un cambio fundamental en la sociedad Australiana” (2008: 708). En un comentario efectuado en 2005, el anterior Primer Ministro Howard reclamó el aumento de los trabajadores de las empresas, lo que supuso el más importante desarrollo económico en Australia desde finales de los años ochenta, así como una señal del debilitamiento de los sindicatos, como una institución representativa aceptada y fuente de identidad socioeconómica. Por su parte, los think tanks *Centre for Independent Studies (CIS)* e *IPA* se muestran convencidos de que ha sido un éxito el esfuerzo por arraigar la lógica del mercado entre los responsables de las decisiones políticas (*policy marker*). Los directores ejecutivos de las dos organizaciones consideran que sus respectivos think tanks han jugado roles de influencia fomentando la naturaleza y el alcance del cambio que ha tenido lugar. Los autores apuntan que, en este contexto, existe un reconocimiento implícito de la imposición de una agenda particular que satisface el deseo de una muy selecta minoría que no siempre ha estado en el interés público más amplio. Asimismo, añaden que quizás más alarmante es la indicación de una influencia neoconservadora emergente entre los think tanks conservadores.

2.2.2.1.-Las influencias en los think tanks conservadores

La creencia en el fundamentalismo de mercado en los think tanks conservadores ha permanecido sin cambios. Así, la influencia de Adam Smith y la teoría del libre mercado continúan apuntalando su estructura conceptual, según Smith y Marden (2008). Quizás la influencia más importante que continúa dominando el pensamiento puede ser atribuida a Hayek y sus discípulos miembros del *Mont Pelerin Society (MPS)* en su reconfiguración de una tradición liberal clásica predominante. Hayek disfrutó de la estima de líderes políticos de altura como Reagan y Thatcher. Asimismo, tuvo influencia en la campaña Goldwater. Los think tank conservadores en Reino Unido y en Estados Unidos han reconocido una considerable deuda a Hayek por su visión intelectual sobre la que mucha praxis está basada. Asimismo, Hayek fue también una importante influencia entre think tanks conservadores en Australia. De hecho llegó a participar en el Consejo Asesor Editorial de uno de ellos, concretamente de *CIS*.

Sin embargo, el apoyo corporativo y las ideologías de libre mercado no son sólo las influencias que contribuyeron a modelar el perfil de los think tanks conservadores, según apuntan Smith y Marden. Entrada la década del año 2000, el discurso neoliberal dominante de estos think tanks ha reflejado de forma creciente la influencia de los valores neoconservadores en los comentarios de carácter social y cultural, particularmente de la derecha Cristiana (*Christian Right*), un movimiento asociado con el evangelicalismo y Pentecostalismo. Los autores señalan que aunque la práctica del evangelismo es un nuevo fenómeno, suscita más preocupación la organización de

movimientos político-religiosos orientados a orientar el evangelismo a provocar un cambio total en la política pública. La implicación de elementos de religiones organizadas en la política australiana muestra signos de llegar a ser más frecuente y ganar mayor aceptación. Maddox⁴² constata la creciente influencia de estos movimientos, que combinan varias facetas de la ortodoxia cristiana de la política de derechas. La evidencia de la transferencia a Australia de valores políticos-religiosos que están comúnmente asociados con el paisaje político de Estados Unidos, es el mejor reflejo de la influencia del neoconservadurismo emergentes.

Estos movimientos religiosos, movidos por la fe y basados en traducciones literales y bastante particulares de la Biblia, prepararon el camino para una intersección de principios aparentemente opuestos dentro del neoconservadurismo. “Aunque estos grupos permanecen en segunda fila, son indicativos de las tendencias político-religiosas más profundas que se hacen más evidentes”, expresan Smith y Marden (2008: 710). Los autores, asimismo, afirman que varias de las principales iglesias, en sus manifestaciones de bienestar y valores de justicia social, atacan la noción del estado como benevolente, y lo consideran como una institución secular intrusiva que interfiere la relación entre el individuo y Dios. Dentro de este marco, los fundamentalistas del mercado y neoconservadores han identificado un interés común que ha sido capaz de formar alianzas entre intereses corporativos poderosos y los conservadores de tendencia de derechas, y han fomentado una red política mucho más influyente y cohesiva.

El impacto de las influencias religiosas en la política australiana es diferente de las experiencias de Estados Unidos. Sin embargo, el cambio de concepciones de la sociedad civil y pluralismo democrático son muy similares. Smith y Marden señalan que mientras en las primeras décadas del siglo XX estaban definidas, en parte, por la tensión entre varias denominaciones cristianas y divididas secularmente, esta situación disminuyó ante una influencia política abierta en el período de la Segunda Guerra Mundial en Australia. Así, las circunstancias comenzaron a cambiar con el desarrollo de una red creciente de denominaciones dispares anteriormente, que convergen bajo la rúbrica de fundamentalismo cristiano. Y eso, a pesar de que las estadísticas señalan que el seguimiento religioso en Australia está aún en declive, según Lohrey⁴³.

Una agenda religiosa de tipo conservador iniciada por fuerzas de alcance nacional –beneficiándose de las influencias de Estados Unidos– se hace visible de forma creciente entre las redes de intereses asociados con think tanks conservadores. La agenda combina la presión al retorno a las traducciones literales de las Escrituras para contrarrestar la fuerza progresista liberal, influencias dentro de la iglesia con selectivas campañas para situar la Biblia de nuevo en la política pública y a Jesucristo de vuelta al debate público, señalan Smith y Marden (2008). Expresados dentro del llamamiento a la familia conservadora, los valores son los mismos aspectos dominando similares debates en Estados Unidos. Cuestiones como el aborto, la investigación en células madre y la

⁴² Citado por Smith y Marden (2008)

⁴³ Citado por Smith y Marden (2008)

santidad del matrimonio proporcionan puntos de reunión que se presentan como evidencia del declive de moralidad en una Australia inmersa en una cultura de la permisividad y el materialismo. Las guerras culturales y la amenaza del postmodernismo, la dependencia del bienestar y la necesidad de una filantropía privada y el cambio a la libertad religiosa, proporcionan plataformas para alcanzar e interactuar con audiencias seculares y son puntos de unión con la red de think tanks conservadores. Así, los mencionados autores constatan la evidencia de elementos evangélicos conservadores dentro de las principales iglesias cristianas aparecen en aumento disponibles a su utilización en el proceso político para fomentar que las agendas religiosas coincidan con la disponibilidad de los dos principales partidos políticos con el fin de hacer campaña directamente hacia el voto cristiano. Tanto Maddox como Porter⁴⁴ han dado detalle de la vinculación entre el anterior gobierno federal de Coalición y la Derecha religiosa. “El significado de la formación de una derecha cristiana más dinámica en su participación con los think tanks conservadores y la formación de redes de interés mutuo común impulsaron el acceso a los creadores de opinión (*opinión makers*)”, precisan Smith y Marden (2008: 711).

La incorporación del neoconservadurismo a la ideología de los think tanks australianos *IPA* y *CIS* va en aumento y es sintomática de una tendencia emergente entre las redes asociadas con los think tanks conservadores, según afirman los autores. Mientras existe una alianza de intereses que forman una amalgama de ética cristiana, conservadurismo social y fundamentalismo de libre mercado, que ha sido impulsado por think tanks conservadores, hay un cambio más noticable en la provisión de espacio disponible a la derecha cristiana. Un ejemplo de cooperación y de interés mutuo entre organizaciones es la participación de *IPA* en conferencias de The Galatian Group (formación integrada por ministros de la Iglesia unidos) o las colaboraciones intelectuales de The Galatian Group en publicaciones de *IPA*. Smith y Marden añaden que una conexión más llamativa es la afiliación de *CIS* con el movimiento estadounidense *National Endowment for Democracy*, que recibe apoyo económico de fundaciones filantrópicas del lado político de la derecha, algunas de las cuales también han contribuido a la financiación de *IPA*. Asimismo, explican que estas fundaciones han sido soportes financieros esenciales no sólo para los think tanks conservadores en Estados Unidos, incluyendo *Acton Institute and Institute on Religion and Democracy*, sino también para un rango de movimientos de derecha extrema que han incluido militantes anti-comunistas, neonazis y fundamentalistas religiosos como el Reverendo Moon y su Iglesia de Unificación.

La invitación al controvertido y polémico Mark Steyn a dar una conferencia en el *IPA* y en el *CIS*, y a destacados neoconservadores como Lawrence Mead o Charles Murray, son ejemplos de la remodelación de la cultura australiana y la identidad nacional con una específica tradición anglo-occidental o judeo-cristiana. Así, según refieren Smith y Marden (2008: 713), “Teniendo como referencia los recursos

⁴⁴ Citados por Smith y Marden (2008)

intelectuales, financieros y experimentales radicados en gran parte en Estados Unidos, la red de intereses basada en valores comunes, ha emprendido lo que es esencialmente un asalto en el pluralismo en Australia”. Afirman que, a pesar de las afirmaciones de ser líderes de las instituciones liberales y del mercado libre de las ideas, los think tanks conservadores continúan incumpliendo principios básicos de responsabilidad y transparencia, sobre los que la salud de una política democrática sólida debe descansar inevitablemente. Cuando esas condiciones no se encuentran, existe potencial para que diferentes figuras oscuras de cuestionada credibilidad sean empujadas a la corriente principal del debate y aplaudidas como expertos con el único propósito de influir en los parámetros del debate público hacia intereses particulares.

2.2.3- Think tanks en la Europa Central y del Este y el post Comunismo

La gran mayoría de los institutos políticos independientes fueron fundados después de 1989. Durante el período Comunista había entidades de investigación con orientación política, pero desde que el estado dominó el contexto político anterior a 1989, éstas no tenían libertad para definir su agenda de investigación.

Según Krastev (2001), los nuevos institutos de investigación política independientes fueron designados como un instrumento para la promoción democrática y las reformas de mercado. Así, las organizaciones estatales eran grandes y los nuevos institutos, pequeños. Los antiguos eran jerárquicos y los nuevos, estructurados horizontalmente. Los estatales eran conformistas y los think tanks, disidentes. Y, asimismo, los primeros, Marxistas en su ideología, y los think tanks, predominantemente liberales (2001: 20).

Este autor explica, asimismo, que modelo occidental de think tanks de “universidad sin estudiantes” no puede ser aplicado a los nuevos institutos políticos. En este sentido, señala que las únicas entidades de investigación post comunistas claramente especializadas son los think tanks de seguridad y de política exterior y algunos de los institutos que trabajan en política económica.

Las fuentes de financiación son otras de las características distintivas de estos nuevos think tanks –señala Krastev–, y, en su mayoría, tienen procedencia occidental.

Si bien en algunos países, como Bulgaria, Hungría y Albania, existe mayor predisposición de los legisladores y gestores del diseño político hacia los institutos políticos, en general, la investigación que procede de los think tanks no es considerada como una contribución importante hacia aquéllos. De ahí que los think tanks reclamen su propia importancia, y son los medios de comunicación quienes tienen mayor credibilidad en ellos (Krastev, 2001: 21).

En relación con la expansión de estos think tanks, Krastev señala que no existe correlación entre la misma y el éxito de las reformas post comunistas en este tipo de

países, por lo que las comunidades de think tanks son más fuertes en países donde no han prosperado las reformas, como Albania, o donde no se han desarrollado de forma completa, como Bulgaria; mientras que en otros países en las que éstas ha prosperado, como Estonia o la República Checa, la expansión de think tanks no es tan intensa. Tampoco hay una relación directa entre la expansión de los think tanks y el tipo de régimen constitucional y sistema de partidos políticos del país (Krastev, 2001: 20-21).

2.2.3.1.- Su influencia en gobiernos y parlamentos

Uno de los principales factores que convirtió a los think tanks en actores políticos de influencia no fue tanto el impacto de su investigación independiente, sino la debilidad de otros actores –como partidos políticos, miembros de las Administraciones heredadas de regímenes anteriores, universidades– en el diseño de gobiernos y parlamentos en la época post Comunista, según Krastev, quien detalla la relación de los think tanks con los diferentes segmentos sociales (2001: 23-26):

- Think tanks y las unidades de investigación del gobierno.
Fue el declive de la capacidad de investigación y de asesoramiento de las agencias gubernamentales en el proceso de toma de decisiones de los gobiernos, lo que impulsó a los think tanks como una importante fuente de asesoramiento político en la Europa Central y del Este. La proximidad ideológica entre los gobiernos post Comunistas y los institutos de investigación más prominentes fue la principal causa de la influencia de los think tanks en el proceso gubernamental. Fue el caso de institutos promovidos como CASE en Polonia o Institute for Public Policy en Bratislava. Otra fuente de legitimación e influencia para los nuevos think tanks de la Europa Central y del Este fueron los asesores extranjeros. Los economistas occidentales emprendieron la misión de asesorar a la Europa del Este en sus reformas. Los grupos que rodeaban estos asesores fueron los que constituyeron la primera generación de institutos políticos.
- Think tanks y los partidos políticos.
En un contexto europeo, los partidos políticos realizaron muchas de las funciones de los think tanks en el contexto político americano (actividades educacionales y ejercer presión ideológica). Sin embargo, en los primeros años de la transición, los partidos políticos se centraron en constituir la infraestructura nacional. En términos generales, fue la debilidad de los partidos en respaldar la investigación política, lo que ayudó a los institutos independientes a ganar importancia y visibilidad.
- Think tanks, las universidades y las empresas.
Durante el anterior régimen político, había una separación entre el mundo académico y el mundo político. En la primera década de reformas, las

universidades y sus institutos de investigación se mantuvieron al margen del mercado de asesoramiento político. Durante los primeros años de la transición, los investigadores que se interesaron en política, bien entraban en la esfera política o se integraban en un think tank. De esta forma, la propia marginalidad de la universidad en el terreno del diseño político (*policymaking*) propició la propagación de los think tanks, si bien, la universidad no actuó como rival de estas entidades, sino más bien como un recurso de los mismos.

Por su parte, en los primeros años de la transición, las empresas (capital privado) no tenían ni capacidad ni interés en introducirse en la actividad investigadora, lo que permitió a los think tanks tener una función en un contexto político que fue favorable a la presencia de “brigadas del asesoramiento sin coste” (*free advice brigades*) (2001: 25).

Krastev se refiere a una primera generación de think tanks en la época post Comunista, con una notable influencia en la actividad diaria de los gobiernos, una proximidad a las instituciones del mundo occidental y con un apoyo financiero creciente del exterior. De 1990 a 1998, algunos think tanks jugaron un papel de asesores colectivos a los líderes reformistas. Precisamente fue el éxito y la visibilidad de esta generación de institutos políticos independientes, lo que impulsó el mecenazgo occidental dirigido a la creación de think tanks.

Con la segunda oleada de reformas, el impacto de los think tanks en los estamentos políticos comenzó a decaer, ya que partidos políticos y gobiernos prefirieron el asesoramiento interno. Diez años después del comienzo de la transición, los think tanks operan en un entorno político más competitivo, en el que el propio proceso de reformas ha pasado de una estrategia de decisiones a la implementación de las mismas. Así, surge una segunda generación de organizaciones estatales (*state tanks*). Una de las principales organizaciones estatales de este tipo de la época post Comunista es *Moscow Centre for Strategic Development*, creado en 1999 por el entonces primer ministro y actual presidente ruso. Asimismo, George Soros, el relevante personaje filántropista y conocido apoyo de los think tanks de la época post Comunista, fue el artífice de la creación de institutos de políticas públicas, un proceso que fue unido a los gobiernos reformistas de la región. Estas instituciones se establecieron en países como Bulgaria, Rumanía, Eslovaquia y Ucrania.

Después de que disminuyera la influencia de los think tanks en los gobiernos, es su influencia en el público en general lo que los mantiene en el juego político.

2.2.3.2.- Su influencia en el debate político general

A la hora de tratar el impacto de los think tanks del post Comunismo, Krastev se refiere a la profesora Stone⁴⁵ a la hora de distinguir las dos formas en las que los think tanks ejercen influencia en el proceso de formulación de decisiones políticas (*policymaking*). En un sentido estricto, la influencia puede definirse como el impacto directo de los institutos de investigación política en la legislación o decisiones particulares de los gobiernos, mientras que, en un sentido amplio, puede ser interpretada como “el poder para cambiar el consenso existente o para preservar clima de opinión existente” (Krastev, 2001: 26).

Mientras la mayoría de think tanks son resultado del esfuerzo para cambiar el modelo político que prevalece, en el caso de la Europa Central y del Este, los think tanks no prepararon el giro político que tuvo lugar de 1989 a 1991, pero fueron críticos en explicarlo, según sostiene el referido autor (2001). El objetivo era preservar el modelo político para poder llevar a cabo la gestión económica establecida en 1990 a 1991. El rol político de estos think tanks no puede entenderse fuera del dominio del consenso de Washington y, en concreto, de la nueva ortodoxia liberal, y que también procedía del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial. La defensa por parte de la mayor parte de think tanks de la ortodoxia y consenso liberal (como forma de garantizar prosperidad económica), frente a una fuerte presión de fuerzas políticas para establecer uno nuevo populista, les aseguró un lugar en el proceso político y convirtió a los think tanks en socios elegidos por los patrocinadores occidentales y organizaciones internacionales.

En este contexto, fue la habilidad de los think tanks en modelar la opinión pública, la gestión de un discurso experto, más que una investigación a fondo, lo que les aseguró su influencia en el proceso de decisiones políticas (*policymaking*). Krastev cita como ejemplo de este tipo de legitimación de estas organizaciones y de su impacto en la esfera pública, el debate de la introducción de un panel monetario en Bulgaria en 1997.

Este autor explica que estos think tanks fueron los mayores agentes en la revolución retórica que tuvo lugar en la Europa Central y del Este al comienzo de los años 90: “Fueron un instrumento para limpiar las ruinas del paradigma Marxista y superar la sospecha hacia la propiedad privada y de mercado. Los think tanks encontraron los argumentos correctos para convencer al público del fracaso del viejo sistema” (Krastev, 2001: 29).

2.2.3.3.- Futuro de los think tanks del post Comunismo en el nuevo contexto global

Una característica común de los fallos que tuvo la transición al nuevo régimen post Comunista fue la falta de consistencia política. Krastev señala que la deliberación política profesional o el consenso político es la clave del éxito de las reformas, mucho

⁴⁵ Citada por Krastev (2001:26)

más que la adopción de un paquete concreto de medidas políticas, lo que generará renovado interés en los think tanks. En los últimos años de la década de los 90, otras tres grandes circunstancias o “descubrimientos” influyeron en el mundo de los think tanks post Comunistas y en su comportamiento, en el nuevo contexto global (Krastev, 2001: 30-31):

- Descubrimiento de la globalización.

Tras los primeros años de la transición, en los que estos think tanks estaban centrados en la propia transformación de la Europa del Este, descubrir la globalización cambió y amplió sus perspectivas y enfoques, incluida la redefinición de las áreas de investigación y metodologías aplicadas, así como la reconsideración de la importancia de las redes y del intercambio de ideas. También le dio un nuevo significado a los estudios comparativos y reabrió el debate, así como significó el descubrimiento de una gobernanza global. En este sentido, Krastev sostiene que en un mundo globalizado, para que un think tank alcance importancia, no es suficiente tener influencia con su propio gobierno o con su público, sino también tener la oportunidad de ejercer una influencia a escala global.

- Descubrimiento de la menor influencia de Washington.

El apoyo general a las políticas del Fondo Monetario Internacional (*IMF*) disminuyó notablemente en comparación con la aceptación generalizada de los patrones y consenso americano en la forma de plantear la prosperidad económica. A ello contribuyó la Crisis de Asia y la Crisis Rusa de agosto de 1998, que generaron profundas dudas sobre las formulaciones teóricas de ideas políticas difundidas por el Fondo Monetario Internacional y por otros organismos. La presión del público fue otro crítico argumento para revisar el consenso de Washington en la Europa Central y del Este, en búsqueda de nuevas políticas o, al menos, nuevos argumentos en apoyo de las viejas políticas.

- Descubrimiento de la importancia de las instituciones.

El descubrimiento de la segunda generación de obstáculos a las reformas puede ser conceptualizado como el descubrimiento de las instituciones, al igual que el descubrimiento del contexto local. El fracaso de las políticas liberales ortodoxas en países como Rusia hizo que economistas y científicos políticos se centraran en el contexto institucional y en el papel del estado en la implementación de las reformas de mercado. El débil estado post Comunista se hizo el mayor obstáculo en el proceso de transformación de la economía y la sociedad y, en este sentido, el orden legal y el cumplimiento de la ley se constituyeron como condiciones, y no como un efecto, del funcionamiento del mercado.

2.2.3.4.- Retos de los think tanks de la época post Comunista

Los principales cambios en el comportamiento y estrategias de los think tanks líderes de la Europa Central y del Este pueden predecirse en los próximos años como respuesta a la presión creada por las circunstancias o “descubrimientos” descritos en el apartado anterior (Krastev, 2001: 32-36):

- Cambio hacia la interconexión (*networking*) y la actividad transnacional, con la adopción de nuevas tecnologías. El autor expone seis razones por las que los think tanks deberían tener una interacción regional:

-Influencia. Para que los think tanks tengan influencia fuera de sus fronteras, deben formar coaliciones para desarrollar posiciones políticas comunes. Son sensibles a asuntos de interés internacional (como la recesión europea o la ampliación de la OTAN), que requieren estrategias regionales e incluso socios de otros institutos.

-Terreno común. Los países en la transición comparten una agenda común. En este contexto, think tanks de distintas partes de la región pueden ser de utilidad unos a otros. Una herencia común crea un potencial importante por compartir el conocimiento y por la transferencia de políticas.

-Legitimidad. Una estrategia para superar la tendencia existente en algunos países de que los gobiernos suelen ignorar el asesoramiento de fuentes independientes, es la cooperación con socios visibles y respetados.

-Formación y experiencia (*training*). Un buen analista político necesita formación y experiencia, y la mejor opción en este sentido y para reformar estas instituciones, es trabajar en proyectos en común con los mejores analistas de la región y de los países occidentales.

-Utilidad. Comparados con los gobiernos y universidades, los institutos políticos independientes se encuentran en mejor posición para beneficiarse del *networking* al ser más pequeños, flexibles y aptos para adoptar prácticas de gestión y de investigación del exterior. Además, la mayor parte de analistas políticos también comparten una lengua en común, el inglés.

-Control de calidad. La cooperación hacia institutos con diferentes niveles de desarrollo mejora la calidad de los resultados políticos

Las consecuencias de la interconexión son el descubrimiento de la perspectiva regional y la constitución de los institutos políticos como agentes de visión regional. Krastev cita como ejemplo de esta perspectiva la celebración del Foro de Política del Sudeste Europeo en julio de 1999,

seguido de la creación de la Red de Información de Política de la Europa del Sudeste Europeo (*Southeast European Policy Information Network*), constituida por más de setenta institutos de política del Sudeste Europeo, como respuesta a la crisis de Kosovo y a la necesidad de reconstruir los Balcanes.

La nueva oportunidad para los think tanks es el empleo de las redes internacionales y regionales no sólo como una asociación intelectual, sino también como instrumentos para incrementar su influencia política en la orientación de medios e institucionales a nivel internacional. El autor precisa que el modelo original de think tanks centrados en los gobiernos queda sustituido por think tanks centrados en la sociedad, que respaldan estrategias tendentes a las coaliciones.

- Cambio del papel de los think tanks de conservadores de paradigmas ortodoxos a constructores de consenso.

La crisis del consenso de Washington, como marco intelectual e ideológico, reflejado en el fracaso acusado en muchos países de políticas de reforma y crítica pública a las prescripciones del Fondo Monetario Internacional (*IMF*), provocó que los think tanks adoptaran distintas posiciones a las mantenidas inicialmente bajo patrones ortodoxos, a diferencia de la primera generación de reformas, con la que fueron críticos con la implementación de políticas de consenso de Washington, pero no emprendieron la búsqueda de diferentes políticas. Así, el interés de los think tanks en asuntos como el buen gobierno y la transparencia ilustraron la nueva oleada de problemas y agendas abordadas por los institutos políticos.

La explosión de investigación anti-corrupción refleja tres nuevas tendencias en la investigación de los institutos políticos: la atención en la implementación más que en la formación de una política justa, el interés en las instituciones y un cambio en la retórica. La atención de los institutos a la anti-corrupción representa la nueva importancia de la política de consenso en aspectos de mayor desarrollo. Esto marca la apertura de los think tanks a otros grupos de ONGs y estrategias para crear coaliciones de asesoramiento.

Si en los comienzos de los años 90 los think tanks concebían su rol como proponentes de las mejores políticas, a comienzos de la década que se inició con el año 2000 tienen la oportunidad de centrarse en reformar el proceso político más que discutir por la mejor política. A esta circunstancia, influyó que se acelerara el proceso legislativo a consecuencia de la agenda de la integración europea, por lo que el tiempo para el debate político ilustrado es mucho más corto en la Europa Central y del Este que en Estados Unidos o Europa Occidental.

En este nuevo marco, se produjo el cambio de comportamiento de los think tanks. Al principio de los 90, la mayoría de los think tanks intentó educar e influir en que se comprendiera públicamente las políticas y prioridades del IMF, mientras que en la siguiente década la tendencia contraria prevalece: los think tanks intentan explicar los asuntos que interesan al público a los actores internacionales.

- Cambio en las agendas de investigación y un renovado interés en el conocimiento local.

El conocimiento local, entendido como conocer por qué y cómo ciertas políticas tienen éxito o fracasan en un contexto local, se convierte en un aspecto central de la investigación de muchos think tanks, que se refleja en cambios en la agenda de investigación y en el movimiento hacia la coalición de decisiones locales. Los think tanks están mejor posicionados en este tipo de conocimiento como resultado de su participación directa en el proceso político. El funcionamiento del mercado de corrupción es una demostración del poder del conocimiento local. Asimismo, se trata de saber aspectos adicionales de las circunstancias. En el caso de una compañía que vaya a ser privatizada, consistiría no sólo lo que los analistas de Wall Street reconocen como una oferta razonable, sino también ser capaz de estudiar la oportunidad de que la operación tenga lugar en consonancia con la ley, cuáles son las partes interesadas que no llegan a tener una visibilidad o qué táctica habría que adoptar para vender la empresa con un máximo de rentabilidad para la sociedad. En este sentido, con este tipo de conocimiento, los think tanks pueden ser expertos en el día a día de las políticas locales de reforma.

Krastev señala, en síntesis, que “los think tanks del post Comunismo han comenzado a reinventarse ya que las condiciones que les impulsaron en su día ahora ya no existen” (2001: 36). Explica que los gobiernos han mejorado sus propias capacidades de investigación y los partidos políticos han invertido en investigación política; el apoyo financiero de occidente se ha retirado y la retórica del consenso de Washington (en la que pesaban términos como ‘mercado’ o ‘reforma’) ha perdido su importancia. En este contexto, estas organizaciones se enfrentan a nuevas oportunidades como las de abrirse más al público y superar las fronteras de sus propios estados y sus connotaciones para adoptar una visión y actuación global. La acción global es, según este autor, la única forma de redescubrir el contexto local, de marcar la diferencia con el poder que ejerce su propio conocimiento.

2.2.3.5.- El caso de los think tanks en la República Checa

La profesora Devaux (2006) toma como referencia en el estudio de los think tanks la República Checa, en general, por ser un país de una zona –de interés para el análisis- caracterizada por cambios políticos (contexto post Socialista), económicos y sociales en sociedades modernas, al mismo tiempo que por la adopción de normas

europas e internacionales. En particular, analiza en el problema medioambiental por ser una cuestión de interés para poder observar las interacciones entre un conjunto de actores con diferentes percepciones del problema. La autora se centra en el estudio de dos think tanks checos, el *Centre for Environmental Questions* y el *Institute for Ecological Policy*, para corroborar la concepción que comparte con Michel Dobry⁴⁶, el que la legitimidad de un sistema político no es resultado de un marco ideológico general, sino de acuerdos localizados en cada espacio social.

Estos dos think tanks surgen al final del período de influencia de la Unión Soviética (URSS) y cuando se constata la necesidad y urgencia de efectuar reformas legales en ese período. La autora los describe como sigue (2006: 226-227):

El *Institute for Ecological Policy (IEP)* fue fundado en 1992 como una fundación y desde 1998 ha funcionado como una sociedad de utilidad pública, que es el estatuto más frecuente de los think tanks, sostiene Scheider⁴⁷. “Su misión es promover el desarrollo sostenible en la República Checa, basado en el conocimiento de las relaciones existentes entre las necesidades humanas y los recursos naturales. Desde 1992, el *IEP* ha estado activamente focalizado en elaborar políticas que apoyen el desarrollo sostenible y un medio ambiente saludable con objeto de influir en los documentos de importancia nacional”, según señala el propio *IEP*⁴⁸ en un Informe de actividades. El objetivo principal de esta organización es el de cambiar tendencias desfavorables que tienen lugar en esta área. Este instituto se fundó en uno de los países europeos con más contaminación y en el que el conocimiento ecológico era muy bajo, a pesar de que había distintos movimientos ecologistas en la oposición al régimen tipo soviético antes de 1989. Desde sus orígenes, la organización tenía previsto influir en las políticas en las áreas de protección ambiental, lo cual se reconoce como un think tank.

El *Centre for Environmental Questions (CEQ)*, aunque fue creado en el mismo período que *IEP*, tiene su propio planteamiento. Se trata de una organización académica que oficialmente tiende a realizar estudios sobre temas medio ambientales. Ciertamente, el Centro está más especializado en promover principios y valores generales. Está registrado en la Facultad de Humanidades de la Universidad Carlos de Praga. Su propósito consiste en la coordinación de todos los esfuerzos en esta dirección: en el terreno pedagógico y en el campo de la investigación. Los objetivos, desde su creación, han sido divulgar el conocimiento e investigar en áreas medio ambientales.

La creación de los think tanks también está relacionada con la necesidad de instituciones del estado para asesoramiento legal y técnico así como representación cognitiva sobre protección medio ambiental, una tendencia que se ha observado desde los años 80 en los países Occidentales, según señala Roqueplo⁴⁹.

⁴⁶ Citado por Devaux (2006)

⁴⁷ Citado por Devaux (2006)

⁴⁸ Citado por Devaux (2006)

⁴⁹ Citado por Devaux (2006)

Devaux (2006) afirma que estas instituciones –organizaciones sin ánimo de lucro percibidas como independientes- son consultadas por el gobierno en 1991 y 1998 para la preparación de leyes medioambientales. Tanto *IEP* como *CEQ*, ocupan un lugar central entre diferentes procesos: elaboración de nuevas políticas, implementación del acervo comunitario y creciente conciencia pública sobre los problemas medio ambientales.

El *CEQ* proporciona más recomendaciones relativas al programa sobre el clima y sobre la estrategia nacional para un desarrollo sostenible que la República Checa aún no ha adoptado. El *IEP* está centrado en la armonización de la dimensión legal, trabaja como traductor de normas para incorporar las normas europeas en las leyes medio ambientales checas y en la implementación de la Agenda 21 a nivel local en la República Checa.

La autora señala que en un contexto donde los mecanismos de representación de intereses no están ampliamente desarrollados ni institucionalizados, los think tanks eran capaz, a través de acciones concretas en el espacio público nacional y a nivel local, de trabajar como un enlace fundamental entre los actores sociales y políticos. Añade que los grupos de interés pueden constituirse en la fundación de antiguas redes y que puedan tener acceso al estado debido a su disposición de habilidades profesionales y relaciones internacionales: “Es posible avanzar en la hipótesis de que la creación de estos think tanks medioambientales y su participación en el proceso de decisiones políticas (*policy-making*), es el resultado de distintivos mecanismos de caminos peculiares” (2006: 232). En su opinión, la institucionalización del problema medioambiental a través de las actividades de los think tanks citados puede ser explicada por el hecho de que sus miembros tienen múltiples posiciones en el espacio social y político, tanto a nivel nacional como internacional. En este sentido, Devaux afirma que hasta cierto punto es posible concluir que algunos grupos de interés son constituidos sobre la base del conocimiento y habilidades adquiridas durante el régimen Comunista y que reordenamiento político fue ampliamente construido sobre antiguas redes.

2.2.4- Think tanks en Latinoamérica

La situación de los think tanks en Latinoamérica es diversa, en función de las circunstancias sociales, económicas y políticas de cada país, según refiere Castillo (2009). Su origen de forma más acentuada fue a partir de finales de los años 70.

En la evolución de los think tanks en esta parte del continente, la etapa de su origen es más sencilla, en opinión de este autor, siendo su desarrollo más complejo para poder desempeñar su actividad y su influencia en la sociedad. Como señalan Uña, Gogliandro y Labaqui⁵⁰, en Argentina, el mayor desarrollo de los mismos fue en la década de los ochenta, tras el retorno de la democracia. Castillo apunta en su artículo

⁵⁰ Citados por Castillo (2009)

que este país tiene una presencia mayoritaria de los think tanks creados en América Latina (24,5%), seguido de Brasil (9,3%).

En el caso de Chile, la génesis de los think tanks fue en los años 70 bajo la dirección militar del país, según refiere el profesor Castillo, constituyéndose en un vehículo de expresión y de investigación de intelectuales apartados por parte del régimen. En Perú, Torres⁵¹ ha constatado la baja presencia y participación de este tipo de organizaciones.

La presencia de think tanks en Latinoamérica sucede antes de 1958 con la aparición del Instituto Torcuato de Tella, a partir de una acción filantrópica de los hijos del referido ingeniero, según explica Castillo, quien afirma que no es hasta la década de los años 80 cuando tiene lugar la “explosión” de los think tanks, ya que surgen el 40% de las organizaciones que refiere en su artículo, ante el mayor protagonismo de la sociedad civil, la articulación de empresas, el surgimiento de una clase media o la necesidad de llevar a cabo estudios en temas sociales con acceso planificación posterior de acciones políticas (Castillo, 2009).

2.2.4.1.- La relación think tanks-partidos políticos en los países

Garcé⁵² se refiere a tres momentos históricos en los que se basa una tradición latinoamericana de think tanks que advierte que no es fácil de definir, pero en la que existe una relación natural con la política. Citando a Stone y a Denham, Garcé⁵³ distingue esas etapas:

- 1- Desde la Segunda Guerra Mundial y la década de los 60 (influencia del positivismo y visión de un gobierno científico y moderno).

En su estudio en la publicación de Mendizábal y Sample (2009), Garcé señala que durante estas dos décadas se crearon centros de investigación en políticas públicas en las facultades de Ciencias Sociales y de Ciencias Económicas de las universidades públicas y privadas y se instalaron agencias de planificación de políticas al interior del Estado.

- 2- Desarrollo como respuesta a las dictaduras de los 60 y 70.

Fueron creados por profesores que, a diferencia de otros que debieron continuar sus carreras académicas en otros países al ser perseguidos por sus ideas políticas y expulsados de sus cátedras universitarias, optaron por permanecer en sus propios países y fundar centros privados de investigación, lo que permitió diagnosticar problemas sociales y esbozar

⁵¹ Citado por Castillo (2009)

⁵² Citado por Mendizábal y Sample (2009)

⁵³ Citados por Mendizábal y Sample (2009)

alternativas a las políticas de los regímenes autoritarios, según indica Garcé en la referida publicación.

- 3- Durante los 90, como consecuencia de la liberalización política y económica (surgimiento de una gran variedad de organizaciones con nuevas formas asociativas y de gestión). Garcé señala en su estudio que esta fase está asociado a dos fenómenos relacionados entre sí: la aparición de fundaciones y centros universitarios vinculados al mundo empresarial para apoyar la modernización del Estado, y el desarrollo de ONGs como respuesta a la retracción del Estado. También comienzan a aparecer think tanks creados a instancias de políticos o partidos políticos para lanzar o apoyar sus carreras políticas y su actuación.

Garcé precisa en su mencionado estudio que al cabo de este proceso, el número de think tanks en América Latina había registrado un crecimiento significativo. Según el programa *Think tanks and Civil Societies Program*, del Foreign Policy Research Institute dirigido por James McGann, el número de think tanks en América Latina es similar al de Europa Oriental y muy inferior al de países como Estados Unidos y Canadá, si bien el número de think tanks sigue en aumento en América Latina, aunque tiende a disminuir en otras regiones como África y Europa Oriental.

Mendizábal y Sample contemplan la historia de la relación entre think tanks y partidos políticos en Latinoamérica (2009: 14-16):

- Bolivia. En este país, Toranzo⁵⁴ afirma que el sistema tradicional de partidos parece haber colapsado, y con él el rol de los think tanks en el proceso formal de las políticas. En este contexto, el rol de los think tanks ha sido desempeñado por diversas ONGs y organizaciones de base que trabajan junto a los movimientos sociales que conforman la alianza MAS (Movimiento al Socialismo), del Presidente Evo Morales.
- Ecuador. La relación entre think tanks y partidos políticos es igualmente débil en este país. Bellettini y Carrión⁵⁵ precisan que los partidos y los think tanks han sido afectados por la debilidad de la enseñanza de las ciencias políticas, que ha imposibilitado que lleguen a desarrollarse estructuras partidarias modernas. Las relaciones entre partidos y think tanks han sido diversas: desde las más programáticas e institucionales y de alta fluidez (caso del ILDIS y el partido Izquierda Democrática y la Democracia Cristiana), a las más espontáneas y de baja fluidez (FLACSO y el movimiento Alianza País).

⁵⁴ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

⁵⁵ Citados por Mendizábal y Sample (2009)

Mendizábal y Sample destacan en Bolivia y Ecuador el papel de las fundaciones alemanas como benefactores, que apoyaron tanto la oferta de investigación como su demanda.

- Perú. En este país, se han formado redes tecnocráticas integradas por políticos, investigadores expertos y representantes de los poderes de facto, que lideran el proceso de definición de agenda y la formulación de políticas, según indican Tanaka, Rojas y Barrenechea⁵⁶. Esas redes ofrecen un vínculo informal entre partidos políticos y think tanks, y en especial, entre expertos en el gobierno y en las mencionadas organizaciones. Estas redes se constituyen en un proceso político en el que los partidos no han podido fortalecerse (a lo que contribuyó la política antipartidaria del gobierno de Fujimori en la década de los 90), y las relaciones de éstos y think tanks tampoco se han institucionalizado.
- Colombia. Muestra un sistema de partidos más estable, propicio a alianzas entre partidos y think tanks. Londoño⁵⁷ sostiene que los partidos Liberal y Conservador, y las distintas facciones surgidas en la trayectoria de éstos, tienen en su origen una relación a espacios de debate intelectual e ideológico, sin olvidar que las propias relaciones formales entre partidos y think tanks pueden verse afectadas por procesos de largo plazo, lo que supone la reducción de los espacios de debate y de la demanda de servicios de los think tanks. Éste es el caso de períodos de concertación política entre los principales partidos colombianos (como sucedió durante el Frente Nacional) o los tiempos de hostilidad entre partidos en Perú en las décadas de los 80 y los 90.
- Chile. La situación es similar a la descrita anteriormente durante los años de la Concertación, después de la vuelta a la democracia en la década de los 90. Cociña y Toro⁵⁸ explican la interacción de organizaciones más desarrolladas e institucionalizadas. La situación de los think tanks está condicionada por cada contexto en el que fueron creados. Así, los formados en la dictadura de Augusto Pinochet, promovidos por los académicos e intelectuales de izquierda perseguidos por el régimen, desarrollaron plataformas de oposición política y programática. Con la caída de la dictadura, estos think tanks actuaron como la fuente de ideas para el nuevo gobierno de concertación democrática, lo que supuso un significativo debilitamiento. Ya con la democracia, se crearon nuevos centros de investigación y fundaciones, que trabajaron para defender las reformas realizadas durante las pasadas décadas.

Los procesos de Concertación política en la región latinoamericana, al igual que en el caso colombiano citado anteriormente, supusieron el estancamiento ideológico de

⁵⁶ Citados por Mendizábal y Sample (2009)

⁵⁷ Citado por Mendizábal y Sample (2009)

⁵⁸ Citados por Mendizábal y Sample (2009)

los partidos y centros de pensamiento vinculados. Esta circunstancia provocó que, con el nuevo milenio, se desarrollase la formación de nuevas organizaciones con el rol de think tanks pero con estructuras y modelos de gestión modernas, dirigidas a reactivar el debate ideológico y acabar con los esquemas formales del espacio partidario o temático, según indican Mendizábal y Sample (2009). Estos autores señalan que los think tanks en Latinoamérica muestran procesos internos afectados por los mismos contextos políticos en los que pretenden influir. Asimismo, afirman que tanto el nivel de desarrollo del sistema político como el de las relaciones entre partidos y think tanks, están vinculados a la colaboración existente entre ambos tipos de organizaciones.

Esta afirmación no se contradice con una advertencia que realizan estos autores al poner de manifiesto la necesidad de ampliar la relación entre los think tanks y los partidos con otros actores del espectro político. Entre éstos citan los medios de comunicación, el poder legislativo, los organismos y líderes del sector público, el sector privado y empresarial, los organismos internacionales, la Iglesia, el ejército y “otros poderes ocultos” que, como el narcotráfico, en función de la situación de cada país, desempeñan un papel importante en la política nacional y local de los países latinoamericanos.

2.2.4.2.- Gran diversidad de situaciones

Garcé, en su estudio marco ‘Panorama de la relación entre think tanks y partidos políticos en América Latina’, recogido en la publicación de Mendizábal y Sample, señala que existen esfuerzos por estudiar la evolución de los think tanks en América Latina y su influencia en ciertas políticas públicas (Sherwood, Truit, Braun, Chudnovsky, Ducoté, Weyrauch, Garcé y Uña⁵⁹). Sin embargo, precisa que hay escasa información sobre cómo son los think tanks en esta región y de su relación con los partidos, entre otros motivos por la existencia de una gran diversidad de situaciones, no sólo entre países, sino también en el mismo país (diversos tipos de partidos, de think tanks y de relaciones entre ambas partes). Este autor, para abundar en el conocimiento de think tanks y partidos políticos, estudia las principales características de las democracias y de los partidos políticos latinoamericanos (Mendizábal y Sample, 2009: 26-33), como se explica en el resto de este apartado de la presente investigación.

En este sentido, Garcé muestra en su análisis el notable avance de la democracia en las últimas décadas en esta región, si bien se refleja la importancia de los problemas históricos (la duración media de las dictaduras en quince países estudiados fue superior a 20 años). Además, un número importante de países de la región ha seguido registrando crisis significativas en el funcionamiento de sus sistemas democráticos. Por otro lado, existe cierto consenso entre los especialistas en cuanto a una asimetría importante en el avance de las garantías institucionales que permiten hablar de democracia, y el grado en que los ciudadanos de América Latina logran disfrutar de sus derechos. “La ciudadanía de América Latina no está muy satisfecha con la democracia,

⁵⁹ Citados por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

pero deposita importantes expectativas en ella”, sostiene Garcé (Mendizábal y Sample, 2009: 28). La histórica fragilidad de la democracia en América Latina ha representado, de hecho, un desafío evidente para los expertos sociales de la región, según Garcé.

Con el paso del tiempo, en tanto las democracias presidencialistas latinoamericanas se mostraron más estables de lo esperado, los expertos políticos iniciaron un estudio más profundo de los partidos políticos, a través de los sistemas de partidos, de su grado de institucionalización (competencia, legitimidad, raíces sociales, organización interna, volatilidad electoral, estabilidad del sistema de partidos o confianza en los mismos). Entre los resultados de algunos de ellos, figura que Ecuador, Perú, Brasil y Bolivia presentan bajos niveles de institucionalización, frente países con altos niveles como Costa Rica, Chile y Uruguay.

Garcé afirma, basándose en los estudios referidos, que tanto en el caso de sistemas de partidos como de partidos como unidades, existen diferencias significativas entre países y que su grado de institucionalización puede ir variando con el tiempo. “Existen problemas serios en algunos países y tendencias preocupantes en otros. Pero, en general, el panorama de los partidos políticos en América Latina no es catastrófico”, sostiene este experto (Mendizábal y Sample, 2009: 32). Garcé añade que algunos datos de opinión pública refuerzan la interpretación de algunos expertos como Alcántara y Freidenberg⁶⁰, de la centralidad de los partidos políticos en las democracias latinoamericanas. Se trata, según Garcé, de una idea arraigada de que no puede haber democracia sin partidos políticos, que convive con el predominio de una crítica hacia el papel efectivo o concreto de éstos.

De los estudios de diferentes autores que recogen Mendizábal y Sample (2009), prestan una atención especial a cómo afecta, con el paso del tiempo, a la relación de los think tanks latinoamericanos con los partidos políticos, el que sean partidos en el gobierno o en la oposición. Cuando los partidos están en el gobierno tienden a demandar menos informes técnicos a los think tanks, ya que disponen de la información que les facilita la propia estructura estatal. Por el contrario, cuando los partidos están en la oposición, acuden con mayor frecuencia a los think tanks por información, ideas y alternativas, especialmente, cuando sus estructuras están menos provistas de un sistema de asesoramiento técnico.

Asimismo, estos autores subrayan, en este sentido, el papel importante que parece jugar los think tanks en la elaboración de plataformas electorales a través de la interacción con las estructuras de los partidos. Así, por su parte, los partidos de gobierno que logran ser reelegidos son los que elaboran políticas públicas consistentes, serias y apoyadas en información, cumpliendo las promesas electorales. Por su lado, para que la oposición logre alcanzar el gobierno, precisa acudir a información que destaque los fracasos e inconsistencias de las políticas de gobierno, y poder presentar alternativas viables y relevantes. Los autores señalan que, en este contexto, aparece un concepto

⁶⁰ Citados por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

importante: “Quien quiera mantener o conquistar el gobierno, deberá demandar información y evidencia. El saber es un arma formidable en la lucha por el poder” (Mendizábal y Sample, 2009: 243).

2.2.4.3.- Recomendaciones

Del estudio de los cinco estudios nacionales sobre los think tanks en América Latina y los partidos políticos, bajo el principio de que la propia consideración y definición de estas organizaciones en esta región se concibe bajo su relación con el sistema político, Mendizábal y Sample extraen las siguientes recomendaciones (2009: 243-244):

- Aceptar una definición ampliada de think tanks para incluir la función que cumplen, en lugar de su tipo o forma de organización, su pertenencia al sistema político y la diversidad de sus relaciones con otros actores del sistema. Asimismo, se debe asegurar que el apoyo a los think tanks no atente contra el desarrollo del sistema político.
- Reconocer que la relación entre think tanks y partidos es dinámica y se encuentra sujeta a las demandas del ciclo electoral.
- Promover la investigación aplicada en los centros de investigación sobre las cuestiones que son percibidas como problemas públicos por los ciudadanos, para realizar aportaciones sobre los aspectos en los que centren su atención los partidos.
- Fortalecer las relaciones entre partidos políticos y think tanks creando espacios de diálogo sostenibles en el tiempo, para lo que resulta necesario que los centros de pensamiento generen propuestas sobre las problemáticas sociales y, asimismo, las difundan de forma más creativa y sistemática a actores externos, entre ellos, los partidos políticos.
- Mejorar la capacidad técnica del poder legislativo mediante el asesoramiento por parte de los centros de investigación a los parlamentarios y a las comisiones parlamentarias en su proceso de toma de decisiones.
- Desarrollar capacidades para promover la colaboración en lugar de la competencia, mediante el fortalecimiento de los sistemas políticos y de las redes de asesoramiento especializado.
- Fortalecer y estrechar las relaciones entre los think tanks y los medios de comunicación, para que éstos últimos promuevan una cultura de aprecio al conocimiento.
- Considerar la creación de un fondo proveniente del gobierno y la cooperación internacional, y asignarlo de forma competitiva a centros de políticas públicas

que generen propuestas para mejorar la democracia y la gobernabilidad del país.

- Finalmente, es importante apoyar iniciativas que promuevan el desarrollo de carreras académicas relacionadas con el proceso de generación de políticas y la gestión política.

2.2.5- Think tanks en China

Los líderes chinos han comenzado a mirar al mundo a través de una mirada que ha dejado a un lado los vestigios de la historia y la ideología de años atrás. Ahmad y Mughal (2011) señalan que estos cambios han dado lugar a que los investigadores occidentales se pregunten de dónde han surgido estas nuevas ideas políticas. En su opinión, indudablemente, una de las fuentes son los think tanks chinos de relaciones internacionales. Aunque la mayoría de estas instituciones han existido desde hace décadas, la mayor parte de sus investigaciones y análisis claramente reflejaban una visión Marxista-Leninista del mundo, según Shambaugh⁶¹. Sin embargo, los programas, estudios, capacidades de estos institutos y sus analistas comenzaron a cambiar a finales de los años 80 y principios de los 90. Y han evolucionado según sus funciones, responsabilidades e influencias.

A lo largo de las dos últimas décadas, los think tanks chinos de política exterior han comenzado a desempeñar, de manera creciente, un papel importante en el diseño de la política exterior china y de los análisis de inteligencia, según Ahmad y Mughal.

Durante el gobierno de Mao en China, había sólo unos pocos institutos de investigación sobre relaciones internacionales, aunque no estaban autorizados a realizar investigaciones políticas. Aunque algunos investigadores defendían “un grado de pluralismo y participación intelectual en las tomas de decisiones políticas en los años 50”, según sostiene Goldman⁶², el gobierno central condenó estas opiniones y se opuso a la proliferación de pensamiento y de think tanks.

A finales de los años 70 en la China post Mao, Deng Xiaoping dio mayor peso y valor a los procesos institucionales en la elaboración de las políticas. Estos nuevos institutos de investigación de política exterior inicialmente estaban subordinados a los departamentos del gobierno central. Así, en el período que siguió al final de los años 70, se crearon o modernizaron ocho institutos de estudios internacionales dentro de la Academia China de Ciencias Sociales.

Ahmad y Mughal, en su estudio sobre los think tanks en China, se refieren de forma genérica al hecho de que los investigadores occidentales aún no han alcanzado un consenso en cómo definir qué es un think tanks y por ello existen distintas tipologías

⁶¹ Citado por Ahmad y Mughal (2011)

⁶² Citado por Ahmad y Mughal (2011: 144)

que ayudan a entender los distintos tipos que se encuentran hoy en día. Abelson⁶³ ha identificado cinco tipos de think tanks: a) universidades sin estudiantes, b) organizaciones contratadas por el Gobierno, c) promotoras de los think tanks, d) basadas en el legado de los think tanks y e) clubes políticos.

Basados en estas clasificaciones y teniendo en cuenta la práctica china, los think tanks chinos se dividen en tres grupos, de acuerdo a su importancia en la política exterior china, la afiliación de la organización y el foco de su investigación, según señalan los referidos autores:

- a) Think tanks oficiales / gobierno
- b) Think tanks semioficiales / académicos
- c) Think tanks civiles /afiliados a la universidad

a) Think tanks oficiales / gobierno

Los institutos oficiales de investigación política en China aparecieron durante el período Yan'an (base militar de la dirección central del Partido Comunista Chino desde 1936 a 1947) y se prolongaron durante los años 50 y 60 basados en modelo soviético. Estos son los institutos más significativos en el contexto chino. Están subordinados y patrocinados por el gobierno central; no tienen labores administrativas, son únicamente responsables de proporcionar asesoramiento a los líderes de alto nivel. El *China Institute of International Studies (CIIS)* es un ejemplo claro de un think tank del gobierno.

El *CIIS* está estructurado en siete divisiones: Estudios americanos, Estudios Asia-Pacífico, Estudios Este de Europa, Asia Central y Rusia, Políticas internacionales, Estudios Sur de Asia, Oriente Medio y África, Estudios Europa Occidental, y Economía mundial.

Cuenta con un consejo editorial, biblioteca y centro de información. Edita la revista cuatrimestral *Guojiwentianjiu (China International Studies)*. Junto con el Instituto de Relaciones Internacionales de Shanghái (*Institute of International Relations*), coedita el *Survey of International Affairs*.

En los últimos años, el *CIIS* ha emergido como una organización importante junto a otros institutos de investigación adjuntos a ministerios de asuntos exteriores a lo largo del mundo, debido al nombramiento de Yang Chengxu, antiguo embajador, en 1996 como presidente del *CIIS*, a nuevas fuentes de financiación (del exterior), y a incorporar a nuevos investigadores formados en las mejores universidades chinas y especialidades estudiadas en el extranjero.

b) Think tank semioficiales / académicos

⁶³ Citado por Ahmad y Mughal (2011)

Según la ley china, think tanks semioficiales son “instituciones públicas”, según Xufeng⁶⁴. La *Chinese Academy of Social Sciences (CASS)* es la organización académica china más importante en el campo de las ciencias sociales con más de 3.000 empleados.

Ahmad y Mughal refieren que cuenta con ocho institutos de estudios internacionales: América, Europa del Este, Rusia, Asia Central, Japón, Europa, Asia Occidental, África, América Latina y Asia Pacífico, organizados para asesorar a los científicos de ciencias sociales. Sin embargo, su papel es menos importante que el de sus homólogos debido a su distancia de los centros de decisión y al carácter demasiado académico y poco relevante políticamente, según refiere Sleeboom-Faulkner⁶⁵. No obstante, la influencia del CASS como think tank en la política exterior china ha aumentado.

Un desarrollo reciente en esta categoría es el nuevo think tank, *China Centre for International Economic Exchanges (CCIEE)*, fundado en marzo de 2009 y dirigido por el antiguo Vice Primer Ministro Zeng Peiyan. El Centro, según se indica en su página web, es una asociación con la misión de promocionar la investigación económica internacional y los intercambios y proporcionar los servicios de consultoría.

Publica *Research Report, Think-tank's Voice, Feedback* y otros materiales. El Centro empezó su andadura con su primer mega evento “Global ThinkTank Summit” en Beijing (Pekín), centrado en los remedios para la crisis y desarrollo futuro. Asistieron más de 900 investigadores, expertos, hombres de negocios de todo el mundo entre los que se encontraba Romano Prodi, el entonces Presidente de la Comisión Europea; Henry Kissinger, ex Secretario de Estado de los Estados Unidos, y el Premio Nobel Muhammad Younas.

c) Think tanks civiles / afiliados a la universidad

Se trata del grupo de think tanks menos influyente, pudiendo dar cabida o no a estudiantes universitarios. La investigación desarrollada por los institutos universitarios es muy académica, por naturaleza, y sus canales de divulgación son limitados, excepto por las llamadas sesiones *brainstorming* de debate intelectual. Uno de los más influyentes es la *China Foreign Affairs University (CFAU)*. Fundado en 1955 a instancia personal del antiguo Premier Zhou Enlai. Está afiliado al Ministerio de Asuntos Exteriores del país y está mejor posicionado que la mayor parte de los institutos universitarios.

2.2.5.1.- Situación actual de los think tanks chinos

En la actualidad, los think tanks son la principal fuente de información para proporcionar al gobierno diversos puntos de vista en el campo de las relaciones internacionales y así llenar el vacío causado por la Revolución Cultural y otras prácticas

⁶⁴ Citado por Ahmad y Mughal (2011: 148)

⁶⁵ Citada por Ahmad y Mughal (2011)

aislacionistas del pasado, refieren Ahmad y Mughal. La existencia e incremento, en cantidad y calidad, de think tanks en China suministra acceso y puntos de interacción a las comunidades del mundo, algo sin precedentes desde 1949. La interacción puede ser en forma de conferencias, seminarios, peticiones de artículos en números monográficos de revistas de investigación y, tal vez lo más significativo, mediante debates políticos específicos. La incapacidad actual de los analistas chinos de los think tanks de relaciones internacionales es evidente por las recomendaciones políticas que presentan, y muchos planes de acciones confusos, dependiendo de las diferentes reacciones de los actores no chinos. Estos análisis y recomendaciones políticas desdibujadas y borrosas, en muchas ocasiones, son objeto de la crítica de los círculos oficiales y la prensa.

“En resumen, el estado actual de los think tanks de política exterior en China está atravesando un período de transformación y liberación que proporciona una excelente oportunidad de interacción y acceso a los investigadores, académicos, instituciones de políticas públicas y todos los actores no gubernamentales fuera de China” (Ahmad y Mughal, 2011:151).

2.2.5.2.- El futuro del asesoramiento sobre políticas y los think tanks en China

Cheng Li, del *John L. Thornton China Center*, apunta que los think tanks oficiales chinos continuarán siendo los más influyentes en los temas de política interna; además, los think tanks chinos independientes seguirán creciendo gradualmente en cantidad, especialidad e influencia. Y por ende, este desarrollo de los think tanks promocionará la comunicación e integración entre China y el mundo.

Ahmad y Mughal (2011) señalan que mucha gente puede ser capaz de mencionar el nombre del presidente chino, pero, en relación a interrogantes como si son conocidas y entendidas las relaciones internacionales chinas o los think tanks de relaciones internacionales chinos, afirman que hoy día los think tanks chinos están ayudando a su país a formular políticas a nivel científico y objetivo y, tal vez más importante para el resto del mundo, a ayudar a profundizar la comprensión de los procesos de política exterior y probablemente internamente influir en la política actual, aquí y allí, mediante el acceso y la interacción.

2.2.5.3.- Anexo. Listado de think tanks chinos

Ahmad y Mughal incluyen en su estudio un listado de think tanks chinos a modo de apéndice o anexo (2011: 154):

The Chinese Academy of Social Sciences (CASS) – Beijing
Institute of World Economics and Politics (CASS) – Beijing
Institute of Asia-Pacific Studies (CASS) – Beijing
The Unirule Institute of Economics – Beijing
China Development Institute (CDI) – Guangdong

China Institute of International Studies – Beijing
Asia-Africa Development Research Institute – Beijing
Development Research Centre of State Council – Beijing
China Institutes of Contemporary International Relations (CICIR) – Beijing
Shanghai Institutes for International Studies (SIIS) – Shanghai
Hong Kong Centre for Economic Research (HKCER), Hong Kong
Development Research Centre of the State Council (DRC) – Beijing
Chinese Academy of Sciences (CAS) – Beijing
Chinese Academy of Military Sciences – Beijing
China National Committee for Pacific Economic Cooperation Council – Beijing
China Association for Science and technology (CAST) – Beijing
China Institute for International Strategic Studies – Beijing
Central Policy Unit (CPU) – Hong Kong
David C. Lam Institute for East-West Studies (LEWI) – Hong Kong
Energy Research Institute, State Development Planning Commission (ERI, SDPC) – Beijing
Hong Kong Institute of Asia-Pacific Studies (HKIAPS) – Hong Kong
Hong Kong Policy Research Institute (PRI) – Hong Kong
Institute of national Economy Shanghai Academy of Social Sciences (IN-ESASS) – Shanghai
Beijing Institute for International Strategic Studies – Beijing
Center for American Studies – Shanghai
Center of Contemporary International Relations Studies – Changchun
Centre for International & Strategic Studies - Beijing
China Arms Control and Disarmament Association – Beijing
China Defense Science and Technology Information Centre – Beijing
China Institute of International Studies – Beijing
Chinese Academy of International trade and <economic Cooperation – Beijing
Chinese People’s Institute pf Foreign Affairs – Beijing
Commission of Science Technology and Industry for National Defense – Beijing
Foundation for international Strategic Studies – Beijing
Institute for International Research – Beijing
Institute of World Economics and Politics – Beijing
Shanghai Center for Peace and Development – Shanghai
Strategy Research on Survey and Mapping Center – Beijing
World and China Institute – Beijing

2.2.6- Think tanks en Bangladesh

La bibliografía en organizaciones de investigación social y política en Sur de Asia es limitada. En este contexto, el investigador Rashid (2013) examina esta realidad

en el contexto de un país en vías de desarrollo, Bangladesh y expone los siguientes puntos:

- Primero, los think tanks en este país asiático tienen un tamaño y alcance limitado para desempeñar un papel significativo en la política, en sentido amplio. Los funcionarios electos no son receptivos, y con frecuencia se resisten, a ideas y consejos provenientes de fuera del entorno político oficial. Zafarullah y Stiles⁶⁶ apoyan esta observación señalando la inhibición y el pequeño papel de los think tanks en el debate político. Sobhan⁶⁷ explica el declive constante en eficacia entre think tanks financiados por el gobierno en Bangladesh debido al ascenso de regímenes militares.
- Segundo, los funcionarios no electos y los burócratas no están abiertos a las ideas y propuestas provenientes de la sociedad civil y los think tanks. Los líderes políticos simplemente avalan las políticas formuladas por la Administración. Los expertos, como Young, Huque, Zafarullah y Rahman⁶⁸, sugieren que los think tanks son menos eficaces debido al limitado espacio para política y discusión y falta de interés o de voluntad de los responsables políticos no electos para escuchar a otros sectores interesados.
- Tercero, la capacidad de los think tanks para influir en las políticas actúa en función de sus fortalezas o limitaciones institucionales. Distintos autores (Srivastara, Mathur, Hayy Sudarshan⁶⁹) postulan que los think tanks en Bangladesh afrontan una serie de retos en relación con la calidad de la investigación y el desarrollo de una agenda de investigación y financiación a largo plazo, que socavan su capacidad de afectar las políticas.
- Cuarto, los think tanks han jugado y cuentan con el potencial de jugar un mayor papel en la formulación de los debates políticos e influir en los resultados de las políticas.

Los think tanks tienen visibilidad en el discurso político a través del fomento de los debates políticos y desarrollando propuestas políticas, sin embargo su impacto directo en los resultados de las políticas es limitado. Estas organizaciones se mantienen vigilantes sobre los asuntos de estado, facilitan el debate y crean foros de discusión sobre temas políticos. No obstante, tal como señalan Zafarullah y Rahman⁷⁰, el reto de tener una influencia directa en la formulación de políticas “sigue siendo desalentador, especialmente cuando los sucesivos gobiernos continúan desoyendo las normas democráticas de deliberación y participación de los procesos de formulación de políticas abiertas”.

⁶⁶ Citados por Rashid (2013)

⁶⁷ Citado por Rashid (2013)

⁶⁸ Citados por Rashid (2013: 63-64)

⁶⁹ Citados por Rashid (2013)

⁷⁰ Citados por Rashid (2013: 64)

En términos generales, la consolidación democrática, el desarrollo económico y las perspectivas de estabilidad política en Asia y América Latina proporcionan un entorno fértil para el desarrollo de los think tanks, afirma Stone⁷¹. Esta tendencia es observable en Bangladesh donde ha incrementado el número de think tanks desde la restauración de la democracia en 1991. El crecimiento ha sido notable en los primeros años del nuevo siglo, sin embargo es difícil de precisar el número exacto de estas organizaciones, según sostiene Rashid (2013). Aunque McGann⁷² señala que existen 34 think tanks en Bangladesh, este número varía significativamente dependiendo de la propia definición de los think tanks.

Sobhan⁷³ explica que la evolución de los think tanks en Bangladesh es diferente de la evolución experimentada en Estados Unidos o Canadá. Este proceso se originó en las universidades públicas líderes, con la participación de científicos sociales y economistas en cuestiones pedagógicas y de investigación. Existen numerosos tipos de think tanks. Rashid emplea la tipología planteada por McGann y Johnson⁷⁴:

- Think tanks afiliados al gobierno o cuasi gubernamentales. Los think tanks afiliados al gobierno son parte de la estructura del gobierno y los cuasi gubernamentales están financiados por ayudas del gobierno pero no son parte de su estructura. El *Bangladesh Institute of Development Studies (BIDS)*, el primer think tanks en Bangladesh, es un ejemplo de estamento cuasi gubernamental. Inicialmente, en 1983 el gobierno creó un fondo para financiar el *BIDS* y dotarle de cierta autonomía. Más tarde, agencias, fundaciones y otros donantes han sostenido económicamente sus actividades. Otros think tanks importantes afiliados al gobierno son el *Bangladesh Institute of International and Strategic Studies (BIISS)* y el *Bangladesh Institute of Law and International Affairs (BILIA)*.
- Think tanks autónomos e independientes /cuasi independientes. Son aquéllos que tienen independencia de cualquier grupo de interés o donante y son autónomos en sus operaciones y financiación del gobierno. Las organizaciones cuasi independientes son autónomas del gobierno pero tienen alguna relación con algún grupo, patrocinador o agencia proveedor de fondos y tenga influencia sobre la actividad de estas organizaciones. La mayoría de los think tanks en Bangladesh se encuentran en esta categoría; son generalmente autónomos en su actuación pero realizan trabajos por encargo. Su crecimiento significativo tuvo lugar en la primera década del siglo XXI.
- Think tanks afiliados a la universidad. El interés prioritario en este grupo tiene un planteamiento académico y poco interés en influir en las acciones políticas.

⁷¹ Citada por Rashid (2013)

⁷² Citado por Rashid (2013)

⁷³ Citado por Rashid (2013)

⁷⁴ Citados por Rashid (2013: 66-67)

El número de think tanks ha crecido con la aparición de las universidades privadas. Ejemplos son el *Centre for Development and Policy Research (CDRP)* adscrito a la Universidad de Dhaka y el *Institute of Governance Studies*, adscrito a la Universidad de BRAC.

- Think tanks afiliados a partidos políticos. Este tipo de centros están formalmente afiliados a partidos políticos. Están muy limitados en sus funciones y tienen poca visibilidad. Por ejemplo, el *Center for Research and Information (CRI)*, afiliado al partido Bangladesh Awami League. En cualquier caso, comentan McGann y Johnson⁷⁵: “La independencia de los think tanks en Bangladesh, tanto del gobierno como de las esferas privadas, es bastante infrecuente”.

2.2.6.1.- Los think tanks y el entorno político

Desde su independencia, Bangladesh ha experimentado largos períodos bajo regímenes militares. Así, los think tanks han funcionado con muchas restricciones en términos objetividad e independencia de los análisis políticos, explica el investigador Rashid (2013). Desde la restauración de la democracia en 1991, las condiciones de trabajo de estas organizaciones han sido más favorables. Sin embargo, ciertos sutiles atributos de las instituciones políticas continúan afectando las perspectivas de desarrollo de los think tanks.

El valor de las actividades de los think tanks depende del nivel en el que se encuentre polarizado el país entre los partidos políticos, ideologías, etnias u otros temas, señalan McGann y Weaver⁷⁶. La sociedad, los intelectuales y casi cualquier esfera de la vida pública se encuentran divididas por las líneas de los dos principales partidos que se han alternado en el poder desde 1991, precisa Rashid. El autor añade que “son partidos en los que resulta difícil inculcar recomendaciones políticas objetivas y basadas en evidencias en esta situación de confrontación política permanente. Los think tanks se esfuerzan en valorar su influencia haciendo una llamada a su experiencia neutral que va más allá de divisiones ideológicas” (2013: 68).

2.2.6.2.- Los think tanks en la sociedad civil

El mencionado autor sostiene que en Bangladesh, la relación entre la sociedad civil y el estado no ha sido siempre positiva y constructiva. La presencia e importancia de las organizaciones de la sociedad civil, ONGs y think tanks, ha aumentado de manera considerable; a lo que ha contribuido, en parte por las financiaciones y apoyo de los agentes patrocinadores o mecenas. En ocasiones, los líderes de la sociedad civil y los think tanks participan en algunos estamentos políticos o como asesores del gobierno de transición. En otras ocasiones, la participación en alza de la sociedad civil es también

⁷⁵ Citados por Rashid (2013: 67)

⁷⁶ Citados por Rashid (2013)

percibida como una amenaza para el estado, según refiere Stiles⁷⁷. Así, el estado trata de involucrar a organizaciones y líderes de la sociedad civil con el deseo de conseguir nuevos ‘aliados’ en la sociedad. Esta dinámica tiene un resultado claro para los think tanks. Como para cualquier otro elemento de la sociedad civil, los think tanks están siempre bajo el escrutinio del estado. El estado trata de influir en estas organizaciones de distintas maneras, con objeto de que éstas favorezcan al gobierno.

En las sociedades democráticas más maduras, el activismo proveniente de la sociedad civil complementa las iniciativas del gobierno. Sin embargo, en países como Bangladesh, el estado no promueve la participación activa de la sociedad civil. No existen mecanismos sistemáticos para que el estado incorpore a los actores de la sociedad civil en sus procesos de toma de decisiones. El estado permanece generalmente poco receptivo a las recomendaciones políticas de los think tanks y de la sociedad civil, indica Rashid (2013).

2.2.6.3.- Foros para debates políticos y demanda de investigación política

Los think tanks de Bangladesh han contribuido notablemente a los debates políticos de distintas maneras. Sin embargo, cabe reseñar la dificultad de que no existen mecanismos para facilitar a las organizaciones defender abiertamente sus ideas y conocimientos frente a los responsables políticos (Rashid, 2013).

Sobhan⁷⁸ señala que la investigación de los think tanks como *BIDS* es de gran calidad pero frecuentemente ésta nunca llega a las audiencias de interés. Sólo unos pocos think tanks bangladesíes emprenden estrategias de comunicación bien diseñadas y cuentan con personal de relaciones públicas dedicado. No obstante, cada vez más think tanks se están dando cuenta de la importancia de la comunicación como una herramienta para llegar a los responsables políticos y a grandes audiencias.

Otro factor igualmente importante es el diseño de foros para discusiones políticas, comenta Rashid (2013). Aspecto para el que es necesario, especialmente en países en vías de desarrollo como Bangladesh, tener en cuenta un amplio espectro de ámbitos como los partidos de la oposición, el sector de los negocios, actores y líderes sociales, así como los medios de comunicación. Sin embargo, la organización de estos foros se presenta difícil, según indica el autor, debido a la confrontación política y a un entorno socialmente divisivo.

2.2.6.4.- Recomendaciones

Rashid (2013) refiere que, pese a las limitaciones y los cambios a los que hacen frente los think tanks y las organizaciones de investigación política en Bangladesh, parece existir un consenso entre los agentes que realizan la formulación política

⁷⁷ Citado por Rashid (2013)

⁷⁸ Citado por Rashid (2013)

(*policymakers*) de los beneficios del papel crítico de estas instituciones en la comunidad política. En este sentido, el autor ofrece una serie de recomendaciones, con carácter general, desde una reorientación conceptual hasta medidas prácticas, dirigidas todas ellas para aumentar la efectividad de las instituciones de investigación (2013: 74-76):

- Los think tanks deben asegurar la sostenibilidad financiera y buscar otras fuentes de financiación, diferentes del gobierno para conseguir tal objetivo.
- Establecer nuevas asociaciones con otros think tanks, de fuera de Bangladesh, para crear oportunidades y adoptar nuevos e innovadores enfoques e iniciativas. El trabajo con organizaciones regionales también puede facilitar el control de calidad y la formación.
- Adoptar un enfoque más holístico y trabajar con los dos extremos del espectro: establecer acciones para ayudar a los gobiernos y responsables políticos, así como medios de comunicación a entender el valor y la utilidad de la recomendación política independiente. En este sentido, Bangladesh ofrece un gran potencial para trabajar con periodistas y medios de comunicación en diferentes sectores con el objeto de mejorar el conocimiento y la capacidad para un mejor entendimiento e información sobre las ideas y propuestas políticas mostradas por los think tanks.
- Tener una mayor transparencia en las actividades de investigación y operacionales, en beneficio de una mayor visibilidad y credibilidad del propio think tank. La transparencia puede alcanzarse a través de métodos sencillos de recogida de datos u otras herramientas de investigación, así como la revisión o evaluación regularmente de sus investigaciones por parte de expertos políticos.

2.3.- Tipología

Teniendo en consideración los orígenes y evolución de los think tanks, hay autores, como McGann⁷⁹ y Weaver⁸⁰, que, destacando el factor de la investigación, refieren tres categorías, según señala el profesor Castillo (2009):

- *Universities without students*. Instituciones con condición universitaria dedicadas a la investigación, con financiación de benefactores tanto corporativos como individuales, y que se distinguen de la universidad tradicional por no impartir docencia reglada, aunque sí están abiertos a la realización de cursos de especialización.

⁷⁹ Citado por Castillo (2009)

⁸⁰ Citado por Castillo (2009)

- *Contract research organizations*. Organismos de investigación a causa de una demanda (pública o privada), a través de un contrato o contraprestación económica.
- *Advocacy tanks*. Su principal objetivo es la defensa de sus propias ideas, participar en el proceso político con propuestas, por lo que su capacidad de comunicación cobra una significativa importancia. Pueden estar vinculados o no a partidos políticos.

El profesor Castillo añade los think tanks de partidos políticos. Siendo éstos “intelectualmente autónomos”, organizados en torno a los partidos, actúan como “proveedores de discurso” y constituyen “poderosos laboratorios de ideas, pues trabajan directamente con las elites partidarias, los ministerios y los representantes elegidos”.

Johnson establece distintos enfoques que utilizan los think tanks para la mejora de la formulación o diseño de políticas, tanto de forma directa como indirecta, que establecen la siguiente tipología (Johnson, 1996: 35):

- Grupos orientados a la defensa (realizan recomendaciones o críticas de las políticas existentes).
- Grupos orientados a la educación (emplean medios como conferencias, talleres, libros, artículos e interacción con los medios de comunicación, para la orientación del debate intelectual e influir en las percepciones de futuros líderes).

El autor precisa como una de las principales consideraciones a tener en cuenta para los think tanks es el tipo de relación con el gobierno. En este sentido, una fuerte conexión puede limitar la independencia intelectual de los investigadores politizando sus prioridades investigadoras, mientras que si existe demasiada separación, puede hacer irrelevante la investigación en el proceso del diseño de políticas.

La doctora Stone señala que existe una considerable diversidad de think tanks en función de su tamaño, recursos y la calidad y cantidad de su trabajo investigador. Precisa que la mayoría de think tanks que existen por todo el mundo son organizaciones relativamente pequeñas. Entre los escasos think tanks que adquieren consideración transnacional, cita a *Brookings Institution* (Washington D.C.) o *Nomura Research Institute* (Japón). Respecto a los objetivos de los think tanks, indica que pueden buscar un gran impacto en el gobierno (para lo que suelen invitar a políticos o funcionarios a sus actividades) o influir en el debate público (para lo que dirigen sus esfuerzos principalmente a los medios de comunicación). Los think tanks también pueden distinguirse según su disposición ideológica: pueden tener una visión intelectual o pragmática, o tener una orientación abiertamente conservadora, neoliberal o social democrática, mientras otros son ecológicos o feministas en la persuasión (Stone, 2000: 154). Según sus funciones principales, los institutos políticos pueden tener otras distintas de la investigación política, el análisis y su defensa, como son la educación, el

entrenamiento, organización de conferencias y foros, marketing, la creación de redes (*networking*) y varias formas de relación con el gobierno y agencias no gubernamentales. En consecuencia, la producción de los mismos es diversa, desde publicaciones hasta organización de conferencias y foros, construcción de web sites, pasando por la inclusión de más servicios “intangibles” como el de comentario de experto, educación de la comunidad, contribuir al debate público o el apoyo en la sociedad civil a la capacidad de construcción y ayuda al desarrollo de la red.

Asimismo, hay que tener en cuenta que determinados especialistas proponen la existencia de tradiciones nacionales o regionales distintas. Stone⁸¹ presenta algunas tradiciones en los siguientes términos:

- La tradición anglo-americana considera los think tanks como organizaciones relativamente autónomas con identidad legal separada, involucrada en el análisis cuestiones de política independientemente del gobierno, partidos políticos y grupos de presión.
- En los países asiáticos como Japón, Corea del Sur y China, los think tanks son frecuentemente corporaciones internas. Los think tanks chinos son respaldados económicamente por el gobierno y sus intelectuales suelen trabajar en relaciones patrón-cliente con líderes políticos. Muchos institutos en el sureste asiático son semi-independientes y suelen tener una interacción cercana con el gobierno o con determinados políticos.

También, Stone⁸² ha sugerido distinguir los siguientes tipos de organizaciones: ONGs, centros de investigación universitarios, instituciones gubernamentales o financiadas por el Estado, centros de investigación en políticas públicas relacionados con corporaciones o con el sector empresarial y organizaciones generadas por políticos o partidos políticos.

2.3.1- Think tanks conservadores y liberales en Estados Unidos

Miller-Cribbs et al. revisan las estrategias efectivas adoptadas por los think tanks de carácter conservador y señalan que es un ejercicio ilustrativo para los trabajadores sociales y referentes de los think tanks liberales para adaptarse y contrarrestar el movimiento conservador, ya que consideran que la izquierda ha sido lenta en contrarrestar la bien estructurada y financiada agenda social y política de la derecha (Miller-Cribbs et al., 2010: 294-300):

- 1- Incremento de intelectuales conservadores.

⁸¹ Citada por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

⁸² Citada por Garcé en Mendizábal y Sample (2009)

El resurgir de los intelectuales conservadores está vinculado con la labor y los medios de particulares conservadores, fundaciones y think tanks. Los afiliados intelectuales de estos think tanks no son neutrales, de hecho, son expertos políticos agresivos. Este nuevo grupo de intelectuales promueven la ideología conservadora directamente en el público americano a través de los medios de comunicación, y, eventualmente, en el Congreso. Con la ascendencia del movimiento conservador en campus universitarios y la presencia de eruditos conservadores estrechamente vinculados con el patrocinio de think tank, no sorprende que la influencia de los think tanks políticos haya superado la de intelectuales políticos en universidades en recientes décadas.

2- Financiación estratégica.

Los think tanks conservadores han hecho un mayor empleo de financiación para el desarrollo de sus actividades, mientras que éste ha sido más limitado en el caso de las organizaciones progresistas. Los autores referidos explican que no se trata de que la tendencia de izquierdas tenga menos recursos económicos, sino que la derecha lo utiliza de una forma más eficiente. Los think tanks conservadores centran esfuerzos para recibir apoyos y lo emplean ampliamente, como es el caso de la ayuda que conceden a publicaciones.

Las organizaciones progresistas buscan más una financiación específica, buscando una demanda apolítica o no partidista, con ausencia de capacidad para el desarrollo de un apoyo institucional. Constreñidos por sus propias normas (de independencia en sus investigaciones), tienen menos impacto en el debate público político. A diferencia de éstos, los think tanks conservadores son más visibles, promueven activamente su investigación de una forma más astuta que los anteriores, y emplean tácticas como la financiación multitemática y una investigación partidista, con un apoyo económico general y prolongado. No escatiman en destinar apoyo a organizaciones que consideren estratégicas y a utilizar en su favor tanto las relaciones públicas, como el marketing y los medios de comunicación.

3- Predominio de ideología sobre ciencia.

Los think tanks liberales contemporáneos y los moderados tienden a evitar implicaciones partidistas en su trabajo. Por el contrario, los institutos conservadores centran sus esfuerzos en popularizar las ideas conservadoras en el debate público en política social, más que en buscar soluciones a través de acciones concretas. En consecuencia, como señala Callahan⁸³: “Las fundaciones liberales alcanzan un buen trabajo científico social, pero no una fuerte red de intelectuales políticos que saben cómo anunciar su investigación”.

⁸³ Citado por Miller-Cribbs et al (2010: 297)

4- Unidad y claridad en el mensaje.

Los think tanks conservadores centran sus esfuerzos, de una manera notable y coordinada, en el mensaje y en mantener una coherencia temática, con el bienestar social como telón de fondo. A diferencia de éstos, el mensaje de los de carácter liberal es fragmentado e impulsado, lo que dificulta su impacto en el Congreso y en la presidencia del gobierno. “No tienen una ideología definida con claridad y evitan ser etiquetados o que les perciban como liberales”, precisa Rich⁸⁴. Mientras que los think tanks conservadores están próximos y alineados con el Partido Republicano y los principios que manifiestan están basados en la ideología conservadora, los think tanks liberales están menos alineados con el Partido Demócrata principalmente porque las fundaciones que los sostienen no proclaman una agenda o afiliación política.

5- Conocimiento y manejo de los medios de comunicación.

Los think tanks conservadores han capitalizado varios métodos para eludir su implicación de la influencia que ejercen realmente en los medios de comunicación. Utilizan los principales medios, tanto de prensa, radio y televisión, para propagar sus ideas, empleando un lenguaje estratégico con argumentos consistentes, con lo que su mensaje es simple, consistente y en tono positivo.

Asimismo, el conocimiento que tienen de los medios y de su funcionamiento, les permite llegar mejor a ellos, y “cortejándolos”, y que, al mismo tiempo, éstos, y asimismo el Congreso, les tengan como referencia (e incluso lleguen a ser “dependientes” de sus estudios, según los autores), a la hora de publicar sus informes y de tener en cuenta sus opiniones como fuente informativa. Easterbrook⁸⁵ resalta el interés de estos think tanks en facilitar el mensaje que dirigen a los medios a través de notas de prensa y documentos de trabajo muy preparados para este colectivo, tanto en contenido como en su forma, con los mensajes destacados y resumidos, asimismo, a través de recursos tipográficos como el color, tipos de letra o destacados.

Este mismo autor remarca el importante papel que juegan los medios locales en la promoción de la agenda conservadora, así como el que sean ignorados en la actividad de los think tanks progresistas. Viguerie⁸⁶ señala además que el uso de los medios locales y alternativos fue crucial para la difusión del mensaje conservador en el público, y concreta que se basó en simples técnicas como el correo electrónico (tanto de forma masiva como

⁸⁴ Citado por Miller-Cribbs et al (2010: 297)

⁸⁵ Citado por Miller-Cribbs et al.(2010)

⁸⁶ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

personalizada) y la difusión a través de la página web, en combinación con medios alternativos.

Easterbrook destaca, además, la gestión realizada en la selección activa de representantes conservadores para la participación activa en un medio de gran alcance de masas como es la televisión. También resalta la mayor influencia política de la televisión por cable de cara al impacto en los potenciales electores, dada su programación ininterrumpida las 24 horas y su atención a temas políticos.

Evaluando, de forma general, el impacto de los think tanks en los medios, autores como Dolny y FAIR⁸⁷ llegan a señalar que los de corte conservador reciben la mitad de las citas en los medios; los moderados, un tercio de las mismas, y los progresistas, en torno al 13%.

6- Acción también con el Congreso.

Los think tanks conservadores, en escenarios electorales, refuerzan su estrategia general y agenda para un mayor alcance ideológico. Patrocinan conferencias y actos, en general, siempre con atención a la prensa, con una acción clara y amplia de difusión de informes y extractos de su trabajo investigador a legisladores y diputados, de una forma gratuita. Por el contrario, las fundaciones progresistas cobran por informes similares y, con frecuencia, limitan la distribución al público.

Asimismo, Miller-Cribbs et al. reflexionan sobre los retos que los think tanks progresistas, la misma fuerza política y buena parte de los que la llevan a cabo, los trabajadores sociales, tienen por delante, para contrarrestar la efectividad de los think tanks y la corriente conservadora, en su labor investigadora y difusión de la misma (2010: 300-304):

- En su opinión, ha llegado el momento de que los trabajadores sociales, como un elemento importante en la corriente liberal, expresen claramente –en la práctica, en política y en los entornos educativos- una visión de una sociedad justa, de forma potente, realista y accesible que cambie las iniciativas de la derecha. Los autores reconocen, no obstante, la dificultad de lo expresado, dada la actitud crítica y el ataque realizado a esta profesión por parte de National Association of Scholars (NAS), una influyente organización en las fuerzas conservadoras que hicieron merecedor a su presidente, Stephen H. Balch, en 2007 de la Medalla Nacional de Humanidades, siendo presidente del país George W. Bush.
- Para contrarrestar uno de los puntos fuertes del ascenso de la fuerza conservadora –la expresión de una agenda centrada en los valores americanos-

⁸⁷ Citados por Miller-Cribbs et al. (2010)

, los trabajadores sociales deben apelar a la sensibilidad moral del público difundiendo en los medios de comunicación un discurso de justicia social, política y económica, a través de artículos y mensajes en los periódicos, así como de apariciones en programas de informativos y de tertulia tanto a nivel local como nacional.

- Frente a planteamientos pasados de parcialidad y falta de diálogo, los trabajadores sociales necesitan mejorar la gestión y la forma en la que realizan su comunicación a cualquier nivel y trasladarlo a estudiantes a través de una formación concreta dirigida a preparar sus mensajes basados en los valores sociales y a adoptar técnicas específicas para contrarrestar la corriente conservadora que aparece en los medios de comunicación y en otras fuentes de transmisión de información.
- Mejorar las estrategias de difusión de la investigación política que realizan los trabajadores sociales, así como alinearse más con los think tanks progresistas, utilizando los resultados de investigaciones para influir en los debates públicos, si bien es importante que estos agentes mantengan la integridad en el proceso investigador, según señalan los autores referidos.

En síntesis, los autores señalan la conveniencia para el movimiento progresista de definir el papel de activismo que quieren tener y cómo hacer el mejor uso de la ciencia para la política informativa. Consideran necesarios esfuerzos a nivel nacional y regional que sustenten los mensajes liberales, así como crear un foro abierto para el debate, haciendo hincapié en la importancia de que la corriente del debate tenga lugar a nivel local primero, para que pueda plantearse una posibilidad de cambio en la tendencia conservadora predominante a nivel nacional.

Todas estas consideraciones son realizadas en el interesante escenario que ponen de manifiesto, del peso que los think tanks conservadores siguen ejerciendo sobre la opinión pública y la política del bienestar social –como vienen haciendo desde los años 70-, pese a la elección del presidente Obama y una mayoría demócrata en el Congreso estadounidense.

2.3.1.1.- El sector de los think tanks

Wiarda, en su estudio de think tanks y la política exterior en Estados Unidos, llega a afirmar que “El mundo de los think tanks es fascinante y cambiante” (2008: 102). Señala que existe una gran variedad de formas de estas organizaciones. Algunos están localizados en los campus universitarios o alrededores; otros son independientes. Algunos sirven básicamente como centros de investigación para el gobierno; otros no aceptan contactos con el gobierno. Algunos están centrados en un tema determinado; otros trabajan en multitud de campos. El autor se centra únicamente en aquellos más influyentes y radicados en Washington (donde está ubicado el poder político) (2008: 103-104).

Primero trata los think tanks llamados 'sistema de alimentación', porque a menudo alimentan con ideas y personal a los think tanks más grandes y famosos. Este grupo incluye al *Mershon Center* en la Universidad Estatal de Ohio, al *Foreign Policy Research Institute* en Filadelfia, y al *Institute for Foreign Policy Analysis* en Cambridge, Massachusetts. Estos son los pequeños think tanks con personal entre 10 a 20 personas y presupuestos entre 1 y 2 millones de dólares. Se especializan en política exterior y cuestiones de seguridad nacional. Sin embargo, debido a que están fuera de Washington y, por tanto, no pueden ni saben influir directamente en las operaciones del día a día de elaboración de políticas en la capital del país; estos think tanks tienden a concentrar sus esfuerzos en la publicación de libros y artículos académicos sobre el análisis de la política de mayor alcance, con el fin de influir en los académicos, editorialistas, y otros actores que tienen una influencia directa en la política.

Un segundo grupo son los think tanks que hacen la mayor parte de su trabajo para el gobierno. Como por ejemplo *RAND Corporation*, que fue un think tank de la Air Force y ahora es más independiente; *CNA (Center for Naval Analysis)*, que realiza investigaciones para la Armada; y *BDM Corporation*, una empresa privada multimillonaria cuya actividad está ligada principalmente con el Departamento de Defensa y que fue comprada por la aún más grande Ford Aerospace Corporation. Estos grupos de reflexión hacen principalmente investigación por encargo para el gobierno y no son independientes, en general.

Un tercer grupo son los think tanks influyentes pero que, sin embargo, están fuera de Washington, D.C. El *Hudson Institute* se encuentra en Nueva York y está dirigido por Herman Kahn, un pensador visionario que se especializó en estudios futuristas. Kahn se hizo famoso por 'pensar en lo impensable', es decir, un enfoque racional y calculado de estrategia de guerra nuclear en lugar de uno puramente emocional. Era prácticamente un think tank de un solo hombre. Kahn murió hace algún tiempo, y el instituto se trasladó a Indianápolis. Vendió su sede en Indiana y se instaló en Washington. Toma posiciones neoconservadoras principalmente sobre los temas y se encuentra en el rango de think tank de tamaño mediano con un presupuesto del orden de 10 millones de dólares.

Otro de los 'grandes' fuera de Washington es *Hoover Institution on War, Revolution and Peace*. Localizado en tres edificios en el campus de la Universidad de Stanford, Palo Alto, California. "Hoover es uno de los think tanks más influyentes y mejor financiado. Cuenta con una biblioteca excelente (iniciada por el presidente Herbert Hoover, del cual recibió el nombre el think tank), magníficas instalaciones, personal de investigación de primer nivel y liderazgo sobresaliente", expresa Wiarda (2008: 104). Aunque este think tank se conoce como conservador, sus expertos están divididos casi por igual entre republicanos y demócratas y también tiene muchos de centro. De este think tank salieron muchos técnicos a las administraciones de Reagan y George W. Bush y es más famoso por su investigación sobre la política económica y social, así como los asuntos exteriores.

Los think tanks en Washington presentan un panorama siempre cambiante. Los presupuestos pueden subir y bajar, dependiendo de los tiempos, la administración en el poder, o la generosidad de los principales financiadores, según Wiarda (2008). La ideología es otro factor: Una posición política que valida en un período puede no serlo en otro. Finalmente, debido a que los think tanks están menos institucionalizados que los partidos o las instituciones del gobierno, tienden a subir y bajar más fácilmente, e influir más o menos según el momento.

Wiarda refiere que en los últimos tres años (desde 2008, la fecha de su estudio) ha habido una relevante proliferación en el número de think tanks en Washington y en el resto de los estados. En la década de los años 70 sólo había un par de docenas de think tanks en todo el país; a finales de la década de 2000, hay cientos. La mayoría de ellos son pequeños y especializados, con presupuestos por lo general inferiores a un millón de dólares. Suelen tener un director, un gerente, uno o dos académicos y un pequeño grupo de estudiantes. Pueden ser capaces de hacerse un pequeño hueco en el ámbito en el que se especializan y para el que se les conoce, pero su influencia es limitada y estos pequeños think tanks suelen llevar una existencia precaria.

El autor centra su atención, en este caso, sin embargo, en los think tanks grandes, independientes, institucionalizados y con sede en Washington, donde se concentra la política exterior. Hay siete u ocho de ellos (según se considere), que varían considerablemente en tamaño e influencia. Son los siguientes, de izquierda a derecha según el espectro político: *Institute for Policy Studies (IPS)*, *Center for American Progress*, *Carnegie Endowment for International Peace*, *Brookings Institution*, *Council on Foreign Relations*, *Center for Strategic and International Studies (CSIS)*, *American Enterprise Institute for Public Policy Research (AEI)*, y *Heritage Foundation*, cuya información ofrece el referido autor (Wiarda, 2008: 104-109):

Institute for Policy Studies

Institute for Policy Studies (IPS) es el ala más a la izquierda de los think tanks. Fundado en los años 60 por Marcus Raskin y Richard Barnett, empleados disidentes del gobierno, que abogaban por una 'crítica radical' de la política exterior estadounidense y un desmantelamiento del sistema capitalista. Tiene una oficina en Washington, D.C., varias filiales en el extranjero, y una plantilla de menos de 50 años. *IPS* fue financiado principalmente por la Fundación Samuel Rubin; Rubin fue el fundador de la firma de cosméticos Faberge y, a la vez, miembro del Partido Comunista Americano. *IPS* representa la 'extrema izquierda' en la política estadounidense. No es sólo liberal, sino a menudo marxista. *IPS* dibuja a Estados Unidos como 'la sociedad más mala de la historia' y culpa a los Estados Unidos y al capitalismo de prácticamente todos los males del mundo. Debido a sus actividades y la sospecha de que fue apoyado por la Unión Soviética, el *IPS* fue objeto de investigación por el FBI y del Servicio de Impuestos Internos. *IPS* es especialmente eficaz en lograr que su personal sea invitado a hablar en muchas universidades de Estados Unidos; y aunque su influencia en la formulación de

políticas (*policymaking*) de Washington es pequeña, cuenta con algo de apoyo entre los estudiantes radicales y profesores.

Center for American Progress (CAP)

El *CAP* fue fundado en la década del año 2000 y ya es una voz influyente en la política. Este centro ha sido pionero en el uso de Internet para llegar a sus partidarios, y sus estudiosos y analistas políticos hacer informes instantáneos sobre las cuestiones de política de la época. Fue fundado por John Podesta, quien fuera jefe de gabinete del presidente Bill Clinton, y está atendido casi en su totalidad por los veteranos de la administración Clinton. Aunque el centro está tratando de diversificar su financiación, la mayor parte de sus recursos proviene de George Soros, el multimillonario financiero que dirigió su atención a la política y tenía como objetivo la salida de George W. Bush y los republicanos del poder. El *CAP* representa el ala izquierda del partido demócrata. Sus académicos y expertos provienen del sector progresista y antibelicista del partido. Depende de la financiación de una sola persona, Soros, por lo que si éste se retira, podría tener problemas financieros. Por lo tanto la posición de esta organización es precaria; podría desaparecer tan rápido como surgió.

Carnegie Endowment

Carnegie Endowment for International Peace (su denominación completa) tuvo sus orígenes después de la Primera Guerra Mundial. Su nombre y sus fondos procedieron de Andrew Carnegie, el magnate de Pittsburgh que fue uno de los fundadores pioneros de la industria siderúrgica estadounidense. La Gran Guerra, como se le llamaba, fue tan destructiva de la vida humana que la familia Carnegie determinó dedicar una gran parte de su enorme fortuna para la prevención de futuras guerras. Instalada durante muchos años en Nueva York, la Fundación Carnegie fue una gran defensora de la Liga de las Naciones y, posteriormente, de las Naciones Unidas. La gran ventaja de *Carnegie Endowment* es la disponibilidad de recursos. Tiene una elevada dotación de los Carnegie y puede llevar a cabo su importante agenda por los ingresos procedentes de la dotación. Sus directores y académicos, a diferencia de otros think tanks, no tienen que destinar esfuerzos a recaudar fondos para sus proyectos; sino más bien, tienen una fuente de ingresos continuos. Desde finales de los años 70, las principales oficinas de *Carnegie Endowment* se trasladaron a Washington, D.C. Además de los estudios sobre la paz, la fundación puso en marcha un programa de política exterior más amplio que incluía el desarrollo del tercer mundo, las armas de destrucción masiva (ADM), los derechos humanos, Europa y la OTAN, África, la democratización, la sociedad civil y América Latina. Bajo la directora Jessica Tuchman Matthews, hija de la notable historiadora Barbara Tuchman, la Fundación ha reforzado su agenda e hizo entrar a nuevos analistas y jóvenes políticos. En los últimos años de la década del año 2000, abrió sucursales en todas las grandes áreas del mundo y ahora se hace llamar el think tank más globalizado del mundo. *Carnegie* no tiene el mismo tamaño que otros think tanks pero se ha convertido en una voz significativa entre los think tanks de Washington.

Brookings Institution

En la izquierda moderada del espectro político, se encuentra *Brookings Institution*. *Brookings* fue fundada en 1927 por un hombre de negocios de St. Louis, Robert Brookings, aunque sus raíces se remontan ya a 1916. *Brookings* ocupa un destacado edificio en la avenida Massachusetts (justo al lado de *Carnegie Endowment*) en el corazón de Washington, D.C. Su presupuesto oscila entre 30 y 40 millones de dólares anuales (más de 10 veces mayor que el presupuesto del *IPS*), lo que la sitúa a la altura de los más grandes think tanks de Washington. “*Brookings* se hizo famoso en gran medida por la importancia de su ‘facultad’ de economía, campeona de la economía keynesiana ya en la década de 1950, y cuyos puntos de vista triunfaron durante la administración Kennedy” (Wiarda, 2008: 106). Sólo más tarde *Brookings* comenzó a ampliar sus actividades de política exterior, centrándose en la estrategia nuclear, Oriente Medio y cuestiones generales de política exterior. A lo largo de los años *Brookings* se ha posicionado en el centro. Ahí es donde está el dinero para apoyar su investigación y, es ahí, donde se encuentra el grueso de la opinión pública, según refiere el autor. Hace poco tiempo (tomando la propia consideración del artículo de Wiarda), *Brookings* eligió un presidente republicano y un vicepresidente republicano, reclutaron más eruditos centristas, y comenzaron a recaudar la mayor parte de su dinero de las mismas fuentes corporativas como las solicitadas por los think tanks más conservadores. Su actual presidente es un ex periodista y funcionario de la administración Clinton, Strobe Talbott. *Brookings* se ha alejado de una fuerte postura ideológica, y sus actividades y publicaciones de política exterior también son serias, académicas y centradas. La mayoría de los observadores, de hecho, no han visto muchas diferencias ideológicas en los últimos años entre las posiciones de política exterior en *Brookings* y las del *Council on Foreign Relations* o las del *CSIS*.

Council on Foreign Relations

El *Council on Foreign Relations* comenzó como una organización con sede en Nueva York cuyos miembros se reunieron periódicamente para discutir los asuntos exteriores. Como *Brookings* y *Carnegie Endowment*, el *Council* se organizó después de la Primera Guerra Mundial y se desarrolló a lo largo de las décadas como una organización seria pero no muy dinámica, muy criticada por muchos de sus propios miembros. Era más un grupo de debate que un moderno think. Pero eso empezó a cambiar en la década de 1980, cuando: 1) El *Council*, al igual que *Carnegie Endowment* durante el mismo período, trasladó una oficina a Washington, y 2) Cambió su papel como foro de debate y comenzaron a contratar a su propio personal de académicos y analistas políticos. Estos cambios sirvieron para convertir el *Council* en un verdadero think tank, que también tuvo un impacto en la formulación de políticas (*policymaking*) de Washington. El *Council* aún mantiene su formato de foro y debate, pero, además, sus analistas y grupos de estudio, ahora producen sus propios libros e informes. Dispone de especialistas de Asia, Europa, América Latina, Oriente Medio y África, y en cuestiones transversales como la democratización, el control de armas, y la política comercial. Ideológicamente, las publicaciones del *Council* recorren todo el espectro político, pero

por lo general, no son partidistas y son próximas a la moderada posición de centro izquierda del Departamento de Estado y la institución de política exterior de Washington.

Center for Strategic and International Studies

Center for Strategic and International Studies (CSIS) fue fundado en la década de 1960 como una rama de la política exterior del American Enterprise Institute, que en ese momento todavía estaba centrado en la política económica nacional. Fue fundada por dos ex asociados del *AEI* –Richard Allen, que fue el primer asesor de seguridad nacional del presidente Reagan, y David Abshire, que más tarde se convirtió en embajador y asistente presidencial– más Arleigh Burke, ex almirante y presidente del Estado Mayor Conjunto. *CSIS* era diferente de los otros think tanks de Washington (y más como *Mershon Center* o *Hoover Institution*) y desde el principio se asoció con una de las principales universidades de Washington, Georgetown. Pero las relaciones entre Georgetown y *CSIS* empeoraron constantemente hasta que en 1987 se separaron formalmente, un divorcio que fue probablemente negativo a largo plazo para ambas instituciones. En los años 1960 y 1970 *CSIS* contaba con personal y recursos limitados, pero en los años 1980 y 1990 creció de manera constante hasta que su presupuesto alcanzó los 20 millones de dólares. El personal afiliado incluye una serie de especialistas en política exterior altamente visibles: el ex secretario de Estado Henry Kissinger; ex secretarios de Defensa Harold Brown y James Schlesinger, y el ex asesor de Carter National Security Council (NSC) Zbigniew Brzezinski. *CSIS*, a diferencia de *Carnegie* o *Brookings*, sólo tiene una dotación limitada y debe asegurarse la práctica totalidad de sus fondos cada año. Por lo tanto, el personal destina a menudo entre el 40 y 50% de su tiempo para recaudar dinero para destinarlo a sus diversos proyectos. El personal produce una elevada cantidad de investigación y de publicaciones. *CSIS* ha realizado movimientos intensos de acercamiento a los mayores patrocinadores y entidades donantes y de expansión y divulgación de sus actividades, seminarios, y publicaciones. Por lo general, tiene una posición 'realista' en la política exterior, lo que probablemente lo define como centrista. Su liderazgo ha sido históricamente republicano, aunque liberal republicano. Su producto investigador es principalmente centrista.

American Enterprise Institute

American Enterprise Institute for Public Policy Research (AEI) se creó en 1943 como una agencia de promoción para la libre empresa. Más adelante emergió como un think tank de pleno derecho pero aún conservador. Durante los años 50, cuando el think tank *Brookings* comenzaba a esgrimir las tesis keynesianas, *AEI* permaneció comprometido a un acercamiento al libre mercado. Debido a su concepción del papel del gobierno en la economía (amplia para *Brookings* y más limitada para *AEI*), *Brookings* fue bautizado como un think tank liberal y *AEI*, de corte conservador. Durante mucho tiempo, fueron los principales think tanks en Washington (y prácticamente, los únicos), con elevados presupuestos, que rondaban los 30 millones de

dólares en 2007. En las décadas de los años 70 y los 80, *AEI* comenzó a diseñar su plantilla destinada a la política exterior, coordinándola con el personal que ya disponía de destacado corte económico. Se centró en política de defensa, OTAN, política exterior general, Latinoamérica y Oriente Medio. Su plantilla de política exterior estaba integrada por centristas, republicanos liberales, moderados e importantes intelectuales. Aunque persistían las diferencias entre *AEI* y *Brookings* en sus recomendaciones de política económica, en el terreno de la política exterior, la investigación de *AEI* era difícilmente distinguible de la generada *Brookings* y *CSIS*.

Sin embargo, a mediados de la década de los 80, comenzó una dura etapa para *AEI*, a causa de una grave situación económica de elevado endeudamiento y problemas de gestión, en la que algunos de sus benefactores no estaban conformes con la orientación centrista y pluralista de su política exterior. El think tank había perdido su misión y objetivos. Adicionalmente, *AEI* acusó la presión, por el lado ideológico de la derecha, por el think tank de estrategia agresiva *Heritage Foundation*, que comenzó a atraer de las fuerzas conservadoras los fondos económicos que antes se destinaban a *AEI*. Su presupuesto cayó a ocho millones de dólares y su presidente fue cesado.

En distintas fases en los años 80 y 90, fueron saliendo los miembros de la plantilla de política exterior de *AEI* y, asimismo, llevó a cabo la jubilación de casi todos sus componentes. En su lugar, contrató a una serie de personas neoconservadoras. De hecho, algunos analistas señalan que el equipo de política exterior de esta organización es ahora incluso más conservador que el de *Heritage Foundation*, que ha sido considerado como el principal think tank de la fuerza política de derechas. Mientras tanto, la productividad investigadora y publicaciones de *AEI* y su reputación como principal centro de investigación e influencia en política exterior se desplomaron hasta que volvió a recuperar influencia bajo el mandato de George W. Bush como presidente de Estados Unidos.

Heritage Foundation

Heritage Foundation es un integrante relativamente nuevo entre los principales think tanks de Washington. Es también el más conservador. Creado en 1973 por dos ex congresistas, Edward Feulner y Paul Weyrich, *Heritage* representó la extrema derecha o el ala más conservadora del Partido Republicano americano. Algunos de sus líderes de su etapa inicial formaron parte de la campaña presidencialista de Barry Goldwater en 1964, fuerza que perdió en esa ocasión, y en su actuación posterior pretendieron mantener vivo el espíritu conservador. A mediados de los 70, se convirtieron en seguidores de Ronald Reagan, y, más tarde, de George W. Bush. El apoyo económico inicial de *Heritage* procedió de adinerados patrocinadores como el productor cervecero Joseph Coors y el magnate de la industria de garajes y aparcamientos Richard Scaife. También dieron su apoyo un amplio número de conservadores de Estados Unidos comprometidos ideológicamente. Asimismo, destaca como el think tank que hizo empleo del correo de forma directa para aumentar sus recursos entre pequeños benefactores: 150.000 personas concedieron 10 ó 25 dólares por año.

Heritage creció despacio en los años 70 pero se expandió a gran velocidad en los 80 cuando Reagan fue elegido presidente de Estados Unidos. Así, su plantilla se amplió a 120 personas, adquirió su propio edificio en Capitol Hill e inició un fuerte programa de seminarios y publicaciones. Su libro *Mandate for Leadership* representó un proyecto de propuestas políticas para las administraciones de Reagan y de Bush, y, como en el caso de *Hoover Institution* y *AEI*, de 20 a 30 miembros de su personal entró en cada una de esas administraciones. Asimismo, *Heritage* encontró trabajo a muchos jóvenes comprometidos con la ideología conservadora.

Este think tank también se benefició del declive, antes referido, de *AEI*, durante este período. La fundación tuvo una posición conservadora más hacia la derecha que *AEI*, y comenzó a atraer cada vez más apoyo financiero conservador que previamente había estado en *AEI*. Desde mediados de los años 80, *Heritage* era un punto frecuente de visita o para la celebración de actos como seminarios, para ministros extranjeros, jefes de estado y otros dignatarios que llegaban a la ciudad. En las diferentes embajadas de Washington se tenía la consideración de *Heritage* como un creciente poder de influencia en las administraciones de Reagan y de Bush.

Heritage está considerado por otros think tanks frecuentemente como superficial. Se percibe más como una organización de presión (*lobbying organization*) comprometida en avanzar en su propia agenda, que como una institución de seria investigación. A diferencia de otros think tanks, *Heritage* tiene contratados a unos pocos académicos estrella y cuenta con muchos jóvenes ambiciosos que aún no están titulados y que no están bien retribuidos. Éstos trabajan a un ritmo alto y llevan a cabo lo que otros think tanks denominan como ‘análisis instantáneos’ -que consisten en informes realizados de forma rápida a raíz de archivos de periódicos-, que *Heritage* puede hacer llegar a los despachos de los congresistas en un plazo de 24 horas. Muchas de estas reseñas llevan un alto contenido ideológico y político, razón por la que las investigaciones de esta fundación tuvieron en el pasado una dudosa reputación entre los académicos, sin olvidar que el principal propósito de *Heritage* no era producir investigación original, sino modelar e influir en el debate político, en lo que tuvo un acierto manifiesto.

El éxito de *Heritage Foundation* era ejercer influencia en el debate político, para lo que hacía llegar, tanto a congresistas y sus ayudantes, como a periodistas, funcionarios de la Casa Blanca, responsables de la formulación política (*policymakers*) en agencias ejecutivas, informes y recomendaciones con información breve y directa extractada de diferentes aspectos que les resultaban de utilidad a la hora de tomar decisiones, frente a otras publicaciones académicas más densas y complejas que investigadores independientes o *Brookings* o *AIE* realizaban, para las que no disponían de suficiente tiempo para leerlas debido a su ocupada agenda. Esta realidad no era bien aceptada por el mundo académico, pese a que, con el paso del tiempo, mejoró la calidad de los proyectos de investigación que *Heritage* desarrollaba.

Cato Institute

Mientras que *AEI* y *Heritage* dominaron ampliamente el lado conservador del espectro político, *Cato Institute* emergió posteriormente a los mismos con una mayor influencia. *Cato* es el think tank libertario y durante mucho tiempo, think tank ‘anarquista’, cuyos pronunciamientos políticos no eran tomados de forma seria. Ahora (bien entrada la década del año 2000) el país es más conservador y libertario y los informes de investigación de *Cato* han experimentado un grado de mejora. En el terreno de política exterior, es contrario a la mayoría de alianzas de Estados Unidos (como la OTAN), a las intervenciones exteriores como la de Iraq, y a favor del libre mercado y libre comercio. Los análisis de política de defensa y de exterior realizados por este think tank, son ya tomados en consideración por los agentes de formulación de políticas (*policymakers*) de Washington.

2.3.2- El caso australiano

Por otro lado, existen artículos como el de Searby, Ravenhill y Stone (1997), en el que, particularizan en el caso de una organización australiana, *Australian Institute of International Affairs (AIIA)*, contrastando diversos puntos de vista a raíz del análisis inicial sobre la evolución o declive de los think tanks. A raíz de la publicación de un artículo crítico de la doctora Stone⁸⁸ sobre el futuro de los think tanks, analizando especialmente la situación de *AIIA*, el propio Presidente de esta institución, Richard Searby, pone en valor su propia función educacional con carácter público a través de estudios, conferencias o debates y su contribución a los asuntos de política exterior en Australia, pese a que señale que Stone considere ese rol menos demandado. En su opinión, considera bastante posible combinar el papel de un foro educacional público con el deber de diseñar nuevas ideas para la atención de periodistas, académicos, mundo de los negocios, políticos y funcionarios.

No obstante, Searby reconoce las dificultades que tuvo la organización en años recientes, relacionada con la incertidumbre en la dirección de los recursos del Instituto, así como que los asuntos financieros han sido y continúan siendo un elemento de preocupación, aunque se ha registrado una evolución positiva. En este sentido, se refiere al nombramiento de un nuevo director ejecutivo en junio de 1994 que, junto a la ejecutiva nacional de la institución, han trabajado en los últimos años para definir objetivos y llevarlos a cabo. Asimismo, señala el mejor estado de las finanzas del instituto, con una continuidad en subvenciones, apoyo corporativo y del procedente de las fundaciones impulsadas por el gobierno. Respecto a la situación de su personal, señala que continúan trabajando con una base de recursos escasa y complementada con apoyo y trabajo de carácter voluntario.

⁸⁸ *Australian Journal of International Affairs* 50,2 (July 1996) pp.117-36

En relación al perfil investigador del instituto, su presidente está de acuerdo en que sería deseable tener una plantilla interna trabajando en las actividades que el instituto recibe por encargo, y que su plan de previsiones incluye el desarrollo de un programa de investigación que podría estar financiado por patrocinios. Respecto a la propia Revista *Australian Journal of International Affairs* (en la que aparece el artículo de referencia), señala que se publica gracias a un acuerdo con el editor Carfax Publishers en el Reino Unido, modelo que se sigue, asimismo, en otras publicaciones que realiza el instituto (Searby et al., 1997: 111).

Asimismo, este mismo autor se refiere los nuevos programas formativos y de conferencias del instituto, así como al intenso trabajo que realizan varias de sus sucursales para atraer nuevos miembros, especialmente jóvenes. Además, hace mención a la moderna tecnología de la organización (teleconferencias), especialmente en relación con las reuniones de su ejecutiva nacional para superar los problemas de la distancia y el coste de las tarifas aéreas. Por último, señala que la relación con el gobierno es buena y firme, y concluye que considera que hay un importante papel para AIIA en la vida pública de Australia, con un trabajo a varios niveles bajo limitados recursos.

Por su parte, John Ravenhill, Presidente del Comité de Investigación de *Australian Institute of International Affairs* y también uno de los autores del artículo de referencia analizado, haciendo referencia a la crítica de la doctora Stone señalando que contiene imprecisiones y afirmaciones engañosas, pone de manifiesto un episodio de disputa entre el AIIA y el *East-West Center* sobre la negativa de esta última institución a publicar un artículo de dos expertos (Graeme Cheeseman y Michael McKinley). Refiere la circunstancia de que el marido de la doctora Stone (Richard Higgott) era el director del Instituto cuando el proyecto con el *East-West Center* fue iniciado y un interviniente central en este incidente, ya que designó a uno de los autores del artículo sin escuchar la opinión de otras de las organizaciones participantes, entre ellas, el *East-West Center*. En opinión de Ravenhill, “este episodio, más que dudar de la integridad académica del instituto, como la doctora Stone sugiere, demostró el compromiso continuo del mismo con la promoción del debate abierto en temas de política exterior y de defensa” (Searby et al., 1997: 113).

La doctora Stone explica que su primer artículo, en el que refiere la situación de AIIA⁸⁹, no hablaba con mala intención de las dificultades que organismos como AIIA afrontan en un entorno de competitividad creciente. El artículo iba enfocado de forma comparativa entre AIIA y otros institutos con una finalidad constructiva. En opinión de la profesora, el contexto actual en el que trabaja este instituto hoy es muy distinto al que había cuando se creó, en el sentido de que hoy hay muchos más institutos de investigación política independientes en Australia, con un estilo y carácter diferente: con acierto no sólo en atraer a los medios y la atención del gobierno, sino también en

⁸⁹ *Australian Journal of International Affairs* 50,2 (July 1996) pp.117-36

conseguir una alta afiliación, emprendiendo ambiciosos programas de publicaciones y aumentando una sustancial financiación privada (Searby et al., 1997: 114).

Asimismo, la doctora Stone sostiene que *Australian Institute of International Affairs* puede considerarse un think tank, a diferencia de la indefinición al respecto por parte de Searby. La función educacional pública que defiende Searby, confirma más que rechaza, su naturaleza como think tank, según Stone, ya que “todos los think tanks, no sólo en Australia, sino también en la mayoría de democracias liberales, tienen una función educacional. Además, *AIIA* cumple muchos de los otros roles de los think tanks” (Searby et al., 1997: 114).

En opinión de esta autora, este instituto se constituye como un importante aspecto de la vida intelectual de Australia y cuando se refirió en su primer artículo al incidente referido sobre la publicación de un artículo por otro instituto con el que iba a haber una colaboración con *AIIA*, explica que lo hizo para demostrar cómo una organización de este tipo puede enfrentarse a conflictos sobre su misión organizativa o sobre su integridad y objetivos académicos.

Por su parte, Lesley Jackman, Director Ejecutivo de *Australian Institute of International Affairs* y también uno de los autores del artículo de referencia analizado, pone de manifiesto la adaptación de esta organización a las tendencias del momento, con la creación de una página web desde mediados de 1996, lo que coincide con la recomendación realizada en ese sentido por la doctora Stone (Searby et al., 1997: 117).

2.3.3- Think tanks conservadores y neoconservadores

En el apartado 2.2.2, se ha abordado la historia del fenómeno de los think tanks conservadores y su posicionamiento en el debate público político y su cambio de estrategia desde mediados de los años 70 del siglo XX, basadas en técnicas de propaganda, que contribuyó a su predominio en Estados Unidos y Reino Unido, así como en Australia.

Los think tanks conservadores no son simples organizaciones fundadas por intereses mercantiles para presionar discretamente a su favor, según sostienen Smith y Marden (2008). “Los think tanks son organizaciones que tratan con ideas de segunda mano; intermediarios responsables de la transición de ideas desde las comunidades epistémicas frecuentemente oscuras a debates políticos públicos más amplios”, según Smith y Stone⁹⁰. Los think tanks conservadores “actúan como una cámara de eco (*echo chamber*) de ideas y valores muy particulares, creando la apariencia de debate público informado, desprovisto de políticos, mientras que surgen en abundancia las ideas y valores” (2008: 714). Asimismo, crean la impresión de que las voces o corrientes alternativas son puntos de vista minoritarios, justificando una marginalización adicional del debate. Estas “cámaras de eco” han incrementado la credibilidad de los principios

⁹⁰ Citados por Smith y Marden (2008: 714)

neoliberales intensificando el grado en que dominan el debate público y aparecen ser defendidos por expertos, mientras, al mismo tiempo, la posición de los participantes en el debate público es definida en relación con su dominio y convicción para el discurso neoliberal.

Sin embargo, los think tanks conservadores son más que agentes políticos, en opinión de los autores referidos, que ponen como ejemplo varias actuaciones de *Institute of Public Affairs (IPA)*, que constituyen espacios de confluencia de los intereses políticos de la derecha y facilitan alianzas de conveniencia en beneficio mutuo, que pueden ejercer una poderosa influencia en el proceso de decisiones políticas (*policy-making*) y en los parámetros del debate público. En este sentido, afirman que la política se configura, cada vez más, como un proceso sacado de una amplia participación pública, y conducido por elites privilegiadas en espacios asociados con organizaciones como *IPA*, *CIS* y el *Sydney Institute*. Así, más que una pluralidad de valores públicos que refuten la construcción en marcha de una buena sociedad en un proceso de pura política, la imposición de un marco de valores neoliberales reduce el rol de la política a la producción de más resultados altamente coordinados.

Smith y Marden afirman, asimismo, que los think tanks mencionados ofrecen la oportunidad de observar las relaciones del neoconservadurismo y el fundamentalismo de mercado con la nueva derecha, sirviendo como puntos intercalados en los cuales poderosas redes de intereses se cruzan.

2.3.4- Think tanks latinoamericanos

Las actividades o modos de trabajo de los think tanks en Latinoamérica reflejan la tipología de los mismos de generadores de conocimiento desarrollada por Livny, Mehendale y Vanags⁹¹: de análisis o solución de problemas, de crítica o abogacía y de investigación rigurosa y fundamental.

Garcé⁹² diferencia entre think tanks externos e internos, dentro del amplio espectro de relaciones entre estas organizaciones y los partidos políticos:

- Think tanks internos. Aunque suelen permanecer ocultos en la cooperación internacional, son importantes motores de cambio. Ofrecen una base ideológica a los partidos políticos. Sistemas más estables como el chileno, el colombiano o el uruguayo tienen ejemplos de estas instituciones.
- Think tanks externos. Proliferan más en Latinoamérica. Sus recursos para la investigación son de procedencia extranjera. Suelen tener un carácter más independiente.

⁹¹ Citados por Mendizábal y Sample (2009)

⁹² Citado por Mendizábal y Sample (2009: 11-12)

En consecuencia, este autor presenta una tipología de las relaciones entre los partidos políticos y los think tanks en cada país, en función del grado de institucionalización de los partidos políticos y el grado de conexión de éstos con los think tanks externos, si bien la realidad en cada país es distinta como ponen de manifiesto los estudios, como constatan Mendizábal y Sample (2009). Asimismo, Garcé señala en un estudio recogido por estos dos últimos informes, que no existe un solo tipo de think tank. Las funciones que se les atribuye a estas organizaciones suelen ser cumplidas por organizaciones muy diversas, tanto públicas como privadas.

En este sentido, Garcé afirma en el estudio que recogen Mendizábal y Sample junto a análisis de otros autores, que “no es sencillo definir la ‘tradición latinoamericana’. Cada uno de los tres grandes momentos de formación de think tanks se manifestó de un modo distinto en los diferentes. Como consecuencia de este proceso histórico, conviven organizaciones de diverso tipo: centros universitarios clásicos básicamente orientados a la investigación con centros de estudios privados especializados en consultorías y asesoramiento; oficinas de planificación y evaluación de políticas alojadas en el aparato estatal con ONG orientadas a la *advocacy*; centros privados financiados por el sector privado con think tanks al estilo anglosajón focalizados en la incidencia en el debate público” (Mendizábal y Sample, 2009: 36).

2.3.4.1.- Think tanks internos

Garcé define los think tanks internos como los “centros de elaboración de ideas y propuestas de gobierno que forman parte de la estructura de los partidos políticos” (Mendizábal y Sample: 2009: 28). No obstante, señala que a menudo se verifican dos situaciones que llevan a una definición más amplia. Una de ellas, cuando la tarea de promoción de la reflexión interna y de generación de ideas está vinculada a la de formación y capacitación de los cuadros partidarios. La otra, cuando los partidos o líderes políticos generan estructuras autónomas respecto del partido, pero en estrecho contacto con él. Así, la definición más amplia considera como “think tanks internos a los centros de formación política de los partidos y a las estructuras de promoción de debates y de generación de alternativas de políticas independientes de los partidos pero fundadas por dirigentes políticos y cercanas a éstos” (2009: 38-39). El autor explica que uno de los factores que inciden en la creación de think tanks internos es la legislación y posibles incentivos que ésta incluya a la creación de este tipo de instituciones.

Los sistemas de partidos de Chile, Argentina, México y Brasil son los que han desarrollado un mayor número de think tanks internos, según señala Garcé. El autor también describe tres grandes tipos de fundaciones partidarias, desde el punto de vista de su función principal: las orientadas a la generación de insumos para las políticas públicas (cita como ejemplo a Faes del PP español), orientadas a la promoción del debate político y la reflexión teórica (como Pablo Iglesias del PSOE) y orientadas a la formación de cuadros (como la Fundación Jaime Vera del PSOE). Existen diferencias en los países con mayor número de think tanks internos. Así, en Brasil predomina la

orientación hacia el debate político. En Chile, el asesoramiento a los partidos de gobierno en materia de políticas. En los de Argentina, los institutos de formación política, y, en México no se percibe una tendencia muy marcada hacia alguna de las funciones.

Aunque faltan datos para muchos países latinoamericanos, el autor expresa en su estudio recogido por Mendizábal y Sample (2009) que la mitad de los think tanks internos de esta región hicieron un aporte medio o alto a la elaboración del último programa de gobierno del partido. También cita otras tareas poco comunes realizadas por algunos think tanks, como por ejemplo, la reconstrucción de la historia del Partido de los Trabajadores en Brasil y el servicio de asesoría parlamentaria a los escaños del partido.

Los think tanks internos fueron creados a partir de 1990, fecha que coincide con el proceso de democratización de Latinoamérica y la reactivación y renovación de los sistemas de partidos, según Garcé. Parece constatarse una tendencia creciente, aunque en el caso de los partidos latinoamericanos, tampoco puede encontrarse una relación de causa-efecto entre la antigüedad de un partido y el desarrollo de think tanks internos.

Asimismo, este autor, en su estudio, parte de la consideración de que la mayoría de los think tanks internos no son organizaciones grandes. Así, precisa que, muy a menudo, “son organizaciones pequeñas y que tienen problemas para funcionar” (Mendizábal y Sample, 2009: 47). En este sentido, afirma que el apoyo de las grandes fundaciones como la Friedrich Ebert Stiftung o la Konrad Adenauer Stiftung (FES o KAS) suele ser decisivo en aquellos países en los que la ley no prevé una financiación pública permanente a las fundaciones de los partidos.

2.3.4.2.- Think tanks externos

Para los think tank externos (que suelen tener un carácter más independiente) la relación con los partidos políticos es compleja, según señala Garcé en el estudio recogido por Mendizábal y Sample (2009), ya que si quieren tener influencia sobre los mismos, deben estrechar el contacto con ellos, aunque si éste crece, también aumentan los riesgos. En este sentido, es significativo cuando señala: “El acercamiento a un partido puede dañar el principal capital institucional de un think tank: su credibilidad pública” (Mendizábal y Sample, 2009: 42). Se trata de un argumento extensible, asimismo, para los centros de investigación de universidades como para los centros académicos privados y las ONGs.

En relación con la frecuencia con la que los partidos políticos acuden a los think tanks externos, Garcé afirma que aumenta cuando se considera sólo a los partidos gobernantes. Asimismo, precisa que los partidos tienen contacto con una amplia variedad de organizaciones sociales y que la intensidad de la relación entre un partido y un centro universitario está ligada en gran medida al grado de convergencia ideológica entre ambas instituciones. En concreto, respecto a la demanda de investigación social

que los gobiernos en curso realizan a los think tanks, el autor indica en su estudio que predomina una demanda calificada como baja por los expertos consultados, si bien, el mayor aporte de los think tanks se refleja en la definición de la agenda de gobierno, seguido de implementación de políticas. Por el contrario, la demanda de evaluaciones de políticas públicas tiende a ser a la baja.

2.3.4.3.- Tipología de las relaciones entre partidos políticos y think tanks

Garcé, en su estudio recogido por Mendizábal y Sample (2009), presenta una tipología entre partidos políticos y los think tanks externos a partir de dos variables: el grado de institucionalización de aquéllos y el grado de conexión con los think tanks externos de su propio país, a raíz de una matriz con cuatro cuadrantes que organiza analíticamente su relación (2009: 45-46):

- Cuadrante I. Partidos poco institucionalizados y poco conectados con think tanks. Este tipo de relación no es la más frecuente en América Latina. Un ejemplo es el MAS boliviano.
- Cuadrante II. Partidos poco institucionalizados pero muy conectados con think tanks. Acuden a la vertiente de investigación social generada por los think tanks. A pesar de su bajo grado de institucionalización, a menudo estos partidos constituyen rápidamente think tanks internos. Ejemplos se encuentran en el Movimiento PAIS (Ecuador), entre cuyos contactos fluidos se encuentra el de FLACSO-Quito, y el partido Perú Posible.
- Cuadrante III. Partidos institucionalizados pero poco conectados con think tanks. Es el caso del Partido Colorado y el Partido Nacional de Uruguay, o del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) de El Salvador.
- Cuadrante IV. Partidos institucionalizados y muy conectados con think tanks. Estos partidos acuden a los think tanks fundamentalmente por investigación social y personal de gobierno especializado en políticas públicas. La mayoría de los partidos políticos chilenos y los partidos mexicanos se ajustan a esta tipología, así como los partidos brasileño, especialmente el Partido Social Demócrata Brasileiro (PSDB) y el PT, el FA uruguayo, el Partido Justicialista (PJ) argentino y el ARENA salvadoreño.

2.4.- Think tanks y la comunicación

La comunicación y la difusión es una actividad inherente a la mayor parte de los think tanks, en mayor o menor medida, en función del contexto histórico y del país o zona donde desarrolle su actuación.

El profesor Castillo (2009) señala que la acción comunicativa tiene la intencionalidad de dar a conocer las investigaciones que realizan (a través de informes, documentos o publicaciones) y ser referencia de entidades públicas y privadas. Un objetivo que se extiende también a la realización de talleres o seminarios, con intención de comunicación directa. “Sin embargo, uno de los principales ámbitos en los que trabajan es el acceso a los medios de comunicación – explica-, ya que éstos posibilitan llegar a numerosos individuos y confieren presencia e influencia social”. Una mención especial hace a Internet, como una situación que motiva la realización de acciones específicas de comunicación a través de la red, que permiten el acceso más directo (sin intermediarios) a los públicos implicados. En este sentido, cita a la experta María Silva, que, en su artículo “Blogs, los think tanks del siglo XXI” (publicado en el diario El País el 28 de mayo de 2005), constata el incremento del acceso a Internet desde la perspectiva de la comunicación política.

Castillo (2009) precisa que los think tanks, con sus estrategias de comunicación, pretenden “la difusión de su pensamiento, la legitimidad para proponer propuestas y la monopolización de una temática como entidad especializada e interlocutora (legitimada) en ese ámbito para los organismos y personas públicas”. Concreta que es a partir de la década de los años 70 (siglo XX) cuando la finalidad que tienen los think tanks de difundir y alcanzar influencia de sus investigaciones, se materializa en un aumento de las estrategias de comunicación.

McGann⁹³ enumera una serie de factores que motivan una “creciente globalización” de los think tanks:

- Aumento del volumen y la circulación de información a raíz de la sociedad de la información.
- Los gobiernos ya no monopolizan la información.
- Aumento de la complejidad técnica y de los problemas políticos, que hace más difícil la toma de decisiones.
- Mayor implicación de los gobiernos en el ámbito social.
- La globalización propicia la multiplicación de los actores no gubernamentales.
- La necesidad de adoptar decisiones públicas de forma más rápida.

Existe una guía diseñada para ayudar a los think tanks a alcanzar el mayor impacto en su labor de comunicación e influencia a través de su función investigadora y de análisis, sobre las instancias responsables de la formulación política para alcanzar un objetivo de mejora de la política pública. El experto Johnson habla de la misma y refiere que fue desarrollada por uno de los directivos y de los asesores de CIPE (Center for

⁹³ Citado por Castillo (2009)

International Private Enterprise). La citada guía descansa en cuatro aspectos que enumera el autor (1996: 37):

- Toma de decisiones. Para asegurar una elección adecuada de las prioridades de investigación con una relevancia política y pública, se describen las prácticas siguientes: escoger asuntos legislativos y de regulación para el análisis por el think tank, establecer procedimientos y criterios para la investigación y difusión, fijar un plan de clara defensa de posiciones anterior a emprender la investigación, controlar el ritmo de la investigación y los esfuerzos de las referidas acciones de defensa a un esquema temporal realista que se corresponda a los debates clave, votos parlamentarios o acciones presidencialistas.
- Dirección. La investigación política debe ser enfocada a encontrar soluciones a problemas concretos. Para ello, los investigadores de los think tanks deberían evitar debates y conceptos teóricos, y centrarse en cuestiones específicas, identificar claramente los asuntos bajo consideración para permitir evaluar las ventajas y los inconvenientes, utilizar una guía específica para los usuarios de los servicios de los think tanks identificando con términos claros y específicos las acciones correspondientes, así como crear mecanismos de realimentación para identificar áreas para el seguimiento de la plantilla.
- Diseño y producción. En la era actual de predominio audiovisual y de la rapidez en las telecomunicaciones, es especialmente importante para los think tanks que “empaqueten” sus productos de investigación de una forma atractiva. Como sugerencias para ello se apuntan: utilizar un lenguaje correcto pero comprensible con definición clara de los términos económicos, crear gráficos y diagramas que expliquen visualmente conceptos y puedan ser fácilmente reproducidos por los medios impresos y digitales, diseño de publicaciones que faciliten la lectura del mensaje con uso de recursos adecuados para ello como flechas, colores o recuadros.
- Distribución. La calidad de la investigación de los think tanks no determina que el mensaje tenga suficiente influencia en los resultados del debate político. Se indican recomendaciones para que la difusión de la investigación de estas organizaciones tenga el mayor impacto: dirigir los resultados y las soluciones hacia audiencias seleccionadas estratégicamente, identificar los medios de comunicación adecuados para alcanzar la mayor audiencia y suministrar a los medios escritos artículos de opinión preparados para su impresión, reforzar cada información o mensaje que se facilite a los medios con una llamada o contacto personal y realizar un seguimiento y evaluar el acierto o fracaso de las recomendaciones efectuadas para identificar futuras oportunidades y ganar así en efectividad.

Por su parte, la doctora Stone, en el análisis que realiza de la demanda de los servicios de los think tanks (*aspecto referido en el apartado 2.1.*), incluye los de comunicación y educación, a través de guías, recomendaciones prácticas, resoluciones no vinculantes y otros similares, así como controlar y proporcionar evaluaciones. Asimismo, apunta la demanda de la producción de conocimiento que realizan los think tanks y de gestión de información, referida a la labor de interpretación de la misma, actuando como “filtros e intérpretes” de la misma.

2.4.1.- Estrategias con la opinión pública

Asimismo, a la hora de hablar de la comunicación en los think tanks, es significativo recordar la estrategia de los think tanks conservadores en el uso de técnicas de saturación de la opinión pública con propaganda y en la manipulación masiva de ésta. Smith y Marden (2008) tratan de su utilización con éxito en Estados Unidos y también en Australia (*ver apartado 2.2.2.*).

También cabe señalar la estrategia emprendida por los think tanks de la Europa Central y del Este, en la época del post Comunismo. En concreto, la habilidad de estas organizaciones en modelar la opinión pública, la gestión de un discurso experto, más que una investigación a fondo, lo que les aseguró su influencia en el proceso de decisiones políticas (*policymaking*). Según se refiere en el capítulo 2.2.3., Krastev explica que estos think tanks fueron los mayores agentes en la revolución retórica que tuvo lugar en la Europa Central y del Este al comienzo de los años 90: “Fueron un instrumento para limpiar las ruinas del paradigma Marxista y superar la sospecha hacia la propiedad privada y de mercado. Los think tanks encontraron los argumentos correctos para convencer al público del fracaso del viejo sistema” (Krastev, 2001: 29).

2.4.2.- Comunicación e interacción con el público

Los think tanks de muchos lugares del mundo utilizan diferentes formas de interacción con sus públicos, como conferencias, seminarios, presentaciones, debates políticos o publicación de artículos.

En el caso de los think tanks chinos, se observa que, pese a que, en la actualidad, éstos son la principal fuente de información para proporcionar al gobierno diversos puntos de vista en el campo de las relaciones internacionales y así llenar el vacío causado por la Revolución Cultural y otras prácticas aislacionistas del pasado, según refieren Ahmad y Mughal (2011), utilizando diferentes puntos de interacción también con las comunidades del mundo, se pone de manifiesto la incapacidad actual de los analistas chinos de los think tanks de relaciones internacionales por las recomendaciones políticas que presentan, con muchos planes de acciones confusos y recomendaciones políticas desdibujadas y borrosas (*ver apartado 2.2.5.*).

La existencia e incremento, en cantidad y calidad, de think tanks en China suministra acceso y puntos de interacción a las comunidades del mundo, algo sin precedentes desde 1949. La interacción puede ser en forma de conferencias, seminarios, peticiones de artículos en números monográficos de revistas de investigación y, tal vez lo más significativo, mediante debates políticos específicos. Según se refiere también en el mencionado apartado, el estado actual de los think tanks de política exterior en China está atravesando un período de transformación y liberación que proporciona una excelente oportunidad de interacción y acceso a los investigadores, académicos, instituciones de políticas públicas y todos los actores no gubernamentales fuera de China, según los mencionados autores.

2.4.3.- La consideración de la comunicación en los objetivos

También en las sociedades menos desarrolladas se hace palpable la importancia de la comunicación en los think tanks como una forma para llegar a las audiencias de interés y grandes audiencias, a pesar de que la investigación presente una gran calidad por sí sola.

Esta circunstancia tiene lugar en Bangladesh, donde Rashid (2013) constata que sólo pocos think tanks bangladesíes emprenden estrategias de comunicación bien diseñadas, por lo que la investigación que producen, frecuentemente nunca llega a las audiencias de interés, aunque sea de calidad. Asimismo, señala que, no obstante, cada vez más think tanks se están dando cuenta de la importancia de la comunicación como una herramienta para llegar a los responsables políticos y a grandes audiencias (*ver apartado 2.2.6.*).

Este autor refiere, en el apartado mencionado, que, pese a las limitaciones y los cambios que afrontan los think tanks y las organizaciones de investigación política en Bangladesh, parece existir un consenso entre los agentes que realizan la formulación política (*policymakers*) de los beneficios del papel crítico de estas instituciones en la comunidad política. En este sentido, Rashid ofrece una serie de recomendaciones, con carácter general, desde una reorientación conceptual hasta medidas prácticas, dirigidas todas ellas para aumentar la efectividad de las instituciones de investigación. Junto a asegurar la sostenibilidad financiera y establecer nuevas asociaciones con otros think tanks del exterior para crear oportunidades, adoptar nuevos enfoques e iniciativas o facilitar el control de calidad y la formación, señala estos consejos relativos a la comunicación (Rashid, 2013: 75-76):

- Adoptar un enfoque más holístico y trabajar con los dos extremos del espectro: establecer acciones para ayudar a los gobiernos y responsables políticos, así como a medios de comunicación a entender el valor y la utilidad de la recomendación política independiente. En este sentido, Bangladesh ofrece un gran potencial para trabajar con periodistas y medios de comunicación en diferentes sectores con el objeto de mejorar el conocimiento

y la capacidad para un mejor entendimiento e información sobre las ideas y propuestas políticas mostradas por los think tanks.

- Tener una mayor transparencia en las actividades de investigación y operacionales, en beneficio de una mayor visibilidad y credibilidad del propio think tank. La transparencia puede alcanzarse a través de métodos sencillos de recogida de datos u otras herramientas de investigación, así como la revisión o evaluación regularmente de sus investigaciones por parte de expertos políticos.

2.4.4.- Estrategias en Estados Unidos

Los think tanks de Estados Unidos constituyen una referencia en el ejercicio general de su influencia, en el ámbito social y político, a través de las investigaciones y estudios que elaboran, tanto frente a mucha de la producción académica, como respecto a think tanks de otros países.

En este sentido, Wiarda (2008), en su estudio sobre los think tanks americanos y, en especial, su papel en el ámbito de la política exterior, considera que existen varios métodos que contribuyen a que los think tanks hayan llegado a ser muy hábiles e inteligentes para conseguir que sus mensajes y resultados de su investigación tengan amplia difusión y alcance, en general (2008: 110- 112):

1. Almuerzos, seminarios, cenas. Prácticamente todos los días los think tanks americanos llevan a cabo actividades sobre diferentes cuestiones. A estas reuniones son invitados los congresistas y sus ayudantes, la Casa Blanca y el Departamento de Estado, funcionarios, periodistas y otros líderes de opinión. Independientemente de que el cóctel que se ofrezca en este tipo de encuentros suponga un atractivo al ofrecerse sin coste, representan un interés en especial para políticos y otros tipos de agentes sociales y económicos ya que permiten el acceso a una información determinante y clave, que deja de recibir en el caso de la no asistencia a los mismos. Así, por lo general, estos foros ofrecen oportunidades para que los expertos de los think tanks expliquen sus ideas o nuevos estudios. El autor cita a modo de ejemplo, el caso de *AEI*, donde los almuerzos y seminarios sobre el Medio Oriente eran de rigor para las personas que tenían, o deseaban tener, influencia en esa zona.

2. Televisión y medios de comunicación. Los expertos de los think tanks aparecen regularmente en programas como *Nightline*, *The News Hour*, *CNN*, *FOX*, o en los noticiarios. No están necesariamente mejor informados que los expertos de Berkeley o Ann Arbor, pero son conocidos por los programadores de los medios de comunicación. Asimismo, son accesibles; en este sentido, sus oficinas en Washington están próximas a los estudios de televisión, lo que facilita a la televisión su localización e invitación a sus

programas, en comparación, por ejemplo, con llevar a una persona de una universidad ubicada en la costa oeste. Por estas mismas razones los expertos de los think tanks son citados a menudo en la prensa.

3. Apariciones públicas. Los estudiosos de los think tanks tienen oportunidades a diario (si lo desean) para hablar en universidades públicas, seminarios y foros, asociaciones profesionales, Departamento de Estado u otros programas de formación, grupos de intercambio extranjeros, o en las audiencias de otros think tanks. Esto hace que sean muy conocidos a nivel nacional e incluso internacional, por lo que, en alguna ocasión futura, cuando un político busca a alguien para dar consejos, lo más probable es que recuerde y haga uso de lo que escuchó en uno de estos foros, según explica Wiarda.

4. El acceso a los políticos. Los miembros de los think tanks tienen acceso directo a los políticos. Ellos están en la Casa Blanca, en los departamentos de Estado o Defensa y en otras agencias del gobierno para muchas reuniones casi a diario. Para estos estamentos, los expertos de los think tanks son los primeros por lo que tienen acceso a casi todas las puertas y ver a gente a las que otras personas no tienen posibilidad.

5. Testimonio ante el Congreso. Los miembros de los think tanks a menudo conocen personalmente a los empleados del Congreso que programan audiencias o son conocidos por los miembros del personal. Por lo tanto, cuando un comité o subcomité está buscando testimonio sobre un tema en particular, por lo general es muy probable que se lo pida a expertos de los think tanks. También, debido a que el Congreso es en sí mismo una institución muy partidista, sus miembros saben que haciendo un llamamiento a los representantes de varios think tanks pueden obtener el testimonio que apoye las conclusiones que ya han alcanzado, lo cual siempre es reconfortante para los congresistas.

6. Paneles de asesores. Los think tanks cuentan con paneles de asesores de alto nivel para prácticamente todos sus programas. Estos consisten en personas externas, por lo general prominentes en el mundo de los negocios, la banca y la industria. De esta manera, los think tanks pueden enumerar a personas importantes, por su riqueza e influencia, en sus corporaciones e informes anuales. Estas mismas personas ayudan a recaudar fondos y hacer que sus estudios lleguen a las manos adecuadas.

7. Los contactos personales. Los estudiosos de los think tanks, debido a su presencia en Washington, normalmente tienen un amplio rango de contactos personales. Estos incluyen no sólo a los compañeros académicos de otros centros de investigación y universidades, sino también a periodistas, funcionarios del gobierno, negocios, ejecutivos (que a menudo se sientan en los consejos de administración de los think tanks), funcionarios del trabajo, responsables de las fundaciones, representantes de gobiernos extranjeros, etc. La

cantidad de personas con las que tienen contacto los miembros de los think tanks es mucho más amplia y diversa que en el caso de la mayoría de los académicos universitarios.

8. Experiencia con el gobierno. Los think tanks también son campos de reclutamiento de nuevos talentos para el gobierno. Muchas personas de los think tanks han entrado y salido del servicio del gobierno en varias ocasiones. Entran cuando el partido de su preferencia llega al poder y vuelve al think tank cuando el partido rival está en el poder. Hay pocas cosas más emocionantes para los estudiosos de los think tanks –según precisa Wiarda– que trabajar en el gobierno para poner en práctica las ideas que han estado escribiendo durante tanto tiempo. Asimismo, al encontrarse ya en Washington, están bien conectados, y probablemente se han inscrito para estar en uno u otro de los equipos de asesoramiento de un candidato presidencial con mucha antelación. Sus posibilidades de obtener un puesto adecuado en el Estado, el Consejo de Seguridad Nacional u otro organismo son mucho mayores que las de un académico que puede tener el mismo grado de conocimiento sobre los temas.

9. Estudios y publicaciones. Los think tanks son organizaciones muy eficaces en conseguir que su producción se lea y se le preste atención. Disponen de listas de correo muy amplias y altamente especializadas que se actualizan continuamente y que les permiten llegar de forma rápida a la persona deseada en el país o sobre un tema concreto. Tienen oficinas con profesionales de publicaciones y relaciones públicas que preparan los comunicados de prensa sobre los estudios, organizan conferencias de prensa para el lanzamiento de un nuevo libro, hacen resúmenes que luego aparecen en las páginas de opinión de los periódicos líderes, reciben a sus autores en los programas de entrevistas, y realizan amplios envíos de copias gratuitas. Después de todo, se puede decir que ningún estudio tiene trascendencia a menos que la gente con influencia lo lea. En este sentido, los think tanks cuentan con medios para llevar el trabajo de sus estudiosos a la atención de los líderes de opinión y de los responsables de la toma de decisiones (*decision makers*).

2.4.4.1.- El planteamiento de los think tanks conservadores y progresistas

Entre las estrategias efectivas adoptadas por los think tanks de carácter conservador, y más concretamente las relacionadas con la comunicación, autores como Miller-Cribbs et al. resaltan la unidad y claridad en el mensaje, así como el conocimiento y manejo de los medios de comunicación (2010: 297-300). Como se apuntó en el apartado 2.3.1.:

- Unidad y claridad en el mensaje.

Los think tanks conservadores centran sus esfuerzos, de una manera notable y coordinada, en el mensaje y en mantener una coherencia temática, con el bienestar social como telón de fondo. A diferencia de éstos, el mensaje de los

de carácter liberal es fragmentado e impulsado, lo que dificulta su impacto en el Congreso y en la presidencia del gobierno. Mientras que los think tanks conservadores están próximos y alineados con el Partido Republicano y los principios que manifiestan están basados en la ideología conservadora, los think tanks liberales están menos alineados con el Partido Demócrata principalmente porque las fundaciones que los sostienen no proclaman una agenda o afiliación política.

- Conocimiento y manejo de los medios de comunicación.

Los think tanks conservadores han capitalizado varios métodos para eludir su implicación de la influencia que ejercen realmente en los medios de comunicación. Utilizan los principales medios, tanto de prensa, radio y televisión, para propagar sus ideas, empleando un lenguaje estratégico con argumentos consistentes, con lo que su mensaje es simple, consistente y en tono positivo.

Asimismo, el conocimiento que tienen de los medios y de su funcionamiento, les permite llegar mejor a ellos, y “cortejándolos”, y que, al mismo tiempo, éstos, y asimismo el Congreso, les tengan como referencia (e incluso lleguen a ser “dependientes” de sus estudios, según los autores), a la hora de publicar sus informes y de tener en cuenta sus opiniones como fuente informativa. Easterbrook⁹⁴ resalta el interés de estos think tanks en facilitar el mensaje que dirigen a los medios a través de notas de prensa y documentos de trabajo muy preparados para este colectivo, tanto en contenido como en su forma, con los mensajes destacados y resumidos, asimismo, a través de recursos tipográficos como el color, tipos de letra o destacados.

Este mismo autor remarca el importante papel que juegan los medios locales en la promoción de la agenda conservadora, así como el que sean ignorados en la actividad de los think tanks progresistas. Viguerie⁹⁵ señala además que el uso de los medios locales y alternativos fue crucial para la difusión del mensaje conservador en el público, y concreta que se basó en simples técnicas como el correo electrónico (tanto de forma masiva como personalizada) y la difusión a través de la página web, en combinación con medios alternativos.

Easterbrook destaca, además, la gestión realizada en la selección activa de representantes conservadores para la participación activa en un medio de gran alcance de masas como es la televisión. También resalta la mayor influencia política de la televisión por cable de cara al impacto en los

⁹⁴ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

⁹⁵ Citado por Miller-Cribbs et al. (2010)

potenciales electores, dada su programación ininterrumpida las 24 horas y su atención a temas políticos.

Evaluando, de forma general, el impacto de los think tanks en los medios, autores como Dolny y FAIR⁹⁶ llegan a señalar que los de corte conservador reciben la mitad de las citas en los medios; los moderados, un tercio de las mismas, y los progresistas, en torno al 13%.

Asimismo, se aconsejan prácticas de comunicación a los think tanks progresistas para contrarrestar la efectividad de los think tanks conservadores, basadas en la mejora de la forma que se realiza la comunicación y en la que se difunde la investigación política o en la adopción de valores en los mensajes. En este sentido, Miller-Cribbs et al. señalan los siguientes puntos (2010: 301-302), según se adelantó en el apartado 2.3.1.:

- Para poder contrarrestar uno de los puntos fuertes del ascenso y avance de la fuerza conservadora –la expresión de una agenda centrada en los valores americanos–, los trabajadores sociales deben apelar a la sensibilidad moral del público difundiendo en los medios de comunicación un discurso de justicia social, política y económica, a través de artículos y mensajes en los periódicos, así como de apariciones en programas de informativos y de tertulia tanto a nivel local como nacional.
- Frente a planteamientos pasados de parcialidad y falta de diálogo, los trabajadores sociales necesitan mejorar la gestión y la forma en la que realizan su comunicación a cualquier nivel y trasladarlo a estudiantes a través de una formación concreta dirigida a preparar sus mensajes basados en los valores sociales y a adoptar técnicas específicas para contrarrestar la corriente conservadora que aparece en los medios de comunicación y en otras fuentes de transmisión de información.
- Mejorar las estrategias de difusión de la investigación política que realizan los trabajadores sociales, así como alinearse más con los think tanks progresistas, utilizando los resultados de investigaciones para influir en los debates públicos, si bien es importante que estos agentes mantengan la integridad en el proceso investigador, según señalan los autores referidos.

En síntesis, los autores señalan la conveniencia para el movimiento progresista de definir el papel de activismo que quieren tener y cómo hacer el mejor uso de la ciencia para la política informativa. Consideran necesarios esfuerzos a nivel nacional y regional que sustenten los mensajes liberales, así como crear un foro abierto para el debate, haciendo hincapié en la importancia de que la corriente del debate tenga lugar a nivel local primero, para que pueda plantearse una posibilidad de cambio en la tendencia conservadora predominante a nivel nacional.

⁹⁶ Citados por Miller-Cribbs et al. (2010)

2.4.5.- Think tanks en Latinoamérica

En su estudio sobre los think tanks y su implantación y acción en Latinoamérica, el profesor Castillo distingue una serie de parámetros en los que pueden agruparse las estrategias de comunicación a las que recurren los think tanks en la sociedad de la comunicación para difundir sus investigaciones: difundir sus propuestas sobre los ciudadanos (“función difusora”), exhibir ante los poderes públicos una representación de soporte social a través de los medios (“función de apoyo social”), establecer instrumentos instructivos sobre diferentes problemáticas (“función educativa”), actuar como elementos sensibilizadores de la sociedad (“función sensibilizadora”), posibilidad de limitar el acceso de las propuestas de otros grupos “creando un clima de propuestas monotemáticas” (“función restrictiva”), mejorar su participación en el diálogo social con instancias gubernamentales (“función de relaciones públicas”), mantener una presencia constante en los medios de comunicación, con lo que se consigue una “especialización temática” (“función monopolizadora”), aumentar su legitimidad ante los poderes públicos mediante su presencia positiva continuada en los medios (“función legitimadora”) (Castillo, 2009).

El mismo autor, al señalar como uno de los principales objetivos de los think tanks, la necesidad de informar de sus investigaciones y la educación de la sociedad sobre los aspectos que estudian, repasa en las páginas web como recurso del que disponen todos los think tanks que analiza en su estudio, con abundancia de documentos accesibles para su consulta. Relaciona como las herramientas más usuales (Castillo, 2009):

- un web site como punto de difusión de las investigaciones
- las descargas de documentos e informes
- posibilidad de consulta y acceso en formato pdf de textos de libros publicados por la entidad
- las apariciones e incidencia numérica en los medios de comunicación
- posibilidad de consulta de vídeos
- actuar como fuente informativa como expertos para los medios de comunicación
- conferencias de personalidades
- seminarios genéricos o específicos
- encuentros con expertos nacionales o internacionales
- simposios y mesas redondas
- intervenciones en actos académicos
- publicaciones de libros

- recepción de personalidades internacionales
- boletín electrónico sobre la temática que se investiga
- posgrados para estudiantes
- contacto con legisladores, autoridades o dirigentes políticos o empresariales
- informes temáticos
- anuarios

Mención aparte merecen los idiomas de las páginas web de los think tanks latinoamericanos, y, en este sentido, la mayor labor de difusión a públicos más amplios que los de nivel nacional, ha llevado a la necesidad de traducción de sus web a otros idiomas, según el profesor Castillo, si bien, la mayoría (57,8%) utiliza el español y el inglés, el 21% sólo el español, y el resto, otras combinaciones (5,26% inglés-portugués-español, 5,26% inglés-portugués-español-francés y 5,26% inglés-portugués-español-francés-alemán).

Por otra parte, entre las recomendaciones que extraen Mendizábal y Sample del estudio de los cinco estudios nacionales sobre los think tanks en América Latina y los partidos políticos, bajo el principio de que la propia consideración y definición de estas organizaciones en esta región se concibe bajo su relación con el sistema político, hay dos relacionadas con la comunicación, según se avanzó en el apartado 2.2.4. (2009: 243-244):

- La difusión creativa y sistemática a actores externos (entre ellos, los partidos políticos) por parte de los think tanks de las propuestas que generen sobre las problemáticas sociales, lo que fortalece las relaciones entre partidos políticos y think tanks creando espacios de diálogo sostenibles en el tiempo.
- Fortalecer y estrechar las relaciones entre los think tanks y los medios de comunicación, para que éstos últimos promuevan una cultura de aprecio al conocimiento basado en evidencia.

3. INVESTIGACIÓN

La investigación de los think tanks en España de contenido económico y la comunicación tiene dos partes. La primera es de análisis de estas instituciones desde un punto de vista general y, en especial de la comunicación que realizan, estando basada en el estudio de su página web. La segunda parte consiste en el análisis de su presencia en los principales medios de comunicación de prensa escrita, según se refiere en la Metodología previa.

3.1.- Los think tanks y la comunicación

Para el análisis de los think tanks de contenido económico y, en especial de cómo llevan a cabo la función de la comunicación, se han tomado como referencia las páginas web de los mismos. La investigación se ha centrado en cinco grandes campos, como ha quedado expuesto en el apartado de Metodología: quiénes son, su financiación, áreas que abordan, medios o instrumentos que emplean y su comunicación.

Los resultados de esta primera parte del estudio se localizan a raíz del estudio del perfil indicado de cada uno de los think tanks, siguiendo la misma plantilla o esquema de análisis (*ver Anexos*). Se exponen, a continuación, siguiendo el orden alfabético reflejado en la Metodología.

3.1.1.- Círculo de Economía (Cercle d’Economía)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Si bien el núcleo básico de sus fundadores está formado por empresarios, el Círculo no ha sido nunca una organización empresarial, dado que desde sus inicios también integró a profesionales y economistas, del mundo de la empresa o de la Universidad, y a técnicos de la Administración.

La dinámica entre empresarios, economistas, profesionales y técnicos de la Administración, constituye una de las características principales de la entidad, ya que esto permite que se convierta en un lugar de diálogo y discusión entre diferentes grupos sociales, a la vez que se aleja de planteamientos sectoriales o de defensa de intereses concretos.

El hecho de ser una entidad pluralista en la que participan activamente personas de diferentes ideologías y ocupaciones, ha supuesto que, desde el primer momento, tenga un planteamiento de independencia de criterios. Ello ha hecho que una de sus principales actividades, las Opiniones del Círculo, tengan un eco importante en los medios de comunicación y sean escuchadas y tenidas en cuenta como punto de referencia en la toma de decisiones de las diferentes administraciones y agentes sociales. Cerca de 50 Opiniones de Actualidad se han publicado desde la fundación del Círculo.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí

El Círculo de Economía está formado por socios individuales y por entidades colaboradoras que constituyen los pilares básicos de la institución. Los socios nuevos son avalados por dos miembros de la institución y aceptados sin oposición por los miembros de la Junta. El censo supera los 1.385 socios a la fecha de realización de esta investigación. Las entidades colaboradoras participan activamente en las actividades del Círculo, especialmente en sus reuniones de trabajo. Se evidencia la existencia de más de 125 entidades.

- **Mixta** No

- Por qué surgen

En el año 1958 se fundó el Círculo de Economía en Barcelona. Nació con el objetivo de contribuir a modernizar la vida económica y social española, fomentando los deseos de liberalización y apertura, y de favorecer la integración de España en la nueva Comunidad Europea de naciones libres y desarrolladas que se creaba con motivo de la firma del Tratado de Roma.

El origen del Círculo proviene de un club de características típicamente universitarias -el Club Comodín- que desde el año 1951 agrupaba a jóvenes universitarios y empresarios barceloneses. La influencia intelectual que sobre un reducido grupo de estos jóvenes ejerció el profesor e historiador Jaume Vicens Vives fue determinante, ya que los puso en contacto con jóvenes intelectuales y economistas que, desde el mundo de la cultura, la universidad o la Administración, estaban empezando a renovar el pensamiento político y económico de la época.

Desde un principio, esta combinación de personas procedentes del mundo empresarial, de la cultura, de la universidad y de la administración, que compartían

ideales democráticos y de apertura económica, hicieron del Círculo de Economía un lugar de encuentro y un espacio de pluralidad.

La búsqueda de diálogo e impulso de iniciativas innovadoras permitió al Círculo ganar credibilidad y desarrollarse en los años 60. Desde la política de estabilización y liberalización económica de 1959, la entidad ha promovido o apoyado aquellas iniciativas, medidas y políticas que han contribuido a la modernización de la economía española y al progreso y bienestar de la sociedad. Muestra de ello es el apoyo a la política de estabilización y liberalización económica de 1959, cuyo contenido fue explicado por primera vez y con seis meses de antelación en el Círculo por el profesor Joan Sardá, entonces Jefe del Servicio de Estudios del Banco de España. La historia del Círculo de Economía está reflejada en el libro "Círculo de Economía 1958-1983. Una trayectoria de modernización y convivencia", editado para celebrar el 25 aniversario de la entidad.

Desde un principio, el Círculo de Economía manifestó su voluntad de acercamiento e integración a Europa como modelo de sociedad liberal, avanzada y democrática. Es por ello que, a lo largo de los años, este think tank ha apoyado y promovido iniciativas públicas y privadas que, recogiendo las opiniones, preocupaciones y criterios del mundo económico catalán, ha trasladado al conjunto de la sociedad española con la voluntad de apoyar esa vocación europea del Círculo.

Ya en el documento que se denominó "Criterios básicos" (1968), donde se definieron unos objetivos a medio y largo plazo que fijaron la posición del Círculo en materia económica, política, social y cultural, esta organización manifestaba que "España ha de asociarse a la Comunidad Económica Europea lo antes posible, salvaguardando sus intereses, como primer paso a fin de llegar a ser miembro de pleno derecho". Asimismo, el 14 de julio de 1972, el Círculo de Economía fue uno de los impulsores y firmantes del llamado "Documento de los 13", que solicitaba la integración de España en la Comunidad Europea. Ésta y otras iniciativas, como la publicación del libro "La opción europea para la economía española" (abril 1974) y el comunicado apoyando la permanencia de España en la OTAN (marzo 1986), reafirmaron la vocación europea e internacional de la institución.

En esta línea, el Círculo de Economía organizó un encuentro a finales de 1998 que presidido por el entonces Presidente del Gobierno, José María Aznar, analizó la peseta dentro del Euro y las exigencias para la economía española.

También en las Reuniones Costa Brava, hoy Reuniones Círculo de Economía, el Círculo ha mostrado de forma continuada su preocupación por la posición de España en el contexto económico internacional. Por ejemplo, la tercera edición de las Reuniones (1965) llevó el título "España delante Europa: exigencias de nuestro desarrollo". Desde entonces por la tribuna del think tank han pasado más de 500 personalidades nacionales e internacionales.

- **Cuándo nacen** 1958

- **Objetivos**

El Círculo de Economía nació con la voluntad de modernizar y dinamizar la sociedad española y en la actualidad sigue animado por estos mismos objetivos. Tiene como objetivo fundamental contribuir a la modernización del sistema económico, social y político del país, dentro del ámbito de una economía de mercado. Esta función social dinamizadora la desarrolla a través de tres tipos de actividad, que configuran el Círculo como un lugar de encuentro.

Más de 50 años de vida del Círculo dedicada a promover la expresión de opiniones, el debate y el diálogo social, han hecho de esta institución un foro de prestigio, según reconoce esta organización. Por él han pasado personalidades relevantes del mundo empresarial, político, económico y cultural. Como núcleo de libertad y confluencia, el Círculo ha sido también a lo largo de su historia una significativa vía de expresión y de confrontación de nuevas ideas. Esta es una característica fundamental de la entidad, porque desde sus inicios ha tenido el interés de ir vinculando a personas que pudiesen aportar puntos de vista diferentes e innovadores en el análisis y solución de problemas colectivos.

- **Equipo directivo** Junta Directiva

- **Número de miembros** de 7 a 20
- **Composición** Presidente, Vicepresidentes, Director General, vocales

El Círculo de Economía es regido por una Junta Directiva que realiza todos los actos que sean necesarios para lograr su buen funcionamiento y para hacer cumplir las finalidades asociativas. La Junta Directiva está formada por el Presidente y por los vocales, en número de 7 como mínimo y 20 como máximo, escogidos por la Asamblea General y por la Junta Directiva a propuesta del Presidente.

La Junta Directiva del Círculo de Economía es su principal órgano de gobierno y donde se definen los criterios de la entidad. Está nombrada por el Presidente y, posteriormente, refrendada por los socios. El Presidente del Círculo de Economía es elegido cada tres años, no siendo posible su reelección, como reflejo de la vocación renovadora del Círculo.

Junta Directiva (2013-2016)

Presidente Antón Costas

Vicepresidentes Artur Carulla, Presidente de Agrolimen

	Josep Oliu, Presidente de Banc Sabadell
<i>Director General</i>	Jordi Alberich
<i>Vocales</i>	Ginés Alarcón, Presidente y Socio de NAE
	Juan José Bruguera, Presidente de Inmobiliaria Colonial
	Rosa Cañadas, Presidenta de la Fundación Tanja
	Conxita Cervera, Directora General de Moldibérica
	Joan B. Culla, Profesor Titular de Historia Contemporánea de la UAB
	Cristina Gallach, Jefe de Relaciones Públicas del Consejo de la Unión Europea
	Jordi Gual, Director Ejecutivo y Economista Jefe de 'La Caixa'
	Francesc Homs Ferret, Presidente de la consultoría de empresas RJCE
	Marta Lacambra, Directora General de Fundació Catalunya-La Pedrera
	José Manuel Lara, Presidente del Grupo Planeta
	Juan-José López Burniol, Notario
	Amancio López Seijas, Presidente del Grupo Hotusa
	Jordi Mercader Barata, Consejero-Director General del Grupo Miquel y Costas
	Alfredo Pastor, Profesor del IESE
	Josep Piqué, Vicepresidente y Consejero Delegado de OHL
	Marc Puig, Presidente Ejecutivo de Puig
	Josep Ramoneda, Periodista y Filósofo
	Olegario Soldevila Ferrer, Responsable de Arcano Group en Cataluña
	Secretari Tècnic, Joan Ramon Borrell, Profesor Titular de Economía de la UB
	Gerente, Jordi Jiménez
	Secretaria General, Marta Angerri

Grupos de Trabajo 2013-2016 (dentro de la Junta Directiva)

- *La Reforma del sistema fiscal.* Presidente-Andreu Morillas / Miembros-Ramon Lanau, Xavier Torra, Antoni Zabalza.
- *Europa I El Mundo.* Presidente-Miquel Nadal / Miembros-Tom Burns, Carles Casajuana, Cristina Manzano, Àurea Moltó, José I. Torreblanca, Carlta Vitzthum.
- *Cómo construimos buenas instituciones.* Presidente-Joan Roca / Miembros-Gregori Cascante, Marcel Prunera, Andreu Puig.
- *Industria.* Presidente-Fernando Serrate / Miembros-Xavier Torra, Helena Guardans, Joan Molins Monteyes, Rafael Suñol, Raul Blanco, Ramon Asensio, Eloi Planes.

- Órganos de gobierno (organización interna)

- Redes propias

- **Número** 1

- **Cuáles son**

La nueva sede de 668 m² situada en el centro de Barcelona, delante del emblemático edificio de La Pedrera, es una sede más amplia, cómoda, funcional y segura, y a la vez continúa siendo un espacio cálido y próximo. Las nuevas instalaciones se constituyen como un símbolo de acercamiento a la sociedad, la modernidad, la mejora y la accesibilidad, según expresa el propio think tank.

El Círculo pretende que, como siempre, los socios sean los protagonistas de la vida de la entidad. Esta vez, contribuyendo al patrocinio de la nueva sede.

- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

La historia del Círculo de Economía se ha ido definiendo, desde su constitución en 1958, alrededor del grupo de personas que, en cada momento, comparten una similar sensibilidad e inquietudes ante aquellos aspectos de especial trascendencia para la economía y sociedad.

En este proceso de consolidación del Círculo de Economía, como institución que engloba y canaliza estas inquietudes, nace la Fundación Círculo de Economía. La Fundación se constituyó el 16 de julio de 1986, haciendo realidad una antigua aspiración del Círculo que empieza a manifestarse a finales de los años 60. La Fundación se constituyó con la voluntad de complementar las tareas del Círculo, en el sentido de profundizar en todas aquellas cuestiones culturales, sociales, económicas y políticas que sean de interés general.

Así, la Fundación y el Círculo se encuentran estrechamente vinculados, compartiendo inquietudes y complementándose en los mecanismos e instrumentos concretos de actuación y análisis.

La composición del propio Patronato, de los miembros del Consejo de Colaboradores de Honor y del Consejo de Colaboradores, así como las líneas de actuación que definen a la Fundación Círculo de Economía, confirman esta vinculación, que deriva en un provecho de las capacidades de ambas instituciones.

La Fundación Círculo de Economía se constituyó con la voluntad de complementar las tareas del Círculo, en el sentido de profundizar en todas aquellas cuestiones culturales, económicas y políticas de interés social. Desde el curso académico 1987-1988 la Fundación impulsa el Programa Educativo EUS (Empresa-Universidad-Sociedad), cuyo objetivo es cualificar a los futuros profesionales a través de prácticas de formación en empresas privadas e instituciones públicas, y desde 1996 viene impulsando una serie de actividades relacionadas con Latinoamérica (Programa de Latinoamérica).

2- FINANCIACIÓN

- Cuotas de socios

Cuenta principalmente, con la finalidad de desarrollar sus actividades, con más de 1.385 socios. Respecto a la inscripción como socio individual, se requiere el apoyo de dos socios del Círculo de Economía, y éste se concreta en el momento de la inscripción con las firmas de los dos socios que recomiendan al posible nuevo socio.

- Patrocinios

El think tank cuenta con doce patrocinadores de honor y 58 patrocinadores. También con 125 entidades colaboradoras, entre las más características de España, que contribuyen a financiar parte de su presupuesto. En cuanto a las entidades colaboradoras, han concretado unas cuotas diferentes en función del tamaño de cada empresa o institución.

Las entidades colaboradoras cuentan con la participación personal del representante que designe cada empresa o institución en la cena que por costumbre organiza el Círculo de Economía después de cada conferencia donde, con algunos miembros de la Junta Directiva y en un número no superior a 20 ó 25 personas, se continúa el intercambio de impresiones con el ponente. Asimismo, las entidades colaboradoras, a razón de su cuota, tienen derecho a que dos ó tres de sus ejecutivos reciban todas sus invitaciones, publicaciones y comunicaciones.

- Suscripciones --

- Otras formas de financiación --

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados Sí

Por vocación y por el talante de sus asociados, el Círculo de Economía dedica atención preferente al estudio de temas económicos y sociales desde una perspectiva suficientemente amplia y profunda como para involucrar e interesar a todos los agentes de la actividad económica y social. Así pues, con el fin de poder responder a estas inquietudes, el Círculo se constituye en un centro de opinión.

Esta actividad de formación de opinión no se dirige única ni fundamentalmente hacia los problemas que en cada momento atraen la atención de la opinión pública. Por el contrario, el Círculo trata de reflexionar yendo más allá en el tiempo, orientando el debate social sobre temas futuros. A través de esta actividad, el Círculo de Economía busca contribuir a formar estados de opinión que favorezcan, tanto la solución de los problemas presentes como la posibilidad de anticiparse ante los problemas futuros.

El Círculo, desde sus orígenes, se ha caracterizado por promover iniciativas de interés general, a la vez que ha puesto en marcha proyectos para fomentar el progreso político, económico y social. En este sentido, el Círculo ha mantenido una actitud activa ante la toma de decisiones de los diferentes agentes públicos, lo que ha hecho que, lejos de esperar las actuaciones de éstos, haya procurado hacerles llegar en todo momento la opinión y las iniciativas que esta organización ha promovido.

Así, ha quedado de manifiesto en casos tan significativos como la redacción e impulsión del "Documento de los 13" (sobre la incorporación de España en la C.E.E.), el estudio elaborado en el año 1973 sobre "Gestión o caos: el Área Metropolitana de Barcelona", o la impulsión de la Asociación "Barcelona Centro Financiero Europeo", o de la Asociación para el Mecenazgo Empresarial (Adme) y el Círculo de Cultura.

- De más de una temática, incluida la economía No

4- MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes --

- Publicaciones

* La reforma de la democràcia espanyola. Les dimensions polítiques de la crisi. (Anuari 2013). 21 de mayo 2014.

- * Les crisis d'Europa (Anuari 2012). 15 de mayo 2013.
- * Audiovisual Jaume Vicens Vives. 15 de noviembre 2010.
- * Un proyecto para Europa. Reflexiones y propuestas para la Presidencia española del Consejo de la UE. 17 de noviembre 2009.
- * El llarg camí a Europa. 50 anys del Cercle d'Economia. 16 de octubre 2008.
- * Cercle d'Economia 1958-1983: Una trajectòria de modernització i convivència. 1 de septiembre 1983.
- * La integració d'Espanya a les Comunitats Europees. 1 de diciembre 1981.
- * La opción europea para la economía española. 1 de mayo 1973.
- * Gestión o Caos. El área metropolitana de Barcelona. 1 de enero 1973.
- * Hacia una nueva política económica. 1 de noviembre 1970.
- * El capitán de industria español en los últimos cien años. 16 de octubre 1958.

- Memorias

--

- Actos

Círculo de Economía organiza también, anualmente, las Reuniones Círculo de Economía (antes Reuniones Costa Brava hasta su 17 edición), que han alcanzado un grado de reconocimiento en la sociedad dado el nivel de sus ponentes así como de las personas asistentes. Estas Reuniones son exclusivas para los socios y entidades colaboradoras. Constituyen la actividad más significada y reconocida del Círculo. Esto es así por varias razones.

Sus primeras ediciones se remontan a la década de los 60 (la primera se celebró en 1961) lo que constituía un hecho muy singular en la España del momento. Desde entonces se han celebrado 22 Reuniones, cuya visión de conjunto refleja el desarrollo económico y la modernización social de España en su proceso de integración en Europa. Tras el ingreso en la Comunidad Económica Europea, los debates han adquirido nuevos planteamientos al examinar cuestiones de ámbito global.

Sus ponentes y la participación activa de numerosos socios del Círculo constituyen un factor de atracción y estímulo. Destacados personajes de la historia en los últimos 50 años no han dejado de participar como ponentes y de comprometerse con el espíritu y talante de las Reuniones. Así también lo han hecho los socios del Círculo que en un número que se sitúa en unos 400 que participan activa y regularmente en las Reuniones. Todo ello, en un ambiente distendido que favorece el encuentro y el debate, y que, con un apoyo significado de los medios de



comunicación, hacen de las Reuniones un espacio de generación de ideas y de proyección de propuestas, según reconoce el think tank.

Reuniones de trabajo (con personalidades de prestigio de diferentes ámbitos. Desde 2007 a 2014. Se incluyen sólo fotografías).

Encuentros Economía y Sociedad (en febrero 2014, la sexta edición, da información de encuentros anteriores).

Conferencias (Desde 2001. Se incluye tarjetón correspondiente).

- **Concesión de premios** No

- **Otros (observatorios, encuestas, etc.)** --

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Dispone de sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales.

Da los datos de contacto con un mapa de Google para facilitar localización.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías y vídeos.

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

- **Si está actualizada**

No dispone como tal. Lo que más se asemeja es el apartado “Multimedia”, integrado por dos secciones: Foto galería y vídeos.

Fotogalería: No incluye buscador, ni índice. No sigue ningún criterio temático ni cronológico.

Vídeos: No incluye buscador, pero sí refleja todos los accesos a los vídeos. Orden cronológico, desde julio de 2012 hasta febrero de 2014

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En catalán, con opción a traducción al español y al inglés.

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

No, de forma estructural.

Sí incluye alguna información coyuntural de alguna actividad de otra organización con vinculación (caso del Barómetro del Círculo de Empresarios).

- **Inclusión de blogs**

Sí. Tienen un apartado propio, además de un acceso en la home. Sin buscador. Incluidos cronológicamente desde octubre 2014 a mayo 2012.

- **Inclusión de buscador**

Sí

- **Inclusión de agenda**

Sí. Tiene un apartado propio, además de un acceso en la home. Sin buscador. Sólo el mes en curso. Marca los días en los que hay actividades, de las que da información.

- **Acceso a redes sociales**

Sí. Accesos directos visibles (parte superior central) a Twitter y YouTube (dispone de un canal propio del mismo nombre).

- **Número de seguidores**

YouTube incluye las visualizaciones de cada vídeo. De las que se ven en el primer pantallazo: 37, 52, 27, 19, 48, 35, 82, 28, 69, 2111, 69, 51, 31, 104, 71, 138, 194, 107, 94, 97, 129, 91, 45. (*análisis a 30-10-2014*)

Twitter. 2827 seguidores, 1.357 *tweets* (*análisis a 30-10-2014*).

- **Frecuencia de la actualización**

YouTube. En el primer pantallazo hay vídeos desde julio 2014 a enero 2014. Lo incluyen un mes después de celebrarse el acontecimiento.

Twitter. Diaria.

-Temática de los contenidos

YouTube. Económica, social y política. Son vídeos de los personajes invitados a actos organizados por la institución.

Twitter. Económica, política, social.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

YouTube. No se advierte.

Twitter. No se advierte.

3.1.2.- Círculo de Empresarios

1- QUIÉNES SON

- Descripción

El Círculo de Empresarios nació en 1977 con unos objetivos que hoy siguen siendo tan actuales como entonces, según constata la entidad: la promoción de la libre empresa, de la iniciativa privada, de la economía de mercado y del espíritu emprendedor, y la búsqueda del reconocimiento por parte de la opinión pública del papel esencial del empresario en la creación de riqueza, empleo y bienestar social.

El Círculo es una asociación no lucrativa de ámbito nacional, integrada por personas físicas, propietarios y altos directivos de las principales empresas que operan en España, todos los cuales comparten un mismo interés e inquietud por el entorno socioeconómico. El Círculo desarrolla sus actividades con independencia de los poderes establecidos ya que se financia exclusivamente con las cuotas de sus socios.

El think tank actúa con una perspectiva de largo plazo, emitiendo y difundiendo ideas y reflexiones, desarrollando estudios y opiniones sobre asuntos de interés general, desde una perspectiva empresarial, y constituyéndose en centro de encuentro y de debate. Además, mediante sus programas de cooperación con la sociedad, promueve el diálogo con las distintas instituciones políticas y sociales, con la finalidad de un mejor entendimiento mutuo de sus respectivos papeles en la sociedad.

Aunque los socios del Círculo son todos ellos altos ejecutivos y propietarios de destacadas empresas, la organización asegura no defender intereses concretos ni de

sectores, ni de empresas, ni de personas. Sus aportaciones están inspiradas por la búsqueda del desarrollo y el bienestar de la sociedad española en su conjunto.

Los documentos a través de los cuales expresan sus opiniones, los elaboran los propios empresarios. Agrupados en sus distintos comités, los socios del Círculo reflexionan sobre la realidad económica y social y formulan propuestas de futuro sobre la base de un consenso. Y cuando la especialización de los temas que abordan lo requiere, se apoyan en el criterio de renombrados expertos.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí

El Círculo es una asociación no lucrativa de ámbito nacional, integrada por personas físicas, propietarios y altos directivos de las principales empresas que operan en España. El Círculo desarrolla sus actividades con independencia de cualquier tipo de poderes ya que se financia exclusivamente con las cuotas de sus socios.

- **Mixta** No

- Por qué surgen

El Círculo de Empresarios se constituyó con la finalidad de potenciar la empresa, el emprendimiento, la economía de mercado y la función del empresario en la creación de empleo y bienestar social.

- Cuándo nacen 1977

- Objetivos

Los objetivos con los que nació esta organización son: la promoción de la libre empresa, de la iniciativa privada, de la economía de mercado y del espíritu emprendedor, y la búsqueda del reconocimiento por parte de la opinión pública del papel esencial del empresario en la creación de riqueza, empleo y bienestar social.

El Círculo de Empresarios desarrolla sus actividades en una triple vertiente: como centro de pensamiento que promueve ideas, como centro de encuentro que impulsa debates y, al mismo tiempo, colabora con la sociedad a través de sus diferentes programas.

- Equipo directivo Junta Directiva

- **Número de miembros** 29 (no aparece intervalo)
- **Composición** Presidente, Presidentes de honor, Vicepresidentes, Tesorero, Vocales y Secretario general

Junta Directiva (2014)

Presidente Mónica de Oriol Icaza (Empresa en la que desarrolla su actividad: Seguriber-Umano, S.A. Presidente)

Presidentes de Honor Manuel Azpilicueta Ferrer
Claudio Boada (Empresa en la que desarrolla su actividad: Abantia Ticsa. Presidente)
Carlos Espinosa de los Monteros
Santiago Foncillas Casaus
José María López de Letona y Núñez del Pino
José Joaquín de Ysasi-Ysasmendi

Vicepresidentes María Benjumea Cabeza de Vaca (Empresa en la que desarrolla su actividad: Infoempleo, S.L. Presidente)
Antonio González-Adalid García Zozaya (Empresa en la que desarrolla su actividad: Cartera Industrial Rea. Vicepresidente y Consejero Delegado)
José María López de Letona y Olarra (Empresa en la que desarrolla su actividad: Invexcel. Presidente)
Ingemar Naeve (Empresa en la que desarrolla su actividad: Ericsson España, S.A. Presidente)

Tesorero Fernando Ruiz Ruiz (Empresa en la que desarrolla su actividad: Deloitte, S.L. Presidente)

Vocales Carlos Abad Rico (Empresa en la que desarrolla su actividad: Arthur D. Little. Managing Director)
José María Alonso Puig (Empresa en la que desarrolla su actividad: Baker & McKenzie. Director Dpto. Litigación y Arbitraje)
Joaquín Ayuso García (Empresa en la que desarrolla su actividad: Grupo Ferrovial, S.A. Consejero y Vicepresidente del Consejo)
Antonio Basagoiti García-Tuñón (Empresa en la que desarrolla su actividad: Santander Totta. Presidente del Consejo de Administración)

Miguel Iraburu Elizondo (Empresa en la que desarrolla su actividad: Zemsania, S.L. Consejero)

Pablo Juantegui Azpilicueta (Empresa en la que desarrolla su actividad: Telepizza, S.A. Consejero Delegado)

José María Loizaga Viguri (Empresa en la que desarrolla su actividad: Cartera Industrial Rea, S.A. Presidente)

Carmen Mur Gómez

Emilio Novela Berlín (Empresa en la que desarrolla su actividad: Detector. Consejero)

Tomás Pascual Gómez-Cuétara (Empresa en la que desarrolla su actividad: Calidad Pascual, S.A.U. Presidente)

Manuel Pérez-Sala Gozalo (Empresa en la que desarrolla su actividad: Alalza Sistemas de Información, S.L. Administrador Solidario)

Josep Piqué i Camps (Empresa en la que desarrolla su actividad: Obrascon Huarte Lain, S.A. Vicepresidente)

José Fernando Sánchez-Junco Mans (Empresa en la que desarrolla su actividad: Maxamcorp, S.A.U. Presidente y Director General)

Javier Targhetta Roza (Empresa en la que desarrolla su actividad: Atlantic Copper, S.L.U. Consejero Delegado)

Nuria Vilanova Giralt (Empresa en la que desarrolla su actividad: Inforpress. Presidenta)

Juan Antonio Zufiria Zatarain (Empresa en la que desarrolla su actividad: IBM Global Technology Services. Director General para Europa)

Secretario General

Jesús Sainz Muñoz

- Órganos de gobierno (organización interna)

Junta Directiva + Consejo Asesor de la Presidencia + Comité Ejecutivo + 10 Comités del Círculo (organizados por programas o temáticas) + Staff de gestión

- Redes propias

• **Número** 1

• **Cuáles son** **Círculo de Empresarios**

Calle Marqués de Villamagna, 3 - 10º Planta
28001 Madrid

- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Las entidades abajo mencionadas, que agrupan a un considerable número de empresarios, directivos, académicos y, en general, a personas y entidades vinculadas directamente con la actividad económica y social de las empresas, celebran periódicamente reuniones de debate sobre la situación económica e institucional de España, con el ánimo de contribuir a su desarrollo y progreso.

Con este objetivo, además de intercambiar opiniones, criterios y, en su caso, formular propuestas, cada una de estas reuniones se centra alrededor de una cuestión de especial relevancia, sobre la cual se emite una Opinión compartida por las ocho entidades. Éstas son: Círculo de Empresarios, Círculo de Economía, Círculo de Empresarios de Galicia/Club Financiero Vigo, Círculo de Empresarios Vascos, Observatorio Económico de Andalucía, Asociación Valenciana de Empresarios, Institución Futuro, Cercle d'Economía de Mallorca.

Con esta iniciativa, el Círculo de Empresarios pretende además, consolidar y evidenciar la cada vez más necesaria vertebración entre las instituciones de la sociedad civil, según manifiesta. Una vertebración que intenta contribuir a la riqueza de la vida institucional española, en ocasiones demasiado dependiente de un poder político con tendencia a ocupar parcelas que –precisa– no siempre le son propias.

Red Internacional de Organizaciones Empresariales Privadas

El Círculo de Empresarios forma parte de una red internacional de organizaciones empresariales privadas, consideradas entre sí como “contrapartes” por compartir una serie de objetivos o características. Fundamentalmente, el interés común en el estudio de los problemas económicos y sociales de actualidad y trascendencia para la sociedad, sobre la base de la creencia en la libre empresa y la eficacia de la economía de mercado, así como del libre comercio.

Estas organizaciones se proponen abordar su trabajo tanto desde el punto de vista de la experiencia como del estudio o la investigación, utilizando para ello a los especialistas o expertos que puedan ser necesarios en un momento dado, así como a sus propios socios o los miembros de su respectivo *staff* o equipo. Su meta consiste en proponer reflexiones y soluciones a los problemas planteados, que puedan ser útiles y constructivos a la sociedad en su conjunto, no a sectores o grupos de ningún signo ideológico o político en concreto.

Las organizaciones integrantes de esta red, cuyos nombres y enlaces se relacionan, se reúnen anualmente en una conferencia internacional que es organizada de forma rotatoria, en alguna ciudad del país al que pertenece la institución anfitriona. Estas conferencias se convocan bajo un título o lema que permite a todos los participantes poner en común reflexiones y experiencias al respecto.

Son las siguientes: Círculo de Empresarios, Committee for Economic Development, Forum de Administradores de Empresas, Finnish Business and Policy Forum EVA, Keizai Doyukai, Institute de l'Enterprise, Committee for economic development of Australia, Stichting Maatschappij en Onderneming, China Institute for Reform and Development, Consejo Empresarial de América Latina, National Business Initiative, CESifo Group Munich.

2 -FINANCIACIÓN

- Cuotas de socios

El Círculo es una asociación no lucrativa de ámbito nacional, integrada por personas físicas, propietarios y altos directivos de las principales empresas que operan en España, todos los cuales comparten un mismo interés e inquietud por el entorno socioeconómico. El think tank desarrolla sus actividades con independencia al financiarse exclusivamente con las cuotas de sus socios (no indica el número). Los socios del Círculo son todos ellos altos ejecutivos y propietarios de destacadas empresas.

- Patrocinios

Habla de empresas vinculadas, sin dar más detalle, por lo que se deja entrever que existe algún tipo de colaboración. Aparecen 112 empresas de este tipo.

- Suscripciones --

- Otras formas de financiación --

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

Las categorías principales son: administraciones públicas, competitividad, crecimiento, educación, empleo, emprendedores y valor social del empresario, emprendimiento, empresa, energía, financiación, fiscalidad, industria e internacionalización, marco laboral, marco legal, otros, pensiones, política económica general, Presupuestos Generales del Estado, Pymes (pequeñas y medianas empresas) o sanidad.

4 - MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

- * Documentos Círculo. Son dos ó tres documentos por año. Desde 2014 a 1979
- * Tomas de posición. Aparecen dos. Corresponden a 2013.

- Publicaciones

- * Libro Marrón. Uno por año. Desde 2012 a 1984.
- * Colección Premios Círculo. Sin periodicidad definida. Desde 2009 a 1994.
- * Monografías. Sin periodicidad definida. Desde 2009 a 1995.
- * Anuarios Internacionalización. Desde 2012 a 2007.
- * Otras publicaciones. Varias al año. Desde 2014 a 1979.

- Memorias

Son de la actividad del Círculo de Empresarios (anuales) y, asimismo, de los Programas del Círculo (fundamentalmente, año académico). Las memorias del Círculo abarcan los períodos 2013-1980 y las memorias de los Programas del Círculo, desde 2010/2011 a 2004.

- Actos

- * Reuniones de debate (denominadas “Encuentros Economía y Sociedad”) con otras organizaciones vinculadas con la actividad económica y social de las empresas.

- Concesión de premios Sí

Con la publicación propia correspondiente del trabajo o investigación premiada.

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

*** Programas**

El Círculo señala que su compromiso con la sociedad española va más allá de su contribución mediante la aportación de ideas y sugerencias para el mejor desarrollo económico y social. A través de una serie de programas de colaboración con la sociedad, el think tank estrecha lazos con diferentes colectivos y estamentos, a los que pretende facilitar una mejor comprensión de la realidad empresarial favoreciendo la interrelación entre la sociedad y el mundo de la empresa.

Los programas y actividades desarrollados por el Círculo en esta dirección son los siguientes: Programa Empresas Parlamentarios, Programa Directivos Parlamento, Programas de Cooperación Educativa, Programa Ejecutivo de Gestión para Parlamentarios, Programa Empresas Magistrados Jueces, Programa Empresa Carrera Diplomática, Programa Empresas Defensa, Programa Empresas-Funcionarios del Ministerio de Economía y Competitividad, Seniors Españoles para la Cooperación Técnica.

*** Encuestas**

Incluyen, sólo en la home, la publicación correspondiente a una encuesta realizada sobre la imagen del empresario.

5 - SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Dispone de sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, bajo el apartado de Contacto.

Da los datos de contacto con un mapa de google para facilitar localización.

Incluye en la home y en las páginas interiores un apartado de Boletín de novedades, en el que da la opción de incluir un correo electrónico para recibir avisos.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías y vídeos.

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

Dispone de apartado propio, bajo la denominación de Sala de Prensa. Está estructurada en las siguientes secciones:

- El Círculo en los medios. Incluye: entrevistas, prensa, televisión, radio y Canal Círculo-Vídeos
- Noticias
- Artículos
- Indicadores
- Galerías de imágenes.
- Declaraciones institucionales.

- **Si está actualizada**

- El Círculo en los medios.
 - Incluye entrevistas desde octubre de 2014 a julio de 2004
 - Prensa desde octubre de 2014 a enero de 2006
 - Televisión desde octubre de 2014 a febrero de 2006
 - Radio desde octubre de 2014 a diciembre de 2006
 - Canal Círculo-Vídeos desde octubre de 2014 a abril de 2007
- Noticias. Desde octubre de 2014 a diciembre de 1999
- Artículos. Desde febrero de 2014 a julio de 2005
- Indicadores. Desde junio de 2014 a 2009 (no aparece una identificación cronológica, con lo que las fechas son estimativas, en función del contenido del gráfico)
- Galerías de imágenes. No aparece una identificación cronológica.
- Declaraciones institucionales. Desde julio de 2011 a octubre de 2005.

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Sí. Incluye 23 enlaces. También clasificados por los siguientes epígrafes: Encuentros Economía y Sociedad, Programas de Cooperación Educativa, Red Internacional de Organizaciones Empresariales Privadas, SECOT.

- **Inclusión de blogs**

Sí. Tienen un apartado propio, además de un acceso en la home. Sin buscador. Incluidos cronológicamente desde octubre 2014 a julio 2012.

- **Inclusión de buscador**

Sí. Y un buscador parcial en el caso de Publicaciones.

- **Inclusión de agenda**

Sí. Tiene un apartado propio con acceso desde la home. Sin buscador. Viene estructurada por las convocatorias del Círculo y por Otras convocatorias. No incluye calendario ni más detalle ante la ausencia de actos.

- **Acceso a redes sociales**

Sí. Accesos directos visibles (parte lateral central) a Twitter, YouTube, Slideshare, Scribd, Flickr, RSS.

-Número de seguidores

Twitter. 2.589 seguidores, 2.129 *tweets* (*análisis a 18-11-2014*).

YouTube incluye las visualizaciones de cada vídeo. De las que se ven en el primer pantallazo 15, 6 y 14 como vídeos subidos, y 1.363, 1.039, 872 como vídeos populares, lo que resulta una media de 11,66 y 1.091,33, respectivamente (*análisis a 18-11-14*).

Slideshare. 98 *slideshares*, 204 seguidores (*followers*) (*análisis a 18-11-2014*).

Scribd. 0 seguidores (*followers*), 79 *published*, 826 *views*, 8 *likes* (*análisis a 18-11-2014*).

Flickr. 4.089 visitas (suma de las visitas a todas las fotografías que incluyen) (*análisis a 20-11-2014*).

RSS. No se advierten.

- Frecuencia de la actualización

Twitter. Diaria.

YouTube. En el primer pantallazo hay vídeos desde octubre 2014 a mayo 2012.

Slideshare. En el primer pantallazo, los documentos están actualizados con la misma fecha de este análisis. (En el interior, se observa mayor desfase cronológico).

Scribd. En el primer pantallazo, los informes van desde noviembre 2014 a febrero 2014.

Flickr. La fotografía más reciente es de hace un año, en relación a la fecha de este análisis. Así, van desde noviembre 2013 a abril 2012.

RSS. No se advierte.

-Temática de los contenidos

Twitter. Económica (informes, noticias).

YouTube. Económica. Son vídeos de mensajes institucionales y entrevistas de los miembros de los órganos directivos de Círculo de Empresarios y de personajes invitados a actos organizados por la institución.

Slideshare. Económica (informes, noticias, conferencias).

Scribd. Económica (informes propios).

Flickr. Económica (fotografías de actos propios y ajenos con directivos de la institución).

RSS. No se advierte.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

Twitter. No se advierte.

YouTube. No se advierte.

Slideshare. No se advierte.

Scribd. No se advierte.

Flickr. No se advierte.

RSS. No se advierte

3.1.3.- Civismo

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Civismo se define como un cauce de participación e influencia en el debate público, desde una tribuna ajena a partidos políticos, sindicatos, patronales y lobbies de poder. Pretende facilitar que los ciudadanos forjen su propio criterio, colaboren para dinamizar la sociedad y ayudar a que gobiernos y parlamentos tengan en cuenta sus sugerencias.

El think tank cuenta con analistas internos, expertos en áreas de fiscalidad, gasto público y políticas públicas con una junta de gobierno, un consejo asesor y una red de expertos que colaboran en diferentes proyectos.

Civismo trabaja para evaluar los efectos de las políticas económicas y sociales, comunicarlos y proponer alternativas en el debate público, con la finalidad de que los ciudadanos puedan tomar sus decisiones teniendo en cuenta puntos de vista alternativos con la intención de que los políticos escuchen sus demandas.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí (no da información específica, pero se deduce por sus objetivos y al no indicar que es de carácter público)
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Para proponer alternativas en el debate público que faciliten la toma de decisiones de los ciudadanos y una posible relación con los políticos.

- **Cuándo nacen** No aparece reflejado el año.

- Objetivos

Civismo expresa su deseo de una sociedad civil activa y unos ciudadanos que no se vean limitados por las trabas del Gobierno, sino impulsados por una regulación sencilla, justa y eficiente. Considera que un exceso de regulación reduce la iniciativa, disuade que se libere el potencial ciudadano y constituye un freno para la prosperidad económica. Señala que sólo evitando ese férreo control se puede crear empleo y generar riqueza tanto a nivel individual como colectivo.

Civismo afirma trabajar para evaluar los efectos de las políticas económicas y sociales, comunicarlos y proponer alternativas en el debate público. Así entre sus finalidades, figura que los ciudadanos puedan tomar sus decisiones teniendo en cuenta puntos de vista alternativos con el deseo de que los políticos escuchen sus demandas.

- **Equipo directivo** Junta de Gobierno

- **Número de miembros** 5
- **Composición** Presidente, Vicepresidente, Vocal y Secretario

Junta de Gobierno (2014)

Presidente Julio Pomés

Vicepresidente Carlos Espinosa de los Monteros (*en excedencia por cargo público*)

Vicepresidente Francisco Cabrillo

Vocal Juan Félix Huarte

Secretario Pedro Scwartz

- **Órganos de gobierno (organización interna)**

El think tank cuenta con analistas internos, expertos en áreas de fiscalidad, gasto público y políticas públicas con una junta de gobierno, un consejo asesor y una red de expertos que colaboran en diferentes proyectos.

- **Redes propias**

- **Número** 1
- **Cuáles son:** **Civismo**
Paseo de la Castellana 114, esc.1, 5º 1
28046 Madrid
Teléfono: +34 91 402 30 95
info@civismo.org

- **No las hay** --

- **Empresas vinculadas**

Civismo está vinculado a otras instituciones con las que comparte valores y principios sobre políticas públicas. A raíz de estas colaboraciones, esta organización logra una mayor difusión de las ideas y proyectos del pensamiento liberal, especialmente, en el exterior.

El think tank Civismo es miembro de la red internacional de Atlas Economic Research Foundation, de las redes europeas de think tanks: The Stockholm Network y EPI, representante en España de New Direction y participante activo del European Resource Bank.

2 - FINANCIACIÓN

- **Cuotas de socios**

Civismo se financia exclusivamente a través de donaciones privadas. Lo que recibe se destina a mantener su web, editar la revista Expectativas, actualizar la Calculadora de Impuestos, etc.

Dedica un subapartado de su web a esta cuestión (“Hazte socio”), promoviendo la participación en este sentido. Incluye hasta seis modalidades de socio, sobre las que da detalle. Incluye formularios para la inscripción como socio.

- **Patrocinios** --

- **Suscripciones** --

- **Otras formas de financiación** --

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

Civismo señala trabajar para evaluar los efectos de las políticas económicas y sociales, comunicarlos y proponer alternativas en el debate público. Las áreas abordadas principalmente son la economía, temática social y política.

4 - MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

Son de temática variada. No tienen periodicidad fija. Su publicación en la web es actualizada. Desde octubre de 2014 hacia atrás en el tiempo (no permite ver la fecha de los primeros informes publicados en la web).

- Publicaciones

- * Revista Expectativas. La periodicidad suele ser trimestral. Incluye diecisiete números. Desde 2014 hacia atrás en el tiempo (no permite ver la fecha de los primeros números de la revista publicados en la web).
- * Rankings. Suelen ser varios rankings de tipo económico publicados al mes en prensa el mismo mes. Desde noviembre de 2014 a marzo de 2013.
- * Artículos de opinión. De sus colaboradores. Publicados en prensa. Pueden ser varios al mes. Desde noviembre de 2014 a julio de 2009.

- Memorias

Se trata de la memoria de actividades, en la que expone todas las actividades que ha desarrollado a lo largo del año, incluyendo informes, nuevas aplicaciones web e información práctica sobre el think tank. Está publicada con fecha de 1 de diciembre de 2012 la correspondiente a 2010-2011.

- Actos

Organiza una serie de conferencias, donde personalidades del mundo económico y social hablan sobre los acontecimientos de actualidad más relevantes. Además de estas actividades, organiza actos públicos y ruedas de prensa para dar a conocer los distintos informes publicados. Están publicados actos desde octubre de 2014 hasta octubre de 2010.

- **Concesión de premios** No

- **Otros (observatorios, encuestas, etc.)**

* Calculadora de Impuestos

Incluye un simulador para calcular cómo afecta en cada caso las últimas subidas de impuestos, así como otros tributos sobre el trabajo como las cotizaciones a la Seguridad Social.

* Centro de recursos

La web incluye una base de datos que llama Centro de Recursos para la Libertad, que engloba los últimos informes, estudios y artículos de los think tanks más prestigiosos así como de otras organizaciones como el PWC, la OCDE, la Comisión Europea o el Banco Mundial, ranking internacionales y regionales. Las publicaciones son elegidas primando el interés sobre la economía española. Desde junio de 2014 a julio de 2012.

5- SU COMUNICACIÓN

- **Periodicidad de los medios que emplean**

Está actualizada.

- **Función de la página web**

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Dispone de sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, bajo el apartado de Contacto.

Da los datos de contacto con un mapa de Google para facilitar localización. Incluye en la home y en las páginas interiores en la parte inferior un apartado de Contacto.

Asimismo, incluye en todas las páginas, en el lateral derecho, un apartado llamado Boletín, en el que se da la opción de incluir un correo electrónico para recibir las novedades de Civismo a través de un boletín quincenal que elabora la entidad.

En la mayor parte de las páginas, incluida la home, aparece el aviso de “Hazte socio”, que remite a la información e inscripción correspondiente.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías, audios y vídeos.

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

- Dispone de apartado propio, bajo la denominación de Sala de Prensa. Está estructurada en las siguientes secciones:

- Presencia en los medios
 - Notas de prensa
 - Contacto prensa
 - Multimedia
 - Boletín

- **Si está actualizada**

- Presencia en los medios. Incluye informaciones y entrevistas en diferentes medios desde noviembre de 2014 a octubre de 2010.
 - Notas de prensa. Desde noviembre de 2014 a octubre de 2010.
 - Multimedia. Audios y videos. Desde noviembre de 2014 a mayo de 2013.
 - Boletín. Muestra los boletines quincenales que se envían a los suscriptores. Desde noviembre de 2014 a enero de 2013.

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español solamente.

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Sí. Incluye cinco enlaces dentro del apartado El Think tank/ Redes, a instituciones con las que comparte valores y principios, de las que es miembro o participante activo.

- **Inclusión de blogs**

No

- **Inclusión de buscador**

Sí

- **Inclusión de agenda**

No como tal. Sí se incluye un calendario en todas las páginas, que marca los días en los que hay previsto un acto. Remite al apartado de Actividades para la información completa del acto.

- **Acceso a redes sociales**

Sí. Accesos directos visibles (parte superior derecha) a Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, RSS.

- **Número de seguidores**

- Facebook. 28 personas que están hablando de esto, 753 ‘me gusta’ (*análisis a 30-11-14*).

- Twitter. 1.540 seguidores, 3.703 *tweets* (*análisis a 30-11-14*).

- YouTube. Visualizaciones de cada vídeo en el primer pantallazo: 55, 298 y 146. Visibles a un clic: 55, 298, 146, 1.609, 86, 61, 57, 338, 44, 105, 55, 507, 471, 76, 10.879, 157, 897, 147, 110, 37, 32, 31, 63, 35, 147, 56, 269, 40, 17 y 15 (*análisis a 30-11-14*).

- Flickr. Visitas en el primer pantallazo: 21, 33, 34, 19 y 24 (*análisis a 20-11-14*).

- RSS. No se advierten.

- **Frecuencia de la actualización**

- Facebook. Diaria.

- Twitter. Diaria.

- YouTube. Hay vídeos desde noviembre 2014 a mayo 2012.

- Flickr. Reciente. Desde el mismo mes de la fecha del análisis a otros meses anteriores. Van desde noviembre de 2014 a mayo de 2011.

- RSS. No se advierte.

- **Temática de los contenidos**

- Facebook. Económica (informes y actos propios).

- Twitter. Económica (informes, noticias, actos propios).

YouTube. Económica y social. Son vídeos de actos y entrevistas de los miembros de Civismo y de personajes invitados a actos organizados por la institución.

Flickr. Económica y social (fotografías de actos propios y ajenos con directivos de la institución)

RSS. No se advierte.

-Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

Facebook. No se advierte.

Twitter. Retuitean algunos mensajes o *tweets*.

YouTube. No se advierte.

Flickr. No se advierte.

RSS. No se advierte

3.1.4.- Fundación Alternativas

1- QUIÉNES SON

- Descripción

La Fundación Alternativas nació en 1997 con la voluntad de ser un cauce de incidencia y de reflexión política, social, económica y cultural en España y Europa, en el marco de una mundialización creciente, según afirma la entidad. Se define como un lugar de encuentro, de discusión y elaboración de ideas y propuestas en el que participan actores dinámicos de la sociedad. Aparece como subtítulo de Fundación Alternativas: “Centro de pensamiento, ideas, propuestas progresistas, para el cambio político, económico, social y cultural de la sociedad”.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Nació con la intención de ser un núcleo de reflexión política, social, económica y cultural en España y Europa, en un contexto de una globalización creciente.

- Cuándo nacen 1997

- Objetivos

El objetivo central de los impulsores de este proyecto es el análisis y definición de nuevas ideas, dirigiéndose al encuentro de los ciudadanos y del conjunto de la sociedad. Además, tienen el objetivo de hacer propuestas a los partidos políticos y otros actores económicos y sociales con la intención de que éstos las incorporen a la toma de decisiones.

- Equipo directivo Patronato

- **Número de miembros** 38

- **Composición** Presidente, Vicepresidente, Secretario y Patronos

Patronato (2014)

Presidente Pere Portabella Ràfols (Director de cine)

Vicepresidente ejecutivo Nicolás Sartorius Álvarez de las Asturias
(Abogado y periodista)

Secretario Manuel de la Rocha Rubí (Abogado)

Patronos María Ángeles Ahumada Ruiz (Profesora titular de Derecho Constitucional)
Joaquín Arango Vila-Belda (Catedrático de Universidad)
Belén Barreiro Pérez-Pardo (Directora del Laboratorio. Investigadora en Ciencia Política)
Josep Borrell Fontelles (Ingeniero aeronáutico y Doctor en Ciencias Económicas)
Mercedes Cabrera Calvo Sotelo (Catedrática de Universidad)
Victoria Camps Cervera (Catedrática de Universidad)
Manuela Carmena Castrillo (Magistrada)
Santiago Dexeus Trías de Bes (Médico)
Elías Díaz García (Catedrático de Universidad)

Juan Manuel Eguiagaray Ucelay (Presidente del Consejo Asesor del Laboratorio. Economista)
Ignacio Escolar García (Periodista)
Joaquín Estefanía Moreira (Periodista)
José Fernández-Albertos (Doctor en Ciencias Políticas. Investigador en Políticas y Bienes Públicos)
Mercedes García Arán (Catedrática de Universidad)
José Luis Gómez Navarro (Profesor de Universidad)
Felipe González Márquez (Ex Presidente de Gobierno)
Manuel Gutiérrez Aragón (Director de cine)
Carlos Hernández Pezzi (Arquitecto)
Diego López Garrido (Catedrático de Universidad)
Francisco Luzón López (Economista)
José María Maravall Herrero (Catedrático de Universidad)
Constantino Méndez Martínez (Abogado)
Miguel Muñiz de las Cuevas (Economista)
Alfredo Pérez Rubalcaba (Secretario General del PSOE)
Rosa Regás Pagés (Escritora)
Teresa Ribera Rodríguez (Consultora ambiental)
José María Ridaó Domínguez (Escritor y diplomático)
José Luis Rodríguez Zapatero (Profesor de Derecho Constitucional. Miembro del Consejo de Estado)
Jesús Ruiz-Huerta Carbonell (Catedrático de Universidad)
Marciano Sánchez Bayle (Médico)
Julio Segura Sánchez (Catedrático de Universidad)
Javier Solana de Madariaga (Catedrático de Universidad)
Xavier Vidal-Folch de Balanzo (Periodista)
Raúl Villar Lázaro (Catedrático de Universidad)

Comité Delegado del Patronato (2014)

Pere Portabella Ráfols
Nicolás Sartorius Álvarez de las Asturias
José María Maravall Herrero
José Luis Gómez Navarro
José Manuel Gutiérrez Sánchez
Joaquín Estefanía Moreira
Manuel De la Rocha Rubí
Belén Barreiro Pérez-Pardo

Mercedes Cabrera Calvo-Sotelo
Juan Manuel Eguiegaray Ucelay
Diego López Garrido

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato + Comité Delegado del Patronato + Equipo de la Fundación

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Fundación Alternativas**
C/ Zurbano 29, 3º izda. - 28010 Madrid
Tel. +34 91 319 98 60
Fax. +34 91 319 22 98
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Se ofrecen enlaces a Ministerios (17), medios de comunicación (3), embajadas (45), universidades (49), think tanks (22), partidos (4), organismos públicos (2), ONGs (3), Gobierno (1), fundaciones (12), blogs (2).

Aparecen como últimos enlaces: Casa África, Centro Internacional de Toledo para la Paz, Think tank Directory Europe (TTDeurope), Radio Exterior de España, Fundación Encuentro, Debate Callejero, África- Fundación Sur (CIDAF), Universidad de Granada, Universidad Rey Juan Carlos (Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales), Universidad San Pablo CEU, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Pública de Navarra, Universidad Pontificia de Comillas, Real Academia de Ingeniería, Universidad Pompeu Fabra.

2 - FINANCIACIÓN

- Cuotas de socios

Incluye un apartado en el que facilita la inscripción de socios, con formulario de suscripción e información detallada, de los aspectos a los que tiene derecho, incluidas las deducciones.

- Patrocinios

Ofrece la posibilidad a través de la web de inscripción al público como patrocinador especial, a través del apoyo de algún área o proyecto concreto de la Fundación con una contribución mínima. Muestran habilitado el sistema *PayPal* para contribuciones especiales, bajo una contribución mínima de 12 euros y una contribución máxima de 120 euros.

- **Suscripciones** --

- **Otras formas de financiación** --

3- **ÁREAS QUE ABORDAN** (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** No

- **De más de una temática, incluida la economía** Sí

Sus áreas de trabajo abarcan todas las políticas públicas, tanto desde un enfoque nacional como europeo y global.

Estas áreas encuentran su desarrollo en los diferentes departamentos de la Fundación Alternativas que pueden ser consultadas en la web. Así, el Laboratorio Alternativas aparece como el lugar desde donde se pretende impulsar la elaboración de propuestas rigurosas a cuestiones que preocupan a los ciudadanos. Es el Servicio de Estudios de la Fundación. El Observatorio de Política Exterior Española (OPEX), como su nombre indica, se dedica al análisis y elaboración de propuestas sobre política exterior española y el seguimiento de la misma en el marco europeo y global. El OPEX se define como un think tank español, de espíritu europeísta, que pretende impulsar la proyección exterior de España en todas sus dimensiones: política, de seguridad, económica y cultural.

Por su parte, Estudios de Progreso, es un programa dirigido a jóvenes investigadores con el fin de que puedan aportar nuevas ideas y alternativas a los problemas contemporáneos. El Observatorio de Cultura y Comunicación (OCC-FA) se constituye con el fin de estudiar, analizar y plantear iniciativas en los sectores de cultura y comunicación, tanto en España y la Unión Europea, como en Iberoamérica y territorios hispanos de Estados Unidos.

4 - **MEDIOS** (instrumentos que emplean)

- Informes

Dentro del apartado de “*Laboratorio*”. Se clasifican en:

- * Informe sobre la Democracia en España. Desde 2014 a 2007.
- * Informe sobre la Desigualdad en España. Sólo 2013.
- * Informe RSC. Desde 2011 a 2006.
- * Colección Zoom político. Desde septiembre de 2014 a marzo de 2011.
- * Colección Zoom económico. Desde octubre de 2013 a mayo de 2012.
- * Colección Política comparada. Desde enero de 2013 a julio de 2011.
- * Otros. Desde noviembre de 2010 a abril de 2010.
- * Documentos de trabajo. Desde diciembre de 2014 a diciembre de 2002.
- * Documentos de seminarios y jornadas. Desde abril de 2011 a julio de 2004.

Dentro del apartado de “*Observatorio de política exterior*”:

- * Documentos de trabajo. Desde marzo de 2014 a enero de 2003.
- * Documentos del CAE (Consejo de Asuntos Europeos de la Fundación Alternativas). Desde octubre de 2014 a diciembre de 2012.
- * Memorandos. Desde diciembre de 2014 a enero de 1970.
- * Notas prospectivas. Desde diciembre de 2014 a abril de 2007.
- * Documentos de seminarios y jornadas. Desde marzo de 2013 a marzo de 2005.
- * Fichas electorales. Desde febrero de 2008 a marzo de 2007.

Dentro del apartado de “*Estudios de Progreso*”:

- * Documentos de trabajo. Desde diciembre de 2014 a marzo de 1999.

Dentro del apartado de “*Observatorio de Cultura y Comunicación*”:

- * Documentos. Desde junio de 2014 a junio de 2008.

- Publicaciones

- * Libros. Desde septiembre de 2014 hasta diciembre de 1998. Incluye buscador.
- * Publicaciones. Desde diciembre de 2014 hasta enero de 1970. Incluye buscador, tanto en el interior de este apartado, como en la home de la web.

Dentro del apartado de “*Estudios de Progreso*”:

- * Libros. Incluye un par de títulos con fecha de junio de 2011.

- Memorias

La última corresponde al período 2013-2014. Abarcan hasta 1998.

El apartado de Memorias incluye también las Actividades, correspondiendo el último volumen al período 2005-2006, y abarcando hasta 2003.

- Actos

Dentro del apartado de “*Laboratorio*”. Se clasifican en:

- * Presentaciones. Desde diciembre de 2014 a julio de 2003.
- * Seminarios. Desde septiembre de 2014 a marzo de 2003.
- * Aula de debate de Alternativas. Desde octubre de 2010 a octubre de 2008.

Dentro del apartado de “*Observatorio de política exterior*”:

- * Presentaciones. Desde diciembre de 2014 a octubre de 2004.
- * Seminarios. Desde noviembre de 2014 a diciembre de 2004.
- * Briefing Opex. Desde diciembre de 2014 a noviembre de 2008.

Dentro del apartado de “*Estudios de Progreso*”:

- * Actividades. Presentaciones. Desde mayo de 2014 a julio de 2008.

Dentro del apartado de “*Observatorio de Cultura y Comunicación*”:

- * Actividades. Presentaciones. Desde junio de 2014 a abril de 2008.

- **Concesión de premios** No

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

- * Observatorios. Observatorio de política exterior y Observatorio de Cultura y Comunicación.

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Dispone de sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, bajo el apartado de Contacto. Incluye en la home y en las páginas interiores en la parte inferior dicho apartado, donde aparecen también los datos de contacto del think tank.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías, audios y vídeos.

- **Sala de Prensa virtual** --

- **Principales aspectos de su contenido**

No dispone de apartado propio bajo la denominación de Sala de Prensa. Sí aparecen dos secciones relativas, denominadas:

- Noticias

- Multimedia: vídeos, audio, galería de fotos

- Prensa

- **Si está actualizada**

- Noticias. Desde diciembre de 2014 a noviembre de 2013.

- Multimedia. Vídeos (desde noviembre de 2013 a mayo de 2008).

 - Audio (desde enero de 2014 a diciembre de 2010).

 - Galería de fotos (desde noviembre de 2012 a julio de 2010).

- Prensa. Convocatorias (desde diciembre de 2012 a febrero de 2009. Aparecen sin contenido los años 2014 y 2013).

 - Multimedia (desde octubre de 2014 a septiembre de 2010).

 - Artículos en los medios de la Fundación Alternativas (desde diciembre de 2014 a enero de 2001).

 - Artículos en los medios de “*Observatorio de política exterior*” (desde junio de 2012 a enero de 2001).

 - Artículos en los medios de “*Laboratorio*” (desde mayo de 2012 a julio de 2011).

 - Artículos en los medios de “*Estudios de progreso*” (desde enero de 2012 a abril de 2011).

Artículos en los medios de “*Observatorio de Cultura y Comunicación*” (desde marzo de 2012 a diciembre de 2010).

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

En el lateral izquierdo permite “Seleccionar idioma”, a través de un vínculo al traductor de Google (*no está activo en el momento del análisis*).

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Se ofrecen enlaces a Ministerios (17), medios de comunicación (3), embajadas (45), Universidades (49), think tanks (22), partidos (4), organismos públicos (2), ONGs (3), Gobierno (1), fundaciones (12), blogs (2).

Aparecen como últimos enlaces: Casa África, Centro Internacional de Toledo para la Paz, Think tank Directory Europe (TTDeurope), Radio Exterior de España, Fundación Encuentro, Debate Callejero, África- Fundación Sur (CIDAF), Universidad de Granada, Universidad Rey Juan Carlos (Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales), Universidad San Pablo CEU, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Pública de Navarra, Universidad Pontificia de Comillas, Real Academia de Ingeniería, Universidad Pompeu Fabra.

- **Inclusión de blogs**

No

- **Inclusión de buscador**

Sí. Uno general y otro específico en el apartado de Prensa.

- **Inclusión de agenda**

Sí. Incluye un apartado propio con calendarios que abarcan tres meses. Además, en la home se anuncia el acto próximo programado.

- **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos visibles (parte lateral izquierda) a Vimeo, Facebook, Twitter y RSS.

- **Número de seguidores**

Vimeo. 0 seguidores, 29 vídeos (*análisis a 23-12-2014*).

Facebook. 214 seguidores (*análisis a 23-12-2014*).

Twitter. 3.359 seguidores, 4.450 tweets (*análisis a 23-12-2014*).

RSS. No se advierten.

- Frecuencia de la actualización

Vimeo. Hay videos desde noviembre de 2014 hasta noviembre de 2013.

Facebook. Diaria.

Twitter. Diaria.

RSS. No se advierte.

- Temática de los contenidos

Vimeo. Económica, política, cultural (informes y actos propios).

Facebook. Económica, política (informes y actos propios).

Twitter. Económica, política, social (informes, noticias, actos propios).

RSS. No se advierte.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

Vimeo. No se advierte.

Facebook. No se advierte.

Twitter. Retuitean algunos mensajes o *tweets*.

RSS. No se advierte

3.1.5.- Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Fedea es una fundación privada, docente y de investigación, que carece de finalidad de lucro. La actividad de Fedea está basada en tres principios fundamentales: investigación, influencia en la política económica y divulgación.

La investigación es la base sobre la que se sustenta la institución: Fedea aborda cualquier aspecto de la realidad económica, y señala que tiene como única limitación la relevancia contrastada del problema tratado para la sociedad española. Afirma que su agenda de investigación se ha ido conformando a lo largo de los años de acuerdo con los retos que se le han ido presentando al país. Ha contactado con muchos de los

principales investigadores internacionales relacionados con España, para el estudio de problemas que afectan específicamente al futuro. Fedea pretende realizar una investigación de primer nivel sobre problemas nacionales con profundidad, frecuencia y rigor, según precisa.

Fedea ha estado presente en todos los debates económicos relevantes de las últimas décadas. Durante sus 27 años de existencia afirma haber aportado a la sociedad y en especial a sus agentes decisores, el conocimiento que desde el mundo académico existe sobre una gran cantidad de aspectos clave de la economía. En esta última etapa, sus propuestas sobre reformas estructurales (empleo, vivienda, sanidad, gobernanza, negociación colectiva y pensiones) han ido encaminadas a influir positivamente en la política económica de España.

Fedea admite haber tenido presente uno de sus mandatos fundacionales: la divulgación de la ciencia económica, con múltiples iniciativas que así lo atestiguan.

Fedea se ha convertido en un referente independiente y objetivo en los debates económicos clave en España, a los que aporta racionalidad económica para la toma de decisiones. Es uno de los principales think tank económico del país, con impacto nacional e internacional.

Aparte de estar presente en todos los medios de ámbito nacional, tiene repercusión cada vez mayor en los medios económicos internacionales (FT, NY Times, WSJ, The Economist), teniendo lugar la consulta de los organismos internacionales (IMF, OCDE, y CE) a Fedea sobre los distintos aspectos de nuestra economía en sus visitas regulares a España.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Nació en mayo de 1985 gracias a la iniciativa, el compromiso y el trabajo de Luis Ángel Rojo, director en aquel momento del Servicio de Estudios del Banco de España.

- Cuándo nacen 1985

- Objetivos

El objetivo fundacional de Fedea es influir positivamente en la sociedad, investigando sobre las cuestiones económicas y sociales de actualidad y divulgando con posterioridad esa investigación. De esa manera, la Fundación pretende convertirse en puente único entre el mundo académico y la sociedad, actuando como una fábrica de ideas.

Ejerce las actividades que constituyen su objeto en el ámbito de la economía teórica y aplicada, así como en el de otras ciencias sociales relacionadas con los fenómenos económicos y financieros, atendiendo al interés público general de todas sus actividades (art.2 de los Estatutos).

- Equipo directivo Patronato

- **Número de miembros** 15

- **Composición** Presidente de Honor, Presidente y patronos

Patronato (2014)

Presidente de Honor José Vilarasau Salat

Presidente Josep Oliu i Creus (Banco Sabadell)

Patronos Salvador Alemany Mas (Abertis Infraestructuras)
Fernando Becker Zuazua (Iberdrola)
Ángel Ron Güimil (Banco Popular)
José Ignacio Goirigolzarri (Bankia)
Emilio Botín Ríos (Santander)
Antonio Brufau Niubo (Repsol)
Santos Martínez-Conde Gutiérrez-Barquin
(Corporación Financiera Alba, S.A.)
José Manuel González-Páramo Martínez-Murillo
(Banco Bilbao Vizcaya Argentaria)
José Luis Malo de Molina Martín Montalvo
(Banco de España)
Javier Ramos Gascón (Bolsa de Madrid)
Jaime Terceiro Lomba (Fundación Ramón Areces)
Isidro Fainé (La Caixa)
César Alierta Izuel (Telefónica)

Comisión Ejecutiva (2014)

Presidente Josep Oliu i Creus

Vocales Eva Piera Rojo
José Luis Malo de Molina
Miguel Ángel Moral Grací
Alejandra Kindelán Oteyza
Jaime Terceiro Lomba
Jordi Gual Solé

Secretaria María José García Beato

Comité Científico (2014)

Presidente José Luis Malo de Molina Martín-Montalvo
Vocales Jorge Padilla
Rafael Repullo Labrador
Ana Isabel Fernández
Xavier Freixas i Dargallo

- Órganos de gobierno (organización interna)

Los órganos de gobierno de Fedea son el Patronato, la Comisión Ejecutiva y el Comité Científico. Cada uno de ellos, celebra al menos dos reuniones anuales para supervisar el funcionamiento de la fundación y asegurar el cumplimiento de sus objetivos. El Director Ejecutivo y el Subdirector de la Fundación actúan por delegación de los órganos de gobierno de la Fundación.

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Fundación de Estudios de Economía Aplicada**
C/ Jorge Juan, 46. Bajo Izda. - 28001 Madrid
Tel.: +34 91 435 90 20
Fax: +34 91 577 95 75
info@fedea.es
@socialfedea
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Se ofrecen enlaces a las páginas web de las catorce empresas e instituciones patronos de Fedea, dentro de la información correspondiente a los Patronos. Se trata de Abertis, BBVA, Sabadell, Banco de España, La Caixa, Banco Popular, Iberdrola,

Bolsa de Madrid, Fundación Ramón Areces, Bankia, Santander, Repsol, Corporación Financiera Alba, Telefónica.

2 - FINANCIACIÓN

Fedea es una fundación privada, docente y de investigación, que carece de finalidad de lucro. Anualmente, el Patronato aprueba la Memoria de Actividades y las cuentas de la Fundación, que previamente han sido objeto de auditoría externa.

- **Cuotas de socios** --

- **Patrocinios**

Fedea cuenta con catorce patronos entre empresas e instituciones. El think tank señala que éstas apuestan por el futuro del país, conscientes de que el sistema de convivencia requiere de este tipo de instituciones. Representan a entidades que a lo largo de estos años han puesto en marcha proyectos propios de responsabilidad social que complementan la labor que han promovido en Fedea. La entidad expresa que sus patronos invierten en el largo plazo y en valores de futuro y que con visión estratégica han construido una fábrica de ideas, que es lo que es Fedea, consiguiendo que investigadores en economía dediquen tiempo a reflexionar sobre las grandes cuestiones que marcan el futuro.

- **Suscripciones** --

- **Otras formas de financiación** --

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** No

- **De más de una temática, incluida la economía** Sí

Fedea pretende influir positivamente en la sociedad, investigando sobre las cuestiones económicas y sociales de la época actual y divulgando con posterioridad esa investigación. Ejerce las actividades que constituyen su objeto en el ámbito de la

economía teórica y aplicada, así como en el de otras ciencias sociales relacionadas con los fenómenos económicos y financieros. Aparecen como áreas temáticas: infraestructuras, Hacienda autonómica, educación, mercado de trabajo, economía regional y urbana, sanidad, dependencia y pensiones.

4 - MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

Se incluye un índice alfabético por tipo de informe, así como por tema.

- * Apuntes. Desde mayo de 2012 a junio de 2011.
- * Propuestas. Desde junio de 2013 a abril de 2009.
- * Monografías. Se incluyen ejemplares de 2011 y 2009, según la identificación visible.
- * Documentos de trabajo. Desde diciembre de 2014 a diciembre de 1985.
- * Estudios económicos. Desde mayo de 2013 a enero de 2008.
- * Estudios sobre la economía española. Desde diciembre de 2014 a noviembre de 1998.
- * Policy paper. Desde septiembre de 2014 a julio de 2014.
- * Presentaciones. Desde marzo de 2013 a octubre de 2013.
- * Documentos de infraestructuras. Desde octubre de 2014 a noviembre de 2011.
- * Documentos de Hacienda Autonómica. Desde noviembre de 2014 a junio de 2014.
- * Documentos de Educación. Desde diciembre de 2014 a febrero de 2011.
- * Documentos de Mercado de trabajo. Desde noviembre de 2014 a junio de 2014.
- * Documentos de Economía regional y urbana. Noviembre de 2014.
- * Documentos de Sanidad, dependencia y pensiones. Desde noviembre de 2014 a mayo de 2014.

Dentro del apartado de “*Observatorio fiscal y financiero de las Comunidades Autónomas*”:

- * Informes. Desde octubre de 2014 a enero de 2012.

Dentro del apartado de “*Observatorio de educación*”:

- * Informes. Desde septiembre de 2014 a diciembre de 2013.

* Documento. Noviembre 2012.

Dentro del apartado de “*Observatorio laboral*”:

* Análisis de la Encuesta de Población Activa. Tercer Trimestre de 2014.

Dentro del apartado de “*Observatorio de sanidad*”:

* Informe. El sistema de salud en España en perspectiva comparada. Diciembre de 2014.

- Publicaciones

* Índice Fedea. Refleja la evolución de la actividad económica en España. 2014-2008.

* Boletines de Educación. Por encargo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Desde noviembre de 2014 a junio de 2013.

Dentro del apartado de “*Observatorio de educación*”:

* Boletines. Por encargo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Desde septiembre de 2014 a junio de 2013.

- Memorias --

- Actos

* *Workshops* o talleres. Cada año Fedea organiza *workshops* académicos y acoge eventos científicos de investigadores y *policy makers* externos. Algunos de sus *workshops* más recientes.

* Eventos próximos.

* Eventos pasados. Incluye las actividades ordenadas por meses y por año, desde 2014 a 2009, inclusive, que abarcan encuentros conferencias, mesas redondas o presentaciones.

- Concesión de premios No

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

* Observatorios. Son herramientas diseñadas para reflejar la evolución de la actividad económica en España. Su objetivo es permitir, con la mayor información

disponible hasta la fecha, un juicio sobre la situación actual de la coyuntura económica. Los observatorios de Fedea son: Observatorio Fiscal y Financiero de las Comunidades Autónomas (incluye siete informes), Observatorio de Educación (incluye tres documentos y siete boletines), Observatorio Laboral, Observatorio de Sanidad, Índice Fedea, Observatorio Morosidad, Observatorio Transporte.

* Datos. Corresponden a Hacienda autonómica, Educación, Mercado de Trabajo y Economía Regional y Urbana. Asimismo, se incluyen cifras de demografía, educación y contabilidad regional.

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto dentro de la información general Sobre Fedea. En el mismo, aparecen los datos de contacto de cuatro áreas del think tank, un plano de ubicación del mismo, y un sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales.

Incorpora la opción de Avisos por correo, en el caso de la suscripción a los boletines de eventos Fedea.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías, audios y vídeos. Aunque no abundante.

- **Sala de Prensa virtual** --

- **Principales aspectos de su contenido**

No dispone de apartado propio bajo la denominación de Sala de Prensa. Las referencias al respecto se encuentran en los apartados Investigación (cuando habla de las notas de prensa de algunos informes, en concreto sólo en uno de los Observatorios, en el Fiscal y financiero de las Comunidades Autónomas) y en Eventos.

- Notas de prensa

- Sigue nuestros *podcasts*

- Canal YouTube

- Si está actualizada

- Notas de prensa. Desde octubre de 2014 a enero de 2012.

- Sigue nuestros *podcasts*. Desde enero de 2014 a marzo de 2012.

- Canal YouTube. Desde junio de 2013 a marzo de 2011.

• **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

• **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Se ofrecen enlaces a las páginas web de las catorce empresas e instituciones patronos de Fedea, dentro de la información correspondiente a los patronos. Se trata de Abertis, BBVA, Sabadell, Banco de España, La Caixa, Banco Popular, Iberdrola, Bolsa de Madrid, Fundación Ramón Areces, Bankia, Santander, Repsol, Corporación Financiera Alba, Telefónica.

• **Inclusión de blogs**

No

• **Inclusión de buscador**

Sí. Uno general, en todas las páginas.

• **Inclusión de agenda**

No, en general. Sí la incluye en el apartado de Eventos, tanto para los próximos como para los pasados.

• **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos no destacados. Se encuentran dentro del apartado de Eventos. A RSS y a YouTube.

-Número de seguidores

RSS. No se advierten.

YouTube. Visualizaciones de cada vídeo en el primer pantallazo: 118, 115, 220, 5.927, 1.531 y 1.348. Visibles a un clic: 96, 48, 88, 1.161, 932 y 913 (*análisis a 28-12-14*).

-Frecuencia de la actualización

RSS. No se advierte.

YouTube. Hay vídeos desde junio de 2013 a marzo de 2011.

-Temática de los contenidos

RSS. No se advierte.

YouTube. Económica, educativa, laboral, temas que aborda Fedea. Como actos propios o de personas invitadas o relacionadas con la institución.

-Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

RSS. No se advierte.

YouTube. No se advierte.

3.1.6.- Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Funcas es una institución de carácter privado, sin ánimo de lucro, creada y financiada por la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA) dentro de su Obra Social, para el desempeño de actividades que redunden en beneficio de la sociedad española, promuevan el ahorro y contribuyan a extender el conocimiento de las Cajas de ahorros facilitando su servicio a la sociedad.

La Fundación es particularmente activa en la promoción de estudios e investigaciones económicas y sociales, y en su difusión.

Funcas fue clasificada como Fundación Docente Privada de Promoción, por Resolución del Ministerio de Universidades e Investigación, de fecha 22 de diciembre de 1980, e inscrita en el Registro de Fundaciones Culturales de dicho Ministerio.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Nació en 1980, creada y financiada por la Confederación Española de Cajas de Ahorros dentro de su Obra Social, para el desempeño de actividades que redunden en beneficio de la sociedad española, promuevan el ahorro y contribuyan a extender el conocimiento de las Cajas de Ahorros facilitando su servicio a la sociedad.

- **Cuándo nacen** 1980

- Objetivos

Funcas promueve activamente estudios e investigaciones económicas y sociales, así como su difusión.

- **Equipo directivo** Patronato

- **Número de miembros** 7

- **Composición** Presidente, Vicepresidente y vocales

Patronato (2014)

Presidente Isidro Fainé Casas (Presidente de CECA)

Vicepresidente José María Méndez Álvarez-Cedrón (Director General de CECA y Cecabank)

Vocales Amado Franco Lahoz (Presidente de Ibercaja Banco)
Manuel Menéndez (Presidente de Liberbank)
Pedro Antonio Merino García (Director de Estudios y Análisis del Entorno Repsol)
Antonio Pulido Gutiérrez (Presidente de la Fundación Monte de San Fernando)
Victorio Valle Sánchez (Presidente del Consejo Consultivo de Funcas)

Secretario Fernando Conlledo Lantero

Director General Carlos Ocaña Pérez de Tudela

Consejo Consultivo (2014)

Siguiendo una tendencia muy generalizada entre las fundaciones y centros de investigación, el Patronato de la Fundación de las Cajas de Ahorros acordó la constitución de un Consejo Consultivo de Funcas con la misión de

orientar sus tareas investigadoras, emitir juicio sobre el Plan de Actividades y Publicaciones anual que proponga la Dirección de la Fundación y, constituirse, con la colaboración que se considere pertinente, en un observatorio permanente de la situación económica, financiera y social de España, en un marco internacional.

El Consejo está constituido por las personalidades científicas y del mundo cultural de reconocido prestigio que decida el Patronato de la Fundación, libremente designadas y separadas del cargo por el Patronato, quien, asimismo nombra al presidente y, un secretario que asume las tareas organizativas del Consejo. Asimismo, es miembro del Consejo el director general de la Fundación, y puede asistir a sus reuniones el presidente y el director general de la Confederación Española de Cajas de Ahorros.

<i>Presidente</i>	Victorio Valle Sánchez
<i>Vocales</i>	Antoni Castells i Oliveres Guillermo de la Dehesa Romero J. David López-Salido Braulio Medel Cámara Carlos Ocaña Pérez de Tudela Emilio Ontiveros Baeza Víctor Pérez-Díaz José Pérez Fernández José María Roldán Alegre
<i>Secretario</i>	José Antonio Antón Pérez

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato + Consejo Consultivo + Dirección General (Administración y Gestión, y Edición, Publicaciones y Documentación) + Direcciones (Coyuntura y Estadística, Estudios Financieros, Estudios Tributarios, Economía Pública y Bienestar, Educación y Divulgación, Estrategia y Economía Industrial, Estudios Sociales, Investigaciones externas)

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Fundación de las Cajas de Ahorros**
C/ Caballero de Gracia, 28
28013 Madrid
Tel. +34 91 596 57 18

Fax +34 91 596 57 96
funcas@funcas.es

- **No las hay** --

- **Empresas vinculadas**

Aparece mencionada en el apartado corporativo la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA), pero no se incluye enlace o vínculo a la misma, o a otra institución.

2 - FINANCIACIÓN

- **Cuotas de socios** --

- **Patrocinios** --

- **Suscripciones** --

- **Otras formas de financiación**

Desde su nacimiento, Funcas está financiada por la Confederación Española de Cajas de Ahorros dentro de su Obra Social, para el desarrollo de una actividad en beneficio de la sociedad española, según señala esta organización.

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** No

- **De más de una temática, incluida la economía** Sí

La Fundación es particularmente activa en la promoción de estudios e investigaciones económicas y sociales, y en su difusión.

4 - MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

- * Panel de previsiones de la economía española. Encuesta que se realiza cada dos meses. Aparece publicado el correspondiente al 12 de noviembre de 2014.
- * Previsiones Funcas. Incluyen previsiones medias anuales. Aparece publicado la correspondiente al 11 de diciembre de 2014.
- * Previsiones IPC. Nota valorativa de los resultados del IPC del último mes y las previsiones mensuales para el resto del año y el siguiente. Aparece publicado la correspondiente al 12 de diciembre de 2014.
- * Previsiones económicas regionales. Estas previsiones se renuevan tres veces al año. Aparecen publicadas previsiones de doce conceptos a 31 de diciembre de 2012.
- * 50 Indicadores del Sistema Financiero. De carácter quincenal, ofrecen una visión global del sistema financiero. Aparece publicado el correspondiente al 15 de diciembre de 2014.
- * Los 100 principales indicadores de coyuntura de la economía española. Contienen información tabular referida a los dos últimos años, cuatro últimos trimestres y dos últimos meses. Aparece publicado el correspondiente al 19 de diciembre de 2014.
- * Indicadores de convergencia. Incluyen diez indicadores de convergencia nominal y real de España con la UE/UEM. Aparece publicado el correspondiente al 19 de diciembre de 2014.
- * Indicadores básicos de la economía internacional. Recogen los datos básicos de la coyuntura y previsiones a corto plazo de los EE.UU., Japón, UE, UEM y los cinco principales países de la UE, así como de las Bolsas, mercados de divisas y precios de las materias primas. Aparece publicado el correspondiente al 19 de diciembre de 2014.
- * Indicadores regionales. Recopilación de los principales indicadores económicos para las diecisiete comunidades autónomas que se actualizan todos los meses, y que en su conjunto permiten hacer un seguimiento de la evolución de la coyuntura económica regional. Aparece publicado los correspondientes al 15 de diciembre de 2014.
- * Estudios. Desde diciembre de 2014 a 1983.
- * Documentos de trabajo. Desde octubre de 2014 a 1983.

- Publicaciones

En todo el apartado de Publicaciones, incluye un buscador, así como acceso a suscriptores, y a la posibilidad de realizar la suscripción correspondiente. Asimismo, se incorpora la posibilidad de realizar pedidos on line.

- * Papeles de Economía Española. Revista trimestral que se edita desde 1979.
- * Cuadernos de Información Económica. Revista bimestral que se edita desde 1993.
- * Spanish Economic and Financial Outlook. Revista bimensual que se edita desde 2012.
- * Panorama Social. Revista mensual que se edita desde 2005.
- * Focus on Spanish society. Revista mensual que se edita desde 2013.

- Memorias

- * Informe anual Funcas 2013

- Actos

- * Actos y jornadas. Incluye programas de jornadas y conferencias, así como una Galería de actos (presentaciones, seminarios, etc.), que es la misma que aparece en el apartado de Prensa.
- * Cursos. Curso de Experto en Dirección de Entidades Financieras para una mejor formación de quienes desarrollan actividades directas en entidades financieras o de aquellos jóvenes licenciados que aspiran a integrarse laboralmente en una entidad del sistema financiero.

Se incluye acceso a documentación del curso, tanto presencial como a distancia, a través de un sistema de introducción de clave correspondiente.

- Concesión de premios Sí

- * Premio Enrique Fuentes Quintana. A tesis doctorales. Desde la convocatoria 2013-2014 a la de 2004-2005.
- * Programa estímulo a la investigación. Selección anual del mejor Documento de Trabajo de naturaleza aplicada dentro de los Documentos de Trabajo de su colección. Desde 2013 a 2010.
- * Concurso de cuentos “Hucha de oro”. Cuentos publicados desde julio de 2012 a junio de 2001.

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

* Microprograma de educación financiera. Emitido por RNE-5.

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto. En el mismo, aparecen los datos de contacto del think tank y un sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales.

Incorpora un apartado específico de Suscriptores, que permite el acceso, mediante contraseña, a información y publicaciones. Refuerza esta funcionalidad con un icono que se refiere a Suscripción, que permite la información de las últimas publicaciones y la posibilidad de realizar la suscripción correspondiente a las mismas.

Asimismo, en todo el apartado de Publicaciones, incluye un buscador, así como acceso a suscriptores, y a la posibilidad de realizar la suscripción correspondiente. Asimismo, se incorpora la posibilidad de realizar pedidos *on line*.

También incluye un acceso privado en el apartado de Prensa, a través de contraseña, así como una referencia de contacto específica en este mismo apartado.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías, audios y vídeos. Aunque no abundante.

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

- Dispone de apartado propio bajo la denominación de Prensa. Está estructurada en las siguientes secciones:

- Notas de prensa

- Acceso privado prensa
- Galería Multimedia
- Imagen corporativa
- Contacto

En la home, hay un apartado de Actualidad, que es una selección de artículos o noticias de prensa y de notas de prensa del think tank.

- Si está actualizada

- Notas de prensa. Desde diciembre de 2014 a enero de 2011.
- Galería Multimedia. Desde septiembre de 2014 a noviembre de 2013.

● **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

● **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

No aparece enlace o vínculo directo a otras instituciones. Sí a RNE-5, al programa de Funcas sobre educación financiera que emite esa emisora de radio.

● **Inclusión de blogs**

Sí. Tiene acceso desde la home, que denomina Funcas blog.

● **Inclusión de buscador**

En la Sala de prensa, figuran buscadores por año, tanto en Notas de prensa como en Galería Multimedia.

En el apartado de Suscriptores, se permite el acceso, mediante contraseña, a información y publicaciones.

Asimismo, en todo el apartado de Publicaciones, incluye un buscador.

● **Inclusión de agenda**

No, en general. Sí incluye en la home una selección de calendario de actos bajo el epígrafe del mes en curso y más información en el apartado Actos y jornadas.

● **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos destacados en la home y en todas las páginas interiores, en la parte inferior izquierda. A Flickr, YouTube y RSS.

-Número de seguidores

Flickr. Visitas en el primer pantallazo: 98 (*análisis a 01-01-15*).

RSS. No se advierten. Esta opción no admite acceso al señalar que el sitio web se encuentra temporalmente inaccesible, por estarse realizando operaciones de mantenimiento.

YouTube. No se advierten. Aparece un aviso de YouTube de que la página no está disponible.

-Frecuencia de la actualización

Flickr. Sólo hay una fotografía fechada en noviembre de 2013, hace algo más de un año.

RSS. No se advierte. No está en funcionamiento.

YouTube. No se advierte. Aparece un aviso de YouTube de que la página no está disponible.

-Temática de los contenidos

Flickr. Correspondiente a la publicación económica que refleja (“Papeles de Economía Española”).

RSS. No se advierte. No está en funcionamiento.

YouTube. No se advierte. Aparece un aviso de YouTube de que la página no está disponible.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

Flickr. No se advierte.

RSS. No se advierte. No está en funcionamiento.

YouTube. No se advierte. Aparece un aviso de YouTube de que la página no está disponible.

3.1.7.- Fundación Innovación Bankinter

1- QUIÉNES SON

- Descripción

La misión de la Fundación Innovación Bankinter es crear riqueza sostenible a través de la innovación y el emprendimiento, según afirma la organización.

La Fundación admite que desde su constitución en 2003 tiene la vocación de ser un “modelo rompedor” de contribución con la sociedad, dedicando sus esfuerzos a fomentar la innovación y el emprendimiento, como motores de creación de riqueza sostenible, entre todos los agentes activos de la sociedad, desde empresarios y altos directivos, emprendedores y estudiantes.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Para ser un “modelo rompedor” de contribución con la sociedad, fomentar la innovación y el emprendimiento, como motores de creación de riqueza sostenible, entre todos los agentes activos de la sociedad, según explica el think tank.

- **Cuándo nacen** 2003

- Objetivos

La misión de la Fundación Innovación Bankinter es crear riqueza sostenible a través de la innovación y el emprendimiento.

- **Equipo directivo** Patronato

- **Número de miembros** 21
- **Composición** Presidente, Vicepresidente y vocales

Patronato (2014)

Presidente José María Fernández Sousa (Presidente de Zeltia)

<i>Vicepresidente</i>	John de Zulueta (Socio en Point Lobos)
<i>Vocales</i>	<p>Pedro Guerrero (Presidente de Bankinter)</p> <p>María José Alonso (Catedrática de Farmacia y Tecnología Farmacéutica de la USC)</p> <p>Ángel Cabrera (Presidente George Mason University)</p> <p>Tan Chin Nam (Presidente del Panel Asesor Internacional de Media Development Authority –MDA-)</p> <p>María Dolores Dancausa Treviño (Consejera Delegada de Bankinter)</p> <p>Jacobo Díaz (Director del Área de Innovación, Mercados y Productos de Bankinter)</p> <p>Richard P. Kivel (Director Baugest y Presidente Ejecutivo VIS Research Institute)</p> <p>Philip Lader (Presidente no-ejecutivo de WWP Group)</p> <p>Rafael Mateu (Secretario de la Fundación de la Innovación Bankinter y Consejero de Bankinter)</p> <p>Emilio Méndez (Premio Príncipe de Asturias 1998 y Director del Centro de Nano materiales (CFN))</p> <p>Chris Meyer (Fundador de Monitor Talent)</p> <p>Carlos Mira (Vice presidente ejecutivo Global Customers en Alcatel-Lucent)</p> <p>Fernando Reymundo (Ex CEO KPN España)</p> <p>Juan Rosas (Director Arquitectura y Transformación de Gneis Global Services de Bankinter)</p> <p>Juliana Rotich (Director Ejecutivo Ushahidi)</p> <p>Jens Schulte-Bockum (CEO de Vodafone Alemania)</p> <p>Eden Shochat (Socio en Aleph)</p> <p>Stephen Joel Trachtenberg (Presidente Emérito de la Universidad George Washington)</p> <p>Wilfried R. Vanhonacker (Decano de Olayan School of Business at AUB, Líbano)</p>

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Fundación Innovación Bankinter**
Paseo de la Castellana, 29
28046 Madrid
infofibk@bankinter.es
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

La Fundación lleva el nombre de Bankinter, pero no se incluye enlace o vínculo a la misma, o a otra institución.

2- FINANCIACIÓN

Aunque la Fundación incluye el nombre de Bankinter, y se puede deducir alguna dependencia o relación con la entidad financiera, en la web de la misma no figura ninguna referencia al respecto, en este sentido.

- Cuotas de socios --

- Patrocinios

No aparece ninguna referencia directa a patrocinios. Sólo un apartado de Colaboradores, sin que se ofrezca mayor detalle. Tampoco es abundante la información al aparecer estos colaboradores extendidos a través de un mapamundi.

De forma específica, aparecen doce colaboradores en el apartado Emprendedores: Digital Assets Deployment, Busining, Emprande Capital, Orkestra, Espaitec, Ysios, Desarrollo Creativo de Negocio, Invierteme, Universidad Pontificia de Comillas, Clave Mayor, Sonarventures.

- Suscripciones --

- Otras formas de financiación --

3- ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

La Fundación Innovación Bankinter trata a través de todos sus proyectos de convertirse en un agente activo de la innovación en España, enfocándose no sólo en el

análisis de las grandes tendencias futuras, sino también contribuyendo al desarrollo de proyectos innovadores en el tejido empresarial.

4- MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

* Agenda de innovación. Es el último proyecto de la Fundación de la Innovación Bankinter que tiene como objetivo impulsar propuestas prácticas y viables que fomenten el emprendimiento innovador, como fuente sostenible de crecimiento económico en España. Es un proyecto iniciado en diciembre de 2009 y que ha contado con la participación de más de 150 expertos de todo el mundo, organizados en grupos de trabajo sobre los temas a analizar.

- Publicaciones

Las publicaciones de la Fundación son trabajos de prospectiva que presentan una visión general de la situación actual de un tema concreto, así como las conclusiones extraídas por los propios expertos durante las reuniones del Future Trends Forum (FTF), think tank de la Fundación Innovación Bankinter focalizado en detectar, analizar y difundir tendencias en innovación. El trabajo está enfocado a generar conclusiones sobre los posibles efectos socioeconómicos del tema tratado y orientado a España, con el fin de transmitir a su público objetivo un conocimiento práctico y, sobre todo, cercano a la realidad.

Aparecen 27 publicaciones, sin una identificación temporal clara.

* Innomagazine. Revista sobre innovación. Va desde enero 2014 (como última fecha reseñada) a diciembre de 2010.

- Memorias

* Anuario de 2012 de Akademia.

- Actos

* Conferencias. La Fundación organiza ciclos de conferencias donde expertos internacionales, presentan las conclusiones que los expertos del Future Trends Forum analizan sobre las tendencias en innovación que marcarán el futuro más próximo. Ha organizado una media de doce conferencias al año, superando los 8.000 asistentes. Sus conclusiones se transmiten a nivel nacional, con la participación de los expertos, a través de congresos y conferencias, artículos y ponencias, con el fin de estimular la

innovación en España. Desde la primera reunión del Future Trends Forum, la Fundación ha promovido conferencias por todo el territorio nacional, con socios divulgativos de la talla de la Universidad de Deusto, Foment del Treball, Instituto San Telmo, Universidad Politécnica o escuelas de negocios.

Se incluyen desde noviembre de 2014 hasta abril de 2005

- **Concesión de premios** No

- **Otros (observatorios, encuestas, etc.)**

* Vídeos. Dentro del apartado Future Trends Forum (FTF). Van desde diciembre de 2014 a 2004. También en el apartado Akademia y Emprendedores, como videos promocionales, y también de programas de televisión, en este caso, del programa especializado Emprende, de Canal 24Horas (de enero de 2015 a junio de 2013), con la posibilidad de la búsqueda de programas en los tres últimos años.

* Testimoniales. Concebidos como vídeos con testimonios de ponentes del Future Trends Forum. Dentro del apartado del FTF. Van desde septiembre de 2010 a agosto de 2008 (como última fecha reseñada). Los del apartado Akademia abarcan desde septiembre de 2011 a junio 2010 (última fecha reseñada).

* Akademia. Programa de formación en innovación y emprendimiento en relevantes universidades españolas, dirigido para estudiantes de los dos últimos años de carrera y cursos de postgrado de las mejores universidades de España, según indica la Fundación.

* Emprendedores. Apoyo al emprendimiento español a través del asesoramiento y financiación.

* Innoforo. Persigue el seguimiento de la evolución de las tendencias de innovación estudiadas por los expertos del Future Trends Forum y de las actividades de la fundación. Incluye publicaciones, información y videos desde julio a marzo 2014.

5- SU COMUNICACIÓN

- **Periodicidad de los medios que emplean**

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto. En el mismo, aparecen los datos de contacto del think tank, un sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, así como un plano de la ciudad donde se sitúa la Fundación.

También aparece la posibilidad de Contacto en Akademia.

Incorpora un aviso en todas las páginas, en la parte inferior derecha, denominado Suscripción a Innomagazine, que permite la suscripción a esta publicación de la Fundación.

Incluye un Registro de Emprendedores, en la sección de Emprendedores, como plantilla a través de la que se da la opción a los emprendedores de registrarse.

También incluye un Acceso para miembros, a través de contraseña, en todas las páginas, arriba a la derecha, salvo las correspondientes al apartado Emprendedores. Este acceso viene traducido al inglés.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografías y vídeos, así como dibujos divulgativos e informativos (como avisos o señales).

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

Dispone de apartado propio bajo la denominación de Sala de Prensa. No tiene una estructura concreta. Sí incluye:

- Publicaciones
- Suscripción a RSS

- **Si está actualizada**

- Publicaciones. Desde junio de 2012 a agosto de 2004.
- Suscripción a RSS. Desde noviembre de 2014 a marzo de 2012.
- Dossier de prensa. Desde 2011 a 2004.

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

No aparece enlace o vínculo directo a otras instituciones. Sí a Canal 24Horas, al programa Emprende.

- **Inclusión de blogs**

No

- **Inclusión de buscador**

Sí. Es general, salvo en el apartado Emprendedores.

Asimismo, en el apartado de Emprendedores, dentro de Conocimiento, incluye un buscador.

- **Inclusión de agenda**

No. Sí incluyen las fechas correspondientes de los actos que reseñan.

- **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos destacados en la home y en todas las páginas interiores, en la parte inferior derecha a Facebook y RSS.

También en las publicaciones (a Facebook y accesos generales a Twitter, Tecnorati, Menéame, Delicious y Digg), así como en conferencias, testimoniales e inomagazine (suscripción a RSS). También se facilita un acceso general a Vimeo en la sección de Akademia.

Asimismo, en el apartado de Emprendedores, dentro de Conocimiento, incluye Facebook, Twitter y posibilidad de envío por correo electrónico.

- Número de seguidores**

- Facebook. 27 visitas, 1.395 'me gusta' (*análisis a 07-01-15*).

- RSS. No se advierten.

- **Frecuencia de la actualización**

- Facebook. Mensual y semanal. No definida.

- RSS. No se advierte.

- Temática de los contenidos**

- Facebook. Innovación, economía, educación (informes, noticias, imágenes, vídeos, así como proyectos propios).

RSS. No se advierte.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

Facebook. No se advierte.

RSS. No se advierte.

3.1.8.- Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (Faes)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Faes (Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales) es una fundación privada sin ánimo de lucro que trabaja en el ámbito de las ideas y las propuestas políticas. Vinculada al Partido Popular desde su creación (en 1989), la Fundación Faes está presidida por José María Aznar, ex Presidente de Gobierno. Faes es un relevante laboratorio de ideas y programas, cuya vocación es nutrir el pensamiento y la acción política del centro liberal y reformista, según precisa. Faes señala que ya es hoy la mejor fundación política de España y una de las 50 mejores del mundo.

La Fundación afirma que busca fortalecer los valores de la libertad, la democracia y el humanismo occidental al servicio de España y de sus ciudadanos. Su propósito es crear, promover y difundir ideas basadas en la libertad política, intelectual y económica. Ideas capaces de ofrecer alternativas políticas y de pensamiento, así como susceptibles de ser asumidas por los responsables políticos y transformadas en acción política, según reconoce el think tank.

Para ello, Faes organiza foros de discusión, seminarios, conferencias, campus de verano y cursos de formación. Edita publicaciones electrónicas, libros, una revista, Cuadernos de Pensamiento Político, Papeles Faes, y libros de la Fundación y de la editorial Gota a Gota. Además, la Fundación desarrolla una amplia actividad de relaciones internacionales con otras fundaciones y think tanks de Europa, Estados Unidos e Iberoamérica, así como con pensadores y académicos de todo el mundo.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí

- **Mixta** No. Pero recibe subvenciones de un Ministerio, al igual que otras fundaciones.

- **Por qué surgen**

Su vocación es nutrir el pensamiento y la acción política del centro liberal y reformista, según afirma la Fundación.

- **Cuándo nacen** 2002

- **Objetivos**

Faes defiende que el liberalismo es el principio de ordenación política que permite la defensa de los derechos y libertades individuales de los españoles en el marco de un Estado de derecho. El think tank considera que el mejor sistema democrático es la democracia liberal y representativa. Asimismo, defiende que la economía de mercado ha demostrado a lo largo de la historia una capacidad superior a otros sistemas de organización económica para la asignación eficiente de los recursos, el estímulo reformista, el fortalecimiento de las clases medias y el fomento de la libertad individual.

Esta organización cree en España como nación unida y plural y considera que la nación española es un proyecto histórico para el fomento y desarrollo de la libertad individual. Defiende la idea de Europa y, en este sentido, considera la Unión Europea como una unión de naciones diferentes, ligadas por valores comunes y por la voluntad de promover la libre circulación económica, intelectual y de personas en el continente, como método para salvaguardar la libertad y la paz.

Esta fundación entiende que el vínculo atlántico entre Europa y los Estados Unidos es necesario para defender la libertad, la democracia y el modo de vida occidental. Defiende que América Latina es parte de la comunidad occidental, con la que comparte valores y señala que la democracia, la libertad política y económica y el Estado de Derecho constituyen el único camino válido para lograr el completo desarrollo de todas las naciones iberoamericanas.

- **Equipo directivo** Patronato

- **Número de miembros** 55
- **Composición** Presidente, Vicepresidente, Secretario General y vocales

Patronato (2015)

Presidente José María Aznar

Vicepresidenta María Dolores de Cospedal

Secretario General Javier Zarzalejos

Vocales

Ángel Acebes
Esperanza Aguirre
Francisco Álvarez-Cascos
Carlos Aragonés
Javier Arenas
José María Beneyto
Miguel Arias Cañete*
Rafael Arias-Salgado
Ignacio Astarloa
Jaime Ignacio del Burgo
Pío Cabanillas
Susana Camarero Benítez
Alberto Carnero
Pilar del Castillo
Miguel Ángel Cortés
Gabriel Elorriaga
Javier Fernández-Lasquetty
Gerardo Galeote
José Ramón García Hernández
Jaime García-Legaz
Luis de Grandes
Juan José Lucas
José María Marco
Pedro Antonio Martín
Rodolfo Martín Villa
Ana Mato

Abel Matutes
Jaime Mayor Oreja
Alejandro Muñoz-Alonso
Eugenio Nasarre
Marcelino Oreja Aguirre
Ana Palacio
Ana Pastor
José Pedro Pérez-Llorca
Manuel Pizarro
Mariano Rajoy*
Carlos Robles Piquer
José Manuel Romay Beccaría
Luisa Fernanda Rudi
Javier Rupérez
Pedro Schwartz
Daniel Sirera
Alfredo Tímermans
Isabel Tocino
Mauricio Toledano
Baudilio Tomé*
Joaquín Trigo
Federico Trillo-Figueroa
Juan Velarde
Alejo Vidal-Quadras
Celia Villalobos
Eduardo Zaplana

*En suspensión de funciones

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato + Directorio

Directorio (2015)

Presidente José María Aznar

Secretaría de la Presidencia: Amalia Agero
Alejandra Losada

Secretario General Javier Zarzalejos



Secretaria: Eva M^a Díaz

Gerente

Francisco García de la Puerta
Directora de Organización: Paloma Martín
Directora de Administración: Gema Martín
Jorge del Palacio

Director de Constitución e Instituciones Ignacio Astarloa

Directora del Área Internacional Cayetana Álvarez de Toledo

Director Adjunto de Relaciones Internacionales:
José Herrera
Coordinador de Programas para Iberoamérica:
Guillermo Hirschfeld

Director de Economía y Políticas Públicas Miguel Marín

Director de Publicaciones Miguel Ángel Quintanilla Navarro
Director adjunto de Publicaciones: José Manuel de
Torres
Coordinadora de Publicaciones: Estefanía Pipino

Directora de Comunicación Ana Cabos
Coordinadora de Comunicación: Gabriela Giménez
Redactora: Paula Bueno

Faes está organizada en las siguientes *áreas de trabajo*:

Economía y Políticas Públicas, encargada de todos los trabajos relacionados con la actividad económica, Hacienda, Comercio, así como de lo relativo a Educación, Inmigración, Sanidad, Medio Ambiente y otras políticas públicas.

Constitución e Instituciones, que desarrolla las líneas de trabajo de la Fundación relacionadas con el sistema constitucional, las instituciones del Estado de Derecho, la filosofía política, etc. También trabaja en el ámbito de la lucha contra el terrorismo.

Internacional, que se ocupa tanto de promover las relaciones internacionales de la Fundación, como de realizar actividades relacionadas con la política internacional, la seguridad y la defensa.

Publicaciones, bajo cuya responsabilidad se encuentran las ediciones de la Fundación, el centro de documentación, la Editorial Gota a Gota y la web.

Comunicaciones, responsable de la relación con los medios de comunicación para la difusión de las actividades de la Fundación.

Gerencia, que presta servicio a las restantes áreas y atiende las cuestiones de funcionamiento de la Fundación.

Organización, dependiente del área de Gerencia, lleva a cabo la organización de las actividades de la Fundación.

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Faes (Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales)**
C/ María de Molina, 40. 6ª Planta.
28006 Madrid
www.fundacionfaes.org
Tel. +34 91 576 68 57
Fax. +34 91 575 46 95
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Faes cuenta con cuatro institutos especializados:

Instituto Cánovas del Castillo, encargado de la investigación y difusión de la historia del pensamiento liberal-conservador español.

Instituto Manuel Fraga, dedicado al estudio de la política española a partir de la Transición a la democracia. El Instituto Manuel Fraga se ocupa, asimismo, de la conservación y catalogación de fondos bibliográficos y documentales relacionados con el Partido Popular y con la política española contemporánea.

Instituto Popular Iberoamericano, que potencia las relaciones políticas y culturales entre España e Iberoamérica.

Institut Catalunya Futur, con sede en Barcelona, que organiza seminarios y conferencias, al tiempo que edita publicaciones que tengan especial interés para Cataluña.

2- FINANCIACIÓN

- **Cuotas de socios** --

- Patrocinios

Faes se define como una fundación privada sin ánimo de lucro que trabaja para la difusión de las ideas de la libertad y al servicio de España. Señala claramente en la web que necesitan la ayuda del público para mejorar su actividad. Faes recibe donaciones privadas, de personas e instituciones.

Incluye un vínculo permanente en la parte superior de todas las páginas ('Hágase amigo de Faes') que permite el acceso de usuarios registrados.

La Fundación Faes es, asimismo, una actividad subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, lo que aparece reflejado en la parte inferior de todas las páginas, como "Actividad subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte".

- Suscripciones --

-Otras formas de financiación --

3-ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

Aborda, los temas, en general, de España y Europa, la economía, la lucha contra el terrorismo, la seguridad, la educación, el empleo, la sanidad, la inmigración, la preservación y mejora del medio ambiente o la lucha contra la pobreza.

4- MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

Informes estratégicos. La Fundación elabora informes estratégicos sobre asuntos clave para el futuro.

* Ideas para salir de la crisis. Desde octubre a marzo de 2009.

* Indicadores Faes. Desde noviembre de 2011 a junio de 2008.

- * Observatorio económico. Desde mayo de 2011 a mayo de 2005.
- * Observatorio de la educación. Desde noviembre de 2009 a marzo de 2009.
- * Reseñas Faes. Desde abril de 2009 a diciembre de 2007.

- Publicaciones

Se incluye la posibilidad de compra *on line* de las publicaciones, y de las que son de carácter gratuito, como Papeles Faes, la posibilidad de compartir y de descarga gratuita de las mismas.

- * Libros con biografías políticas. Desde septiembre de 2014 a mayo de 2013.

* Libros de la editorial propia, Gota a Gota. Es la editorial de Faes. Gota a Gota proporciona regularmente en librerías, ensayos de contenido político, económico, histórico o sociológico. Estos libros recogen las nuevas ideas y avatares de la España actual, los cambios que se anuncian en todo el mundo y al significado del liberalismo en la historia de España. Desde mayo de 2014 a noviembre de 2005.

* Cuadernos de Pensamiento Político. Es una revista trimestral que recoge artículos extensos de especialistas españoles y extranjeros sobre diferentes asuntos políticos, económicos, sociales o culturales. La suscripción puede realizarse desde la web. Desde octubre de 2014 a octubre de 2003.

* Libros. Faes edita libros sobre diferentes temas, que reflejan en ocasiones las aportaciones obtenidas en ciclos de seminarios o de conferencias. El catálogo editorial se encuentra disponible en la web. Además, Faes cuenta en su biblioteca con un amplio fondo bibliográfico de política, economía, relaciones internacionales, medio ambiente, educación, arte y literatura. Aparecen en la web desde julio de 2014 a enero de 1995.

* Papeles Faes. Asiduamente Faes distribuye, tanto por correo electrónico como en edición impresa, una publicación o revista que refleja en un formato breve una determinada tesis sobre un asunto concreto, en muchos casos de actualidad. Varios miles de personas reciben por correo electrónico los Papeles Faes. La suscripción es gratuita y puede realizarse desde la web. Desde octubre de 2014 a diciembre de 2009.

* Centro de documentación. Faes dispone de abundantes colecciones bibliográficas y documentales relacionadas con el pensamiento, la política, la economía o diferentes cuestiones sociales, así como sobre el Partido Popular y muchas de sus actividades. El acceso a dicha documentación está disponible, bajo determinadas condiciones, para su consulta.

- Memorias

* Memorias de actividades. Desde 2013 a 2003.

- Actos

Incluyen una relación cronológica de actos (presentaciones, desayunos, reuniones, mesas redondas, conferencias, cursos, seminarios, etc.) que no llegan a estar clasificados por su tipología.

Se incluyen desde diciembre de 2014 hasta abril de 2012.

- Concesión de premios Sí

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

* Videos. Van desde diciembre de 2014 a junio de 2007.

* Fotografías. No incluyen fecha concreta, sí los años: 2014 y 2013.

* Audio. Desde marzo de 2014 a julio de 2003.

* Campus Faes. Tanto en España como en el extranjero. Se constituye como marco para la celebración de cursos, con conferencias y mesas redondas, en sesiones de mañana y de tarde, a cargo de prestigiosos académicos, políticos y analistas, así como de protagonistas de la sociedad civil, que comparten sus puntos de vista y reflexiones sobre cuestiones de actualidad política. El Campus Faes en el extranjero tiene presencia en Argentina, Chile, Perú, Centroamérica y el Caribe, y en Colombia.

* Centro de Estudios. Cuenta con dos centros de estudios: el Centro Faes de Estudios Iberoamericanos y el Centro Faes de Estudios Atlánticos.

* Programas.

Programa de Visitantes Iberoamericanos. Cada año, medio centenar de jóvenes, con una notable proyección política, procedentes de diferentes países iberoamericanos, participan durante dos semanas en un programa de intercambio de ideas.

Programa de Visitantes de Oriente Medio y Norte de África. Celebrado conjuntamente por la Fundación Faes y el Centro de Estudios Europeos (CES) se celebra en Madrid y en él participan una veintena de alumnos vinculados a movimientos reformistas y democráticos de ocho países de la región.

Programa de Excelencia Faes. Se realiza con el objetivo de consolidar los vínculos con partidos, instituciones, organismos públicos y think tanks de países iberoamericanos y fortalecer prácticas democráticas y liberales. Con este fin, los participantes asisten a formación de alto nivel sobre liderazgo y excelencia en instituciones (Faes, Presidencia del Gobierno, Alcaldías de Madrid y Alcobendas, Presidencia de la CAM, Congreso, Casa de América), empresas (Santander, Real Madrid, Grupo Villar-Mir, Telefónica) y talleres formativos en colaboración con escuelas de negocio y centros prestigiosos (IESE, IE Business School, MAS Consulting, Fundación Metrópoli).

* Observatorio económico. Más veterano que el Observatorio de la educación, al empezar a funcionar en 1986.

* Observatorio de la educación. Comenzó como actividad en 2006.

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto en la parte inferior de todas las páginas. En el mismo, aparecen los datos de contacto del think tank, un sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, un plano real de la ciudad donde se sitúa la Fundación y el código bidi (código QR) correspondiente.

También en la parte inferior de todas las páginas, figura una referencia para suscribirse a la web (“Suscríbese a la web”).

En el apartado de Campus Faes, incorpora un aviso de “Suscríbese a boletín”, que permite la suscripción correspondiente. Asimismo, dentro de Publicaciones, en la de “Cuadernos de pensamiento político”, incluye la posibilidad de suscripción a la misma en papel.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografía, audio y vídeo.

- **Sala de Prensa virtual**

- Principales aspectos de su contenido

Dispone de apartado propio bajo la denominación de Prensa. No tiene una estructura concreta. Sí incluye:

- Notas de prensa (con imágenes y acceso a redes sociales)

- Si está actualizada

- Notas de prensa: Desde 14 de enero de 2015 a mayo de 2013.

Quedaría complementada con el apartado Multimedia, en el que incluye vídeos, fotografías y audios corporativos.

• Traducción de la página a otros idiomas

En español, con opción a traducción al inglés.

• Enlaces a otras instituciones relacionadas

Sí

Lo clasifican como Redes Faes en Europa, en Estados Unidos, en América Latina y Redes Internacionales de partidos políticos.

Como Redes Faes en Europa, incluyen las redes europeas de think tanks (Centre for European Studies, European Ideas Network, European Network of Political Foundations, European Resource Bank, Stockholm Network) y think tanks nacionales. Los think tanks nacionales son los siguientes. Alemania: Fundación Konrad Adenauer, Fundación Hans Seidel, Fundación Friedrich Naumann, Fundación Bertelsmann. Austria: Politische Akademie der ÖVP. Bélgica: Friends of Europe. Francia: Fondation pour l'Innovation politique, Fondation Robert Schuman. Grecia: Konstantinos Karamanlis Institute for Democracy, Konstantinos Karamanlis Foundation. Hungría: Századvég Foundation. Italia: Fondazione Fare Futuro, Fondazione Magna Carta, Fondazione Nova Res Publica, Foro Ambrosetti. Portugal: Instituto Francisco Sa Carneiro, Instituto do Estudos Políticos. Reino Unido: Chatham House, Centre for Social Justice, Conservative Way Forward, Institute for Economic Affairs, Institute for Public Policy Research, Margaret Thatcher Foundation, C change, Open Europe, Policy Exchange, The Bow Group, Westminster Foundation for Democracy. República Checa: CEVRO Liberal Academy. Suecia: Timbro, Jarl Hjalmarsson Stiftelsen.

Como Redes Faes en Estados Unidos, incluye think tanks e institutos políticos y organismos de cooperación. Como think tanks: American Enterprise Institute, Atlantic Council, ATLAS Economic Research Institution, Brookings Institution, Carnegie Endowment for International Peace, CATO Institute, Center for Strategic and International Studies, Center for Transatlantic

Relations, Congressional Hispanic Leadership Institute, Council on Foreign Relations, Heritage Foundation, Hispanic Leadership Network, Hoover Institution, Inter-American Dialogue, Manhattan Institute for policy research RAND Corporation.

Como institutos políticos y organismos de cooperación: Foundation for Defense of Democracies, National Democratic Institute, National Endowment for Democracy, USAID.

Como Redes Faes en *América Latina*, la red iberoamericana de antiguos becarios Faes (más de 670 personas de 20 países iberoamericanos), think tanks e institutos políticos, universidades y red de luchadores por la libertad de Cuba. Como think tanks e institutos políticos, los siguientes. México: Fundación Rafael Preciado Hernández, Fundación Adolfo Christlieb Ibarrola, Fundación Miguel Estrada Iturbide, Fundación Humanismo Político. República Dominicana: Fundación Global para el Desarrollo. Guatemala: Fundación Libertad y Desarrollo. El Salvador: Instituto América Libre. Nicaragua: Fundación José Dolores Estrada. Colombia: Corporación Pensamiento Siglo XXI, Fundación Víctimas Visibles, Fundación Buen Gobierno, Instituto de Ciencia Política Hernán Echevarría Olózaga. Venezuela: Fundación Justicia y Democracia. Ecuador: Fundación Ecuador Libre. Perú: Instituto Peruano de Economía. Bolivia: FUNDEMOS. Brasil: Fundação Liberdade e Cidadania, Instituto Liberdade, Instituto do Estudos Empresariais. Argentina: Fundación Pensar, Fundación Libertad. Uruguay: Instituto Manuel Oribe. Chile: Fundación Jaime Guzmán, Instituto Libertad, Instituto Libertad y Desarrollo. Nueve universidades de siete países latinoamericanos. Diecisiete integrantes de la red de luchadores por la libertad de Cuba.

Como Redes Internacionales de partidos políticos: Internacional Demócrata de Centro, Unión Demócrata Internacional, Partido Popular Europeo, Grupo del PPE en el Parlamento Europeo, Organización Demócrata Cristiana de América Latina, Unión de Partidos de Latino América.

- **Inclusión de blogs**

No. Aunque sí incluye un acceso en todas las páginas a una *Newsletter*, un enlace que no está operativo (a 14-01-15, fecha de análisis).

- **Inclusión de buscador**

No

Sí lo hay, de forma específica, en el apartado de Publicaciones. Año ordenar por mostrar

- **Inclusión de agenda**

No. Sí incluyen las fechas correspondientes de los actos que reseñan.

- **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos destacados en la home y en todas las páginas interiores, en la parte superior derecha a Facebook, Twitter, YouTube y Google+.

También en las notas de prensa (a Facebook, Twitter y Google+),

- Número de seguidores**

Facebook. 116 personas hablando de esto, 7.168 ‘me gusta’ (*análisis a 15-01-2015*).

Twitter. 7.981 seguidores, 1.081 *tweets* (*análisis a 15-01-2015*).

YouTube. Visualizaciones de cada video en el primer pantallazo: 35, 22, 75. Visibles a un clic: 35, 47 y 9 (*análisis a 15-01-2015*).

Google+. 28 seguidores. 4.091 visitas (*análisis a 15-01-2015*).

- Frecuencia de la actualización**

Facebook. Diaria.

Twitter. Diaria.

YouTube. Quincenal (no aparece fecha. Se aprecia a través de la fecha que indica desde la que se compartió el vídeo).

Google+. No se advierte.

- Temática de los contenidos**

Facebook. Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, así como proyectos propios).

Twitter. Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, así como proyectos propios).

YouTube. Economía, política, social (noticias, proyectos propios).

Google+. No se advierte.

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)**

Facebook. No se advierte.

Twitter. Retuitean algunos mensajes o *tweets*.

YouTube. No se advierte. Sí comparten los vídeos.

3.1.9.- Fundación para la Innovación Tecnológica (Cotec)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

En 1990, haciéndose eco de una sugerencia del Rey de España, un grupo de empresarios decidió crear una organización de carácter empresarial con el fin de contribuir a promover la innovación tecnológica y a incrementar la sensibilidad social por la tecnología. Ese objetivo, importante para la mejora de la competitividad, ha estado presente desde entonces en aquel proyecto, que adoptó la forma jurídica de Fundación en octubre de 1992. Hoy en día, Cotec es ya una realidad consolidada, con raíces y vocación de continuidad, según reconoce el propio think tank.

Su origen netamente privado y claramente empresarial, la importancia y el número de instituciones y empresas que se han sumado al proyecto inicial y, sobre todo, el apoyo que desde el principio ha recibido de la Corona, convierten a Cotec en una organización singular, incluso en los países de nuestro entorno.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Para contribuir a promover la innovación tecnológica y a incrementar la sensibilidad social por la tecnología, en pro de la mejora de la competitividad.

- Cuándo nacen 1990

- Objetivos

Para cumplir su misión, Cotec tiene fijados los siguientes objetivos estratégicos de carácter permanente, que guían las actividades que emprende:

1. Promoción de la cultura tecnológica y de actitudes innovadoras.

La Fundación aspira a que se consolide la innovación tecnológica como valor cultural y como norma de conducta empresarial.

2. Análisis de los efectos de la innovación.

Contribuir al conocimiento de las consecuencias que el cambio tecnológico tiene para las empresas y para la sociedad en general.

3. Presencia institucional.

Transmisión de esta visión empresarial a las instituciones, para que sea uno de sus puntos de partida, a la hora de diseñar sus actuaciones de contenidos tecnológicos e industriales.

- Equipo directivo Patronato

- **Número de miembros** 66
- **Composición** Presidente, Vicepresidentes, Patronos consejeros, Patronos a título personal, Patronos y Secretario del Patronato

Patronato (2014)

<i>Presidente</i>	Cristina Garmendia Mendizábal (Genetrix)
<i>Vicepresidentes</i>	Arturo Aliaga López (Dpto. Industria e Innovación Gobierno de Aragón) Salvador Gabarró Serra (Gas Natural Fenosa)
<i>Patronos consejeros</i>	Rocío Albert López-Ibor (D. G. Universidades e Investigación de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid) César Alierta (Telefónica) Antonio Brufau (Repsol) Antoni Esteve (Esteve) Isidro Fainé (La Caixa) Arturo Fernández Álvares (Cámara de Comercio e Industria de Madrid) Fernando Francés (Everis) Florencio Lasaga (Fundación Ramón Areces) Abel Matutes Prats (Grupo de Empresas MATUTES) Javier Monzón (Indra)

Joaquín Moya Angeler (Corporación Tecnológica de Andalucía)
Juan Roig Alfonso (Mercadona)
Fernando Ruiz (Deloitte)
José Ángel Sánchez Asiaín (BBVA)
Ignacio Sánchez Galán (Iberdrola)
José Sánchez Maldonado (Junta de Andalucía)
Arantza Tapia (Grupo Spri)
Manuel Antonio Varela Rey (Agencia Gallega de Innovación)
Juan –Miguel Villar Mir (OHL)

Patronos a Título Personal José Ferrer Sala
Manuel Gala Muñoz
José Antonio Garrido Martínez
Francisco Marín Pérez
Álvaro de Orleans-Borbón
José Antonio Pérez-Nievas
Adrián Piera Jiménez
Antonio Sáenz de Miera (Patrono Secretario)
Jaime Terceiro Lomba

Patronos José Jaime Alonso Díaz-Guerrera (Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Castilla – La Mancha)
José Ballesta Germán (Instituto de Fomento de la Región de Murcia)
Máximo Buch Torralba (IVACE)
Héctor Casado López (Asociación Madrid Network)
Antonio Juan Cortés (Fundación Neoelectra)
Javier Ellena Aramburu (Lilly)
Javier Erro Urrutia (Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja)
Antonio Flores Horcas (Loop Business Innovation)
Federico Flórez Gutiérrez Ferrovial)
Jorge Gallardo Ballart (Almirall)
Arsenio Huerco (Fundación Universidad – Empresa)
Joseba Jaureguizar (Tecnalia)
Alejandro Klecker de Elizalde (Clarke, Modet & Co.)
Jorge R. López (3M España)
Carlos Mas Ivars (Price Waterhouse Coopers)
Jorge Mata (Kincubator)
Onintze Matías (Vicinay Cadenas)
Emmanuel Mielvaque (Alma CG)
Pedro Mier Albert (Mier Comunicaciones)
José Antonio Monago (Junta de Extremadura)
Fernando Moreno Egea (Solutex)
Carmen Moriyón (Ayuntamiento de Gijón)
Bárbara Navarro (Google España)
Carlos de Palacio y de Oriol (Patentes Talgo)
Florentino Pérez Rodríguez (Fundación ACS)



Fernando del Rey (Crisa)
Paulino Rivero (Agencia Canaria de Investigación,
Innovación y Sociedad de la Información)
Francisco Román Riechmann (Fundación Vodafone)
Francisco Sánchez Asiaín (Eurocontrol)
Beatriz Simón Castelletts (Ayto. de Valencia)
José B. Terceiro (Fundación Focus – Abengoa)
Graciano Torre (Instituto de Desarrollo Económicos del
Principado de Asturias)
Manuel Torres (M. Torres Diseños Industriales)
Gonzalo de Ulloa (Gómez – Acebo & Pombo Abogados)

Secretario del Patronato Juan Mulet Meliá (Fundación Cotec)

Comisión Ejecutiva (2014)

Presidente Cristina Garmendia Mendizábal (Genetrix).

Vicepresidentes Arturo Aliaga López (Dpto. Industria e Innovación
Gobierno de Aragón)
Salvador Gabarró Serra (Gas Natural Fenosa)

Miembros Javier Monzón (Indra)
Joaquín Moya Angeler (Corporación Tecnológica de
Andalucía)
Álvaro de Orleans-Borbón
Juan-Miguel Villar Mir (OHL)

Director General Juan Mulet Meliá (Fundación Cotec)

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato + Comisión Ejecutiva + 5 Comités (organizados por temáticas) + 3
Comisiones (sobre innovación)

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Cotec**
Pl. Marqués de Salamanca 11, 2º izda.
28006 Madrid
Tel. +34 91 436 47 74
Fax. +34 91 431 12 39
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Cotec Europa. Basándose en la experiencia de Cotec España fomentando durante más de una década el uso de la innovación tecnológica en las empresas y la sociedad del país, empresarios, académicos y políticos italianos y portugueses, se animaron a crear instituciones homólogas, la Fondazione Cotec de Italia en 2002 y Cotec Portugal-Associação Empresarial en 2003, con el decidido impulso de sus respectivos jefes de estado que hoy son sus presidentes de honor.

Entre los objetivos comunes, se pueden mencionar la sensibilización hacia el uso de la tecnología, la simplificación de la interacción entre las empresas, las universidades y las Administraciones públicas para favorecer la transferencia de tecnología, el impulso de proyectos de I+D, la elaboración de mapas científico-tecnológicos, la sensibilización del mundo financiero hacia la innovación, el análisis de la demanda de tecnología de las empresas y de los efectos de la innovación, el fomento de observatorios para la detección de oportunidades tecnológicas o contribuir a mejorar la eficiencia de las políticas de innovación.

La coincidencia de necesidades y objetivos para el progreso de la innovación entre los tres países, llevó a sus respectivos jefes de estado, y presidentes de honor de cada organización Cotec, a impulsar la iniciativa Cotec Europa pensada para contribuir a que las políticas de innovación de los tres países y de la Unión Europea se adapten mejor a las necesidades de sus tejidos productivos.

En su momento, cuando empezó a cobrar fuerza el concepto de un "espacio europeo de la ciencia" y se reclamaba un "espacio europeo de la innovación", se consideró oportuno hacer llegar a Bruselas las necesidades y peculiaridades de los países del sur de Europa. En esta línea comenzaron a trabajar las instituciones Cotec de Italia, de Portugal y de España ya que, como se ha mencionado anteriormente, los tres países tienen estructuras de innovación muy similares y comparten problemas e intereses comunes.

De estos trabajos han surgido propuestas consensuadas entre los tres Cotec que se han aprobado en los diversos Encuentros Cotec Europa que, bajo la presidencia de los jefes de estado de los tres países, y con la participación de diferentes miembros de los Gobiernos respectivos, son organizados anualmente desde 2005 de forma alternativa en cada país.

2 - FINANCIACIÓN

Su origen netamente privado y claramente empresarial, la importancia y el número de instituciones y empresas que se han sumado al proyecto inicial y, sobre todo, el apoyo que desde el principio ha recibido de la Corona, convierten a Cotec en una organización singular también en los países de nuestro entorno.

- Cuotas de socios

Habla de miembros, sin dar más detalle, por lo que se deja entrever que existe algún tipo de colaboración. Aparecen 70 empresas de este tipo.

- Patrocinios

Habla de miembros, sin dar más detalle, por lo que se deja entrever que existe algún tipo de colaboración. Aparecen 70 empresas de este tipo.

- Suscripciones --

- Otras formas de financiación --

3 - ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

La innovación tecnológica, fundamentalmente, al tratarse Cotec de una organización de carácter empresarial con el fin de contribuir a promover la innovación tecnológica y a incrementar la sensibilidad social por la tecnología.

4 - MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

Son de la misma temática, tecnología e innovación. Anual. Su publicación en la web está actualizada. Desde 2014 hacia 1995.

* Búsqueda por colecciones:

Informes Cotec sobre el Sistema Español de Innovación

Discursos pronunciados en las Asambleas y en otros eventos públicos de Cotec

Documentos Cotec sobre Oportunidades Tecnológicas

Documentos Cotec sobre Necesidades Tecnológicas

Estudios

Actas: Escuela de Economía de la Innovación Zvi Griliches

- **Publicaciones**

* Boletín Cotec. Es un boletín de noticias mensual. La periodicidad suele ser trimestral. Incluye 9 números. Desde septiembre de 2014 hacia noviembre de 2013.

* Notas Innovación. Aparecen cuatro. Sin periodicidad definida. Desde abril de 2014 a enero de 2014.

* Novedades. Informes, estudios o libros. Aparecen veinte. No incluye detalle con las fechas exactas. Desde 2014 a 2011.

* Búsqueda por colecciones:

Informes Anuales: Tecnología e Innovación en España

Excelencia de la Tecnología Española, Libros Blancos de los Sistemas de Innovación

Innovación práctica

Clásicos Cotec de Gestión de la Innovación

Encuentros Empresariales Cotec

Cotec Europa

Gestión de la tecnología y la innovación: Temaguide

Observaciones de buenas prácticas en los Sistemas de Innovación

Ensayos Cotec

Memorias

* Búsqueda por temas:

Teoría

Datos

Gestión

Administración

Sistemas

- **Memorias**

Las Memorias de Cotec recogen la dirección seguida por la Fundación en el ejercicio correspondiente a través de las actividades significativas realizadas y los aspectos operativos de la organización. Se trata de un documento que facilita la comprensión de las funciones y objetivos de Cotec, según reconoce la misma Fundación. Publicadas con retraso. La última corresponde al período 2011-2012. Abarcan hasta el período 1994-95.

- Actos

No aparecen reflejados en la web, a pesar de existir un apartado específico (Eventos, dentro de Sala de Prensa).

Existe un recuadro en todas las páginas, anunciando la celebración de un debate, sin dar mayor detalle. Remite a un “Acceso para usuarios” para poder acceder a más información).

- Concesión de premios No

- Otros (observatorios, encuestas, etc.) --

5 - SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

Está actualizada, aunque con retraso de unos tres meses.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Dispone de sistema para hacer consultas a través de incluir los datos personales, bajo el apartado de Contáctenos, en el que da los datos de contacto. Incluye en la home y en las páginas interiores en la parte inferior dicho apartado.

Existen tres apartados de acceso restringido a través de contraseña: Acceso Usuarios, Acceso Comités, Acceso Actas.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Sólo fotografías.

- **Sala de Prensa virtual**

- **Principales aspectos de su contenido**

- Dispone de apartado propio, bajo la denominación de Sala de Prensa. Está estructurada en las siguientes secciones:

- Notas de prensa
 - Eventos

- **Si está actualizada**

- Notas de prensa. Desde septiembre de 2014 a junio de 1999.
 - Eventos. Apartado que aparece en blanco o sin contenido alguno.

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al inglés.

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Sí. Incluye cuatro enlaces dentro del apartado Publicaciones, a instituciones con las que comparte valores y principios, a las que está vinculado o es participante activo. Se trata de Fondazione Cotec (Italia), Associação Cotec (Portugal), Panel de Innovación Tecnológica (PITEC) y Oficina Española de Patentes y Marcas.

- **Inclusión de blogs**

No

- **Inclusión de buscador**

Sí

- **Inclusión de agenda**

No. Se desconoce si existe tal opción dentro del apartado de Usuarios, de acceso restringido a través de contraseña.

- **Acceso a redes sociales**

No

Únicamente, hay una referencia a RSS, como opción a suscribirse a este sistema, dentro de cada uno de los boletines Cotec (en Publicaciones).

3.1.10.- Instituto de Estudios Fiscales (IEF)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

En su configuración actual, el Instituto de Estudios Fiscales (IEF) fue creado como organismo autónomo por la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social. Está adscrito al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas a través de la Secretaría de Estado de Hacienda y cuenta con un Estatuto propio. La nueva organización del Instituto, tras dicha modificación, donde se regula una nueva estructura orgánica, se inscribe en el marco de la respuesta racionalizadora de las Administraciones públicas de adecuación de sus organismos a las necesidades devenidas y a los nuevos entornos y demandas de servicios, así como a los retos planteados por el necesario saneamiento del déficit presupuestario, el aumento de la eficiencia del sector público y la satisfacción de las demandas ciudadanas.

Su misión institucional, con carácter general, se centra en dos grandes áreas:

- Por una parte, los estudios, investigación y asesoramiento económico y jurídico en las materias relativas a los ingresos y gastos públicos y su incidencia sobre el sistema económico y social, así como el análisis y explotación de las estadísticas tributarias. Sus destinatarios son el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, otros ministerios, organismos públicos e instituciones, del ámbito nacional e internacional.
- Por otra parte, la formación, colaborando en los procesos de selección y formación de funcionarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, así como la cooperación con otras instituciones nacionales e internacionales en materia de formación y asistencia técnica. Sus destinatarios son los funcionarios y personal de la Administración General del Estado, Comunidades Autónomas y Administración Local, y personal de otras Administraciones internacionales.

- Vinculación

- **Pública** Sí
- **Privada** No
- **Mixta** No

- Por qué surgen

El Instituto de Estudios Fiscales nace en respuesta a la necesidad de elaboración de un trabajo de investigación permanente y sistemática sobre el perfeccionamiento y adecuación constante de las instituciones fiscales a las exigencias de la política económica y social.

- **Cuándo nacen** 1960

- Objetivos

El Instituto de Estudios Fiscales (IEF), de acuerdo con las funciones que tiene asignadas, es un centro de formación, investigación, documentación y editor. La misión institucional de esta entidad consiste en impulsar y articular núcleos de reflexión e investigación –propios y externos- que conecten con las necesidades de la Hacienda Pública y la sociedad. Para ello desarrolla un importante esfuerzo editorial con el propósito de consolidar las distintas colecciones de libros existentes y de potenciar la difusión de los trabajos de investigación que se desarrollan en el ámbito o con la ayuda de este organismo.

- **Equipo directivo** Dirección General

• **Número de miembros** 8

• **Composición** Director General, Dirección de la Escuela de la Hacienda Pública, Dirección de Estudios, Secretaría General y vocalías asesoras

Dirección General del IEF (2015) José Antonio Martínez Álvarez

Dependientes del Director General existen los siguientes órganos directivos, con nivel orgánico de Subdirección General:

Dirección de la Escuela de la Hacienda Pública Manuel José Díaz Corral

Dirección de Estudios Jesús Rodríguez Márquez

Secretaría General Marta Ganado López

Vocalías asesoras de la unidad de apoyo a la Dirección General:

Vocal Asesora de Economía Nuria Badenes Plá

Vocal Asesora de Derecho Financiero y Tributario Cristina García-Herrera
Blanco

Vocal Asesor para el Campus Virtual

José María López García

Vocal Asesor para Asuntos Estadísticos

César Pérez López

- Órganos de gobierno (organización interna)

Consejo Rector + Dirección General

La Dirección General está estructurada en tres *áreas de trabajo*:

Área de Formación (Dirección de la Escuela de la Hacienda Pública), Área de Gestión y Biblioteca (Secretaría General) y Área de Investigación, Asesoramiento y Publicaciones (Dirección de Estudios).

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Instituto de Estudios Fiscales**
Avda. Cardenal Herrera Oria, 378
28035 Madrid
informacion@ief.minhap.es
Tel. +34 91 339 88 00
www.ief.es
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Sí. Figura un enlace a un espacio web de una actividad del IEF, el Campus Virtual.

2 -FINANCIACIÓN

- **Cuotas de socios** --

- **Patrocinios** --

El Instituto de Estudios Fiscales (IEF) fue creado como organismo autónomo por ley, adscrito al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas a través de la Secretaría de Estado de Hacienda y cuenta con un Estatuto propio.

- **Suscripciones** --

- **Otras formas de financiación** --

3-ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** Sí

- **De más de una temática, incluida la economía** No

Como se ha indicado anteriormente, su misión institucional se centra en dos grandes áreas:

- Por una parte, los estudios, investigación y asesoramiento económico y jurídico en las materias relativas a los ingresos y gastos públicos y su incidencia sobre el sistema económico y social, así como el análisis y explotación de las estadísticas tributarias.
- Por otra parte, la formación, colaborando en los procesos de selección y formación de funcionarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, así como la cooperación con otras instituciones nacionales e internacionales en materia de formación y asistencia técnica.

4 – MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

* Documentos de trabajo. Desde 2014 a 2000 (no se precisan los meses).

* Papeles de trabajo. Desde 2014 a 1998.

* Documentos de EUROSocial II. Desde 2014 (no se precisa el mes) a octubre de 2012.

* Documentos de trabajo del Observatorio de financiación autonómica y políticas públicas. Desde 2008 a 2005.

* Notas breves del Observatorio de financiación autonómica y políticas públicas. Ejercicio 2006.

* Informe Estadístico del Observatorio de financiación autonómica y políticas públicas. Ejercicio 2005.

- Publicaciones

* Revistas.

Crónica Tributaria. Desde 2014 a 1998 (no se precisan los meses).

Hacienda Pública Española//Review of Public Economics. Desde abril de 2014 a enero de 1998.

Presupuesto y Gasto Público. Desde julio de 2014 a julio de 2001.

Foro Fiscal Iberoamericano. Desde el segundo semestre de 2003 a noviembre de 2005.

Cuadernos de Formación. Desde 2014 hasta 2006 (no se precisa el mes).

Crónica Presupuestaria. Desde 2014 a 2013 (no se precisa el mes).

En Biblioteca, apartado de Recursos, aparecen las revistas recibidas en los últimos 30 días.

* Libros.

Estudios de Hacienda pública. Desde 2014 a 2001.

Estudios jurídicos. Desde 2014 a 2001.

Estudios históricos. Ejercicio 2014.

Investigaciones. Desde 2005 a 2001.

Investigaciones jurídicas. Ejercicio 2003.

Libros blancos. Desde septiembre de 2007 a julio de 2001.

Manuales de la Escuela de la Hacienda Pública. Desde septiembre de 2013 a 2003.

Series Azules. Desde junio de 2011 a 2001 (no aparece fecha más concreta, sólo la del depósito legal de la publicación).

Libros Históricos. Desde 2013 a 1971.

Otras Publicaciones. Desde 2010 (primera fecha que aparece) a 2001.

Informes IEB. Desde el tercer trimestre de 2014 a mayo de 2013 (fecha orientativa que aparece en el interior, en una colaboración).

Informes OCDE. Desde julio de 2010 a 2001.

Catálogo completo de Libros del IEF (2001-2014)

En Biblioteca, apartado de Recursos, aparecen los libros recibidos en los últimos 45 días.

* Base de datos Económicos del Sector Público español (Badespe).

De descarga gratuita. Con información de la última actualidad disponible hasta datos de 1980.

* Barómetro Fiscal IEF. Desde 2010 a 2003.

- Memorias

* Memorias. Desde 2012 a 2004.

- Actos

Incluye, bajo el apartado de Destacados/ Relaciones Institucionales, un vínculo a las actividades institucionales destacadas que aparecen en la memoria 2012, así como a las instituciones con las que se han firmado convenios o acuerdos en el referido año.

- * Conferencias. Desde 2007 (no da más detalle) a febrero de 2006.
- * Cursos y talleres. Se incluyen desde diciembre de 2014 a mayo de 2006 (en distintos apartados de la web).
- * Seminarios. Desde diciembre de 2011 a enero de 2004 (en distintos apartados de la web).
- * Foro Sainz de Bujanda. Desde abril de 2011 a mayo de 2008.
- * Foro García Añoveros. Desde octubre de 2010 a mayo de 2010.
- * Conferencias. Desde enero de 2011 a abril de 2010.
- * Cursos de verano. Desde verano 2014 a verano 2005.
- * Cursos Internacionales. Ámbito Iberoamericano. No aparece referencia temporal.
- * Cursos de Posgrado. Másteres (aparecen ediciones de 2013-15 y de 2014-15) y Doctorado (programa curso 2008-2009).
- * Cursos de Hacienda Pública y Fiscalidad Internacional. De abril a septiembre de 2010.
- * Cursos de Economía Pública. Desde 2014 a 2011.

- Concesión de premios

Sí. Premios a tesis doctorales (desde 2014 a 2002).

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

* Campus Virtual. Figura un enlace a un espacio web específico.

* Observatorio de financiación autonómica y políticas públicas. Es una línea de investigación desarrollada en el seno del Instituto de Estudios Fiscales, que tiene por objeto la recopilación y sistematización de información, evaluación y análisis de las actuaciones de las Comunidades Autónomas en materia de financiación y de políticas de gasto.

* Microsimulador Fiscal. Se simulan cambios en los impuestos directos e indirectos

* Encuesta. Sobre la ropa web.

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

No está muy actualizada.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto en la parte inferior de todas las páginas. En el mismo, aparecen los datos de contacto del think tank. En la home, en Información general/ situación, vuelven a aparecer los datos, con un mapa de situación.

Al final del mismo, aparece un acceso de Documentos de acceso restringido, para el que solicita clave.

Permite la posibilidad de realizar suscripciones para instituciones y para particulares, en algunas publicaciones.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Sólo fotografía (uso escaso). Sin audio ni vídeo.

- **Sala de Prensa virtual** --

- **Principales aspectos de su contenido**

No dispone de apartado propio. Los actos y agenda pueden localizarse en el apartado de Destacados, dentro de Relaciones Institucionales, y en Investigación, dentro de Temas y Cursos y Seminarios.

- **Si está actualizada**

Los apartados referidos no parecen muy actualizados.

- **Traducción de la página a otros idiomas**

En español, con opción a traducción al catalán, vasco, gallego, inglés, francés (en este orden).

- **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

Sí

Figura, en lugar visible (dentro del apartado de Destacados y del de Formación), un enlace a un espacio web de una actividad del IEF, el Campus Virtual.

De forma general, clasifican los enlaces en:

Administración General Estado (AGE): Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio de Economía y Competitividad.

Organismos Públicos AGE: Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias (AETS), Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva, AEVAL (Agencia Estatal de Evaluación de políticas públicas) – Ministerio de Presidencia, ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación), Consejo Interterritorial de Salud – Ministerio de Sanidad y Política social, Fundación Internacional para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP), Instituto de Estudios Sociales Avanzados (CSIC), CDTI (Centro para el desarrollo tecnológico industrial) – Ministerio de Ciencia e Innovación, DGPOLDE (Dirección General de Planificación y Evaluación de Políticas de Desarrollo)- Ministerio de Asuntos Exteriores.

Comunidades Autónomas: IVÀLUA (Instituto Catalán de Evaluación de políticas públicas).

Universidades en España: UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia), ESADE (Escuela de Administración de Empresas).

Otras webs nacionales: Instituto de Crédito Oficial (ICO), Consejo Superior Cámaras de Comercio, Arca Común.

Institutos, Centros, Asociaciones, Organizaciones Nacionales de Evaluación de Políticas e Investigación en Economía y Finanzas Públicas: Sociedad Española de Evaluación de Políticas Públicas, Instituto Flores de Lemus (Universidad Carlos III), Centro de Predicción Económica (CEPREDE) (Universidad Autónoma de Madrid), Instituto Complutense de Análisis Económico (ICAE) (Universidad Complutense de Madrid).

Institutos, Centros, Escuelas Internacionales de Hacienda: Centro Interamericano de Administración Tributaria, Instituto de Estudios Fiscales del Reino Unido.

Servicios de Estudios Económicos de Instituciones Privadas Nacionales: AFI (Analistas Financieros Internacionales), BBVA (Servicio de Estudios), Caixa Catalunya (Servicio de Estudios), Caja Madrid (Servicio de Estudios), Funcas (Fundación de las Cajas de Ahorros), La Caixa (Servicio de Estudios), Banco Santander (Servicio de Estudios).

Otras webs internacionales de evaluación de finanzas y políticas públicas: Comisión Europea (Economía, Hacienda, Fiscalidad); Comisión Europea. Financial Programming and Budget: enlace 1 enlace 2; Comisión Europea. Evaluación de impacto (*Impact Assessment*): enlace 1 enlace 2; Comisión Europea. Mejora de la regulación (*Better Regulation*); Comisión Europea. Políticas de Cohesión territorial, Consejo Nacional de Evaluación de Francia: enlace 1 enlace 2; Biblioteca virtual evaluación; The Economist (Semanaario Económico Internacional); OCDE (Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico): Evaluation of Development Programmes, International tax Dialogue; PNUD (Programa Naciones Unidas para el Desarrollo): Oficina de Evaluación; BID (Banco Interamericano para el Desarrollo): Oficina de Evaluación y Supervisión, BM (Banco Mundial): Grupo Independiente de Evaluación (IEG); Organización Internacional para la Cooperación en Evaluación (IOCE); Asociación Internacional de Desarrollo de Evaluación - International Development Evaluation Association (IDEAS); The United Nations Evaluation Group (UNEG): Foro de Evaluación de Naciones Unidas; Asociación Internacional para la Evaluación del Impacto (IAIA); GAO (The U.S. Government Accountability Office – GAO, EE.UU.); Oficina de Evaluación Independiente del FMI (Fondo Monetario Internacional); CEPAL (Comisión Económica para América Latina).

Web de Finanzas Públicas de América Latina.

Argentina: IEFTA – Instituto de Estudios de Finanzas públicas de Argentina; Ministerio de Economía y Finanzas Públicas; Subsecretaría de Ingresos Públicos. Administración Federal de Ingresos Públicos; Fundación de Investigación y Estudios Fiscales y Económicos Regionales; Instituto de Estudios de las Finanzas Públicas Argentinas.

Bolivia: Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Servicio de Impuestos Nacionales.

Brasil: Ministerio da Fazenda. Conselho Nacional de Política Fazendária; Procuradoria-Geral da fazenda nacional; BRASIL-BELO HORIZONTE. Instituto de Estudos Fiscais.

Colombia: Ministerio de Hacienda. Dirección Impuestos y Aduanas Nacionales, Departamento Nacional de Planeación (Sistema nacional de evaluación de gestión y resultados- SINERGIA), Red de Monitoreo y Evaluación de Política Pública en Colombia.

Costa Rica: Ministerio de Hacienda. Dirección Gral. de Tributación.

Cuba: Ministerio de Finanzas y Precios. Oficina Nacional de Administración Tributaria.

Chile: Ministerio de Hacienda. Servicio de impuestos internos, Dirección de Presupuestos.

Ecuador: Ministerio de Finanzas.

Guatemala: Ministerio de Finanzas Públicas, Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), Instituto Centro Americano de Estudios Fiscales.

Honduras: Secretaría de Finanzas, Dirección Ejecutiva de Ingresos.

México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Servicio de Admón. Tributaria, Instituto Hacendario del Estado de México (IHAMEN), Instituto Latino Americano de Derecho Tributario.

Nicaragua: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas.

Paraguay: Ministerio de Hacienda.

Perú: Ministerio de Economía y Finanzas, Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

República Dominicana: Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo; Ministerio de Hacienda.

Uruguay: Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General Impositiva.

Venezuela: Ministerio del Poder Popular para Economía y Finanzas, Unidad estratégica de Seguimiento y Evaluación de Políticas Públicas.

De forma específica, figuran enlaces en temas concretos de investigación que aborda el IEF. Dentro de la línea de investigación de ingresos públicos, se encuentra el enlace al Observatorio de financiación autonómica y políticas públicas. En relación con la sociología fiscal, los enlaces que aparecen son:

Enlaces nacionales

Organismos públicos

- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)
- Institutos de Investigación
- Instituto de Estudios Económicos (IEE)
- Instituto Universitario de Estudios Fiscales y Financieros

Revistas

- CSIC- Revista Internacional de Sociología (RIS)
- CIS- Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)

Enlaces internacionales

Organismos públicos

- European Public Opinion
- Economic Sociology European Website
- Australian Tax Research Foundation
- Institute for Fiscal Studies. Centre for the Microeconomic Analysis of Public Policy

Universidades Europeas

Erfurt University (Alemania): Krupp Chair in Public Finance and Fiscal Sociology
University of Cologne (Alemania). Research Institute for Public Finance
University of Viena (Austria). Unit of Economic Psychology
University of Tilburg (Holanda). Social and Economic Psychology
University of Bath (Reino Unido). Department of Psychology: Economic and Political Psychology (prof. Alan Lewis)
University of Exeter (Reino Unido): Economic Psychology Research Group
Department of Psychology (Social and Economic Socialisation)
The London School of Economics and Political Science (Reino Unido). Centre for Economic Performance Public Policy Group
Stockholm School of Economics (Suecia). Center for Economic Psychology

América del Norte

Colegio de Sonora (México): Doctorado en Sociología Económica
Cornell University (EE.UU.). Centre for the Study of Economy and Society
www.soc.cornell.edu/research/economic_sociology.html
[/www.economyandsociety.org](http://www.economyandsociety.org)
Harvard University (EE.UU.): Department of Sociology (prof. Frank Dobbin) of Sociology
University of Michigan (EE.UU.): Institute for Social Research (Center for Political Studies)
Université de Montréal (Canadá). Centre Universitaire de Recherche et Analyse des Organisations. Centre de Recherche et Développement en Économie (prof. François Vaillancourt)
University of Princeton (EE.UU.): Center for Economic Policy Studies
University of Stanford (EE.UU.): Economic Sociology Department

Área del Pacífico

University of Sydney (Australia). Faculty of Economics and Business

Revistas

Journal of Economic Psychology

Referencias relacionadas con la Educación Cívico-Tributaria

Programa Internacional de Educación Fiscal:
educacionfiscal.eurosocialfiscal.org

Enlaces, situación geográfica

Unión Europea

Dinamarca. www.skat.dk
Finlandia. www.vm.fi
Francia. www.minefi.gouv.fr
Italia. www.agenziaentrate.it
Reino Unido. www.taxmatters.hmrc.gov.uk/

Resto de Europa

Noruega. www.skatteetaten.no

Suiza. www.estv.admin.ch

Ucrania. www.sta.gov.ua

América del Norte

Canadá. www.cra-arc.gc.ca/tx/ndvdl/tpcs/lrn-tx/menu-fra.html

Estados Unidos. www.irs.gov/app/understandingTaxes/index.jsp

América Latina

Argentina. www.afip.gov.ar/et/

Bolivia. www.impuestos.gov.bo/Informacion/Pet/index.php

Brasil. leaozinho.receita.fazenda.gov.br

Chile. www.sii.cl/aprenda_sobre_impuestos/guia_educativa/guia.htm

Colombia. www.dian.gov.co

Costa Rica. www.hacienda.go.cr/centro/paginas/educacion_ciudadana.asp

Ecuador. www.sri.gov.ec

El Salvador. www.edufis.mh.gob.sv

Guatemala. portal.sat.gob.gt/ct/portal

Honduras. www.dei.gob.hn/contenidositio.php?sitio=124

México. www.sat.gob.mx/sitio_internet/sitio_aplicaciones/web_civismo07b/index.html

Nicaragua. www.dgi.gob.ni

Panamá. www.dgi.gob.pa/contadorDocumentos.aspx?URLDocumento=/documentos/semanatributaria/cescolar01.htm

Perú. www.sunat.gob.pe/educandonos/EducacionTributaria/index.html

Uruguay.

www.dgi.gub.uy/wdgi/hgxpp001?6,4,155,O,S,0,MNU;E;14;9;MNU

Venezuela. www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/manejador_contenido_seniat/05menu_horizontal/5.2educacion_tributaria

Área del Pacífico

Australia. www.ato.gov.au

Japón. www.mof.go.jp/english/tax/tax001/tax01.htm

Nueva Zelanda. www.ird.govt.nz

- **Inclusión de blogs**

No

- **Inclusión de buscador**

Sí

Aparece en todas las páginas, en la parte superior izquierda.

- **Inclusión de agenda**

Sí. Está en portada. No está actualizada.

- **Acceso a redes sociales**

No

3.1.11.- Instituto de Estudios Económicos (IEE)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

El Instituto de Estudios Económicos (IEE) es una asociación privada sin ánimo de lucro ni finalidad política, adaptada a la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, e inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones del Ministerio del Interior, que fue fundada el 9 de mayo de 1979 por un grupo de empresarios españoles para promover, realizar y difundir trabajos e investigaciones sobre materias económicas y sociales, en especial las que afectan a España con objeto de impulsar empresa privada y al mercado como mecanismo de creación y asignación de recursos.

El Instituto de Estudios Económicos ha recibido el Premio de Economía de Castilla y León Infanta Cristina en la convocatoria del año 2000, por su trayectoria continuada de estudio e investigación de la economía española a lo largo de dos décadas. También ha sido objeto de otras distinciones, por su actividad en materia de investigación tributaria así como por diversas publicaciones de su fondo editorial.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No, aunque recibe algunas ayudas públicas.

- Por qué surgen

El Instituto de Estudios Económicos nace para promover, realizar y difundir trabajos e investigaciones sobre materias económicas y sociales, en especial las que afectan a España con objeto de impulsar empresa privada y al mercado como mecanismo de creación y asignación de recursos.

- **Cuándo nacen** 1979

- **Objetivos**

El IEE nació como una asociación con tres finalidades fundamentales:

- El análisis de los grandes asuntos de carácter económico y social.
- La creación y difusión de líneas de pensamiento que orienten, y en su caso modifiquen, la opinión pública dominante sobre cuestiones económicas y sociales.
- La formación de empresarios y dirigentes empresariales en el ámbito de la economía libre de mercado.

Estos fines, que han guiado desde el primer momento la trayectoria del IEE, se inscriben dentro del marco de la libertad de empresa en una economía de mercado, como señala la Constitución española.

- **Equipo directivo** Junta Directiva

- **Número de miembros** Un Presidente, entre 10 y 20 vocales y un secretario
 - **Composición** Presidente, Vocales y Secretario Junta Directiva
- Presidente* José Luis Feito
- Secretario-Administrador* José María Goizueta

La Asociación es gestionada y representada por la Junta Directiva, que está formada por un presidente, entre diez y veinte vocales designados por la Asamblea General y un secretario con voz pero sin voto. Los representantes pertenecen a sectores de consultoría, financiero, seguros, industrias extractivas y asociaciones empresariales. Los sectores de las empresas asociadas al IEE que forman la Junta son: consultoría, eléctrico, energético, financiero, informático, inmobiliario, seguros, servicios a empresas, transportes. Asimismo, cuentan con la representación de entidades empresariales: CEOE, Funcas, CECA, UNESPA, AEB, UNESA, UNACC, ASNEF.

Asamblea General. Es el órgano supremo de gobierno de la Asociación y está integrado por todos los asociados, como marcan los estatutos. Las personas jurídicas pueden tener, en atención al volumen de su actividad, más de un representante en la Asamblea, según los criterios que determine ésta, a propuesta de la Junta Directiva.

- **Órganos de gobierno (organización interna)**

Junta Directiva + Asamblea General

Equipo de trabajo

<i>Director General</i>	Joaquín Trigo
<i>Secretario – Administrador</i>	José María Goizueta
<i>Gerente</i>	Almudena Semur
<i>Servicios de Estudios</i>	Joaquín Blanco
<i>Área de Edición</i>	José María Pérez de Tudela
<i>Área de Comunicación</i>	Erica Alonso
<i>Área de Publicaciones</i>	Pablo Hernández
<i>Área de Administración y Servicios</i>	M ^a Carmen Laguna, Cristina Prieto, M ^a Ángeles Prieto, Antonio Álvarez

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Instituto de Estudios Económicos**
C/ Castelló, 128, 6^a Planta 28006 Madrid
Tel. +34 91 782 05 80
Fax: +34 91 562 36 13
iee@ieemadrid.com
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

No

No aparece vínculo a empresas vinculadas, a pesar estar representadas en la Junta Directiva empresas de distintos sectores, así como las principales representaciones empresariales.

2 -FINANCIACIÓN

- Cuotas de socios

Se financia fundamentalmente mediante aportaciones anuales de las empresas que se han incorporado a la misma como miembros asociados.

- Patrocinios

Asimismo, percibe diversas ayudas concedidas por un conjunto de instituciones públicas y privadas para la financiación de proyectos específicos de investigación o mediante convenios de colaboración de carácter anual.

- Suscripciones

Obtiene también recursos por la venta de sus publicaciones.

- Otras formas de financiación --

3-ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

Aborda el análisis de los grandes asuntos de carácter económico y social, la creación y difusión de líneas de pensamiento que orienten, y en su caso modifiquen, la opinión pública dominante sobre cuestiones económicas y sociales, así como la formación de empresarios y dirigentes empresariales en el ámbito de la economía libre de mercado.

4 – MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

- * De presupuestos generales. De los de 2015 (octubre de 2014) a los de 2008 (octubre de 2007).
- * De coyuntura económica. Desde diciembre de 2014 a diciembre de 2005.
- * Otros informes. Ejercicio 2008.
- * Informes (clasificados en el apartado de Publicaciones). Desde 2011 a 1980.
- * Las Notas del IEE (en apartado propio y en Sala de Prensa). Desde enero de 2015 a enero de 2010.

Incluyen el precio de la publicación, la opción de solicitar información, de compartir el documento a través de más de 290 destinos (entre redes sociales, blogs, buscadores y páginas webs, en general), así como sus características técnicas y la posibilidad de acceder a la misma.

- Publicaciones

Incluyen el precio de la publicación, la opción de solicitar información, de compartir el documento a través de más de 290 destinos (entre redes sociales, blogs, buscadores y páginas webs, en general), así como sus características técnicas y la posibilidad de descargar un resumen o el índice correspondiente.

- * Colección Estudios. Desde 2014 a 1979.
- * Colección Tablero. Desde 2013 a 1982.
- * Colección Universidad. Desde 2010 a 1980.
- * Ediciones Especiales. Desde 2009 a 2006.
- * Otros. Colección CCAAs. Desde 2014 a 2005.
- * Punto de vista. Desde 2013 a 1987.
- * Revista IEE. Desde 2014 a 1981.

- Memorias

- * Memorias. Desde 2013 a 2007.

- Actos

Incluidos bajo el apartado de Eventos.

Incorpora dos aspectos que no se consideran propiamente como “eventos”, como es el caso de Comunicados y de IEE en los medios.

- * Actos públicos (conferencias, debates, desayunos de trabajo, mesas redondas). Desde julio de 2014 a noviembre de 2009.
- * Cursos y jornadas. Se incluyen desde enero de 2013 a septiembre de 2009.
- * Premios recibidos y convocados. Referencias desde diciembre de 2012 a junio de 2009.
- * Presentaciones. Desde enero de 2015 a septiembre de 2011

* Presentaciones de publicaciones editadas. Desde septiembre de 2014 a febrero de 2009.

- Concesión de premios Sí

Premio Víctor Mendoza, a la Mejor Tesis Doctoral (desde 2011 a 1998).

Premio Eugenio Domingo Solans, al mejor trabajo de Coyuntura Económica (desde 2009 a 2007, según la información disponible en la web).

- Otros (observatorios, encuestas, etc.) --

5- SU COMUNICACIÓN

- Periodicidad de los medios que emplean

No está muy actualizada. Donde más se advierte es en las convocatorias de premios, ya pasadas.

Sí lo está más la parte informativa.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto en la parte superior de todas las páginas, en el que aparecen los datos de contacto del think tank, junto a una plantilla para realizar las consultas, así como un mapa de situación. Además, incluye la dirección, teléfono, fax y correo electrónico como referencia permanente en la parte inferior de todas las páginas.

En la misma, se facilita la recepción de noticias y novedades de la asociación, a través de introducir una dirección de correo electrónico en un apartado específico.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografía y vídeo.

- **Sala de Prensa virtual**

- Principales aspectos de su contenido

Sí dispone de apartado propio. Uno de sus apartados, las Notas del IEE, también aparecen aparte bajo un epígrafe específico. Tiene una estructura concreta:

- Convocatorias de prensa
 - Galería fotográfica (correspondiente a algunos de los cargos del IEE)
 - Aparece fuera de la Sala de Prensa, como referencia permanente en el ángulo superior derecho, el apartado Galería multimedia, de fotografías y vídeos de actos organizados por el Instituto.
 - IEE en los medios
 - Las Notas del IEE (sólo en este documento incluyen formato pdf además del texto en formato html)
 - Notas de prensa
- Si está actualizada**

Las Notas del IEE, sí lo están. Las notas prensa, no tanto (de hace seis meses en relación a la fecha de este estudio). Lo que menos, las convocatorias (de hace casi tres años).

- Convocatorias de prensa. Desde mayo de 2012 a octubre de 2010.
- Galería fotográfica. Ejercicio de 2010
- Galería multimedia. Desde diciembre de 2014 a 2012 (incluye escasas referencias temporales)
- IEE en los medios. Desde enero de 2015 a enero de 2012.
- Las Notas del IEE (sólo en este documento incluyen formato pdf además del texto en formato html). Desde enero de 2015 a enero de 2010.
- Notas de prensa. Desde junio de 2014 a enero de 2010.

• **Traducción de la página a otros idiomas**

Sólo en español.

• **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

No

• **Inclusión de blogs**

No

• **Inclusión de buscador**

Sí

Aparece en todas las páginas, en la parte superior derecha.

- **Inclusión de agenda**

Sí. Está en el apartado de Eventos. Está actualizada.

- **Acceso a redes sociales**

No

Las publicaciones incluyen la opción de compartir el documento a través de más de 290 destinos, entre ellos, redes sociales, junto a blogs, buscadores y páginas webs, en general.

3.1.12.- Instituto Juan de Mariana (IJM)

1- QUIÉNES SON

- Descripción

El Instituto Juan de Mariana (IJM) es una institución independiente dedicada a la investigación de los asuntos públicos. El Instituto se define como una organización privada sin ánimo de lucro y sin ningún tipo de afiliación política. El Instituto señala que no acepta subvenciones o ayudas de ningún gobierno o partido político con el fin de mantener una independencia plena.

El think tank toma su nombre del gran pensador español Juan de Mariana. Nacido en Talavera de la Reina a finales del año 1535, el Padre Mariana se convertiría con el paso de los años en uno de los pensadores más originales y sólidos de la Escuela de Salamanca. Pronto destacó por su capacidad intelectual y, tras ingresar en la Compañía de Jesús, cursó estudios universitarios en Alcalá. Hacia 1560 fue llamado para enseñar Teología en Roma. Su creciente prestigio como profesor y pensador le llevarían más tarde a Lorete y Sicilia. A finales de esa misma década se traslada a París donde enseñaría la doctrina de Santo Tomás de Aquino. En esos momentos, Juan de Mariana ya era una de las mentes más respetadas del Viejo Continente. En 1574, vuelve a España después de haber solicitado el traslado por supuestos problemas de salud.

Su defensa de la propiedad privada y de los límites claros y estrictos del poder político continúan siendo recomendaciones para la salvaguarda de los derechos individuales de los seres humanos, según reconoce el propio think tank. Añade que su

denuncia de la adulteración monetaria, de los monopolios, de los impuestos no consentidos y de la guerra injusta, dan la talla de la aplicación de los principios liberales al estudio de las agresiones contra la libertad.

Su patrocinio del equilibrio presupuestario y de una moneda sana representa el análisis y la búsqueda de soluciones de políticas económicas al mismo tiempo eficaces y ancladas en principios éticos para las más importantes cuestiones sociales y económicas –expresa la organización-. Por último, su coherencia personal incluso en las ocasiones más adversas hace que este Instituto quiera que no sólo sus ideas fundamentales sino también su persona sean un ejemplo a seguir por las actuales generaciones de liberales dentro y fuera del país.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** Sí
- **Mixta** No

- Por qué surgen

Su fundación tuvo lugar en el año 2005 después de muchos años de trabajos conjuntos por parte de sus miembros en el campo de la investigación, el periodismo, la enseñanza y el mundo de la empresa privada. Pretende albergar las iniciativas de todos los seguidores de la libertad individual.

- **Cuándo nacen** 2005

- Objetivos

La misión del Instituto, según explica, es investigar y dar a conocer al gran público español, europeo y latinoamericano, los beneficios que para los intereses generales proporcionan la propiedad privada, la libre iniciativa empresarial y la limitación del ámbito de actuación de los poderes públicos. Entiende que sólo a través de la defensa y fortalecimiento de estas instituciones es posible garantizar los valores de la convivencia en paz y libertad, así como alcanzar cotas crecientes de bienestar y prosperidad. De este modo, el Instituto pretende convertirse, según afirma, en un punto de referencia en el debate de las ideas y de las políticas públicas con la vista puesta en una sociedad libre en la que los individuos que la componen disfruten del menor grado posible de coacción institucional.

- **Equipo directivo** --

- **Número de miembros** --

- **Composición**

No aparece ninguna información al respecto.

- **Órganos de gobierno (organización interna)**

No aparece ninguna información al respecto.

- **Redes propias**

- **Número** 1

- **Cuáles son** **Asociación Instituto Juan de Mariana**
C/ del Ángel, 2 - 28005 Madrid
Tel. +34 91 22198 24
info@juandemariana.org

- **No las hay** --

- **Empresas vinculadas**

No

2 -FINANCIACIÓN

El Instituto Juan de Mariana es una organización privada sin ánimo de lucro y sin afiliación política que financia sus actividades gracias a las ayudas que recibe de particulares, fundaciones e instituciones privadas que comparten sus objetivos. El Instituto señala que no acepta subvenciones o ayudas de partidos políticos ni agencias gubernamentales.

Esta autolimitación a sus fuentes de financiación es al mismo tiempo una muestra de coherencia y la garantía de su independencia, según afirma el Instituto. Al mismo tiempo les invita a confiar la obtención de recursos para el mantenimiento de sus actividades en defensa de la libertad individual, el libre mercado y una sociedad pacífica y próspera a aquellas personas que aprecian la libertad.

- **Cuotas de socios** --

Incluye una plantilla de datos para la formalización de la colaboración como miembro, junto a los datos bancarios correspondientes de la asociación.

Asimismo, agradece todo tipo de patrocinio en especie, mediante la prestación de servicios o la donación de bienes al Instituto.

- Patrocinios

Con el fin de mantener una independencia plena, el Instituto afirma no aceptar subvenciones o ayudas de ningún gobierno o partido político.

Al no recibir subvenciones de ningún tipo, el Instituto Juan de Mariana se financia gracias a las ayudas que recibe de particulares, fundaciones e instituciones privadas que comparten sus objetivos.

Ventajas de cada modalidad de miembro:

- Miembro simpatizante: Cuantía a voluntad del aportante. Descuento en los productos a la venta en la tienda del Instituto.
- Miembros patrocinador y joven (menor de 27 años): Descuentos en sus publicaciones y en los productos a la venta en su tienda. Para aquellos eventos que no son de acceso libre al público, significativas reducciones en el precio.
- Miembro benefactor: Una copia gratuita de cada publicación y producto de su tienda, y descuentos para unidades adicionales. Asistencia gratuita a la mayoría de sus eventos (o descuentos muy significativos).
- Empresa patrocinadora: Recepción gratuita de una selección de nuestras publicaciones y productos de su tienda. Importantes descuentos en todos sus eventos.
- Empresa benefactora: Recepción gratuita de todas sus publicaciones y productos de la tienda. Entrada gratuita a todos sus actos.

- Suscripciones

Obtiene también recursos por la venta de sus publicaciones. En el apartado de información general o corporativa, se facilita la suscripción al boletín de novedades, a través de una plantilla de datos.

- Otras formas de financiación

Los ingresos que obtiene a través de su tienda *on line*, en la que ofrece algunas publicaciones y algunos objetos con la imagen de la asociación (tazas, camisetas,

lápices o paraguas). Aparecen los precios y un formulario de datos para realizar los pedidos.

3-ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- **Sólo aspectos económicos y derivados** Sí, fundamentalmente.

- **De más de una temática, incluida la economía** No

El Instituto desarrolla tanto actividades formativas como de investigación y divulgación. Los programas formativos se concretan en la organización de cursos y seminarios monográficos, así como la concesión de becas para la realización de estudios en España y en el extranjero.

La elaboración de informes económicos sobre temas de especial interés teórico y práctico centra la labor investigadora del IJM. Los distintos departamentos del Instituto realizan y hacen públicos periódicamente sus informes sobre los temas estudiados. Al hilo de las conclusiones de sus distintos estudios, el IJM propone y defiende las reformas que puedan contribuir a mejorar las políticas públicas.

4 – MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

* Estudios IJM. Desde marzo 2014 a mayo de 2006.

* Informes IJM. Desde diciembre de 2010 a diciembre de 2007.

* Comentarios. Desde febrero de 2015 a mayo de 2005.

- Publicaciones

En el caso de los libros, incluye la opción de su compra, a partir del apartado de Tienda, donde aparece información detallada de la obra, precio y forma de obtener el pedido.

* Libros. No aparece fecha visible.

* Artículos. Desde enero de 2015 a octubre de 2000.

* Observatorio de Coyuntura Económica (OCE).

Edita Boletines OCE. Desde noviembre de 2012 a noviembre de 2007.

Edita Informes OCE. Desde noviembre de 2012 a octubre de 2007.

- **Memorias** --

- **Actos**

Incluidos bajo el apartado de Eventos.

* Conferencias. Desde febrero de 2015 a abril de 2005.

- **Concesión de premios** No

También refleja de forma destacada (en la parte superior de todas las páginas), el Premio Templeton con el que fue agraciado en 2008.

- **Otros (observatorios, encuestas, etc.)**

* Observatorio de Coyuntura Económica. Asimismo, a través de los boletines e informes, el Instituto desmenuza los porqués del ciclo económico y sigue su evolución.

5- SU COMUNICACIÓN

- **Periodicidad de los medios que emplean**

Sí está actualizada.

- **Función de la página web**

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto en la parte inferior de todas las páginas, en el que se accede directamente a un texto de correo electrónico en el que ya figura preasignada la dirección del instituto (info@juandemariana.org).

Dentro del apartado general El Instituto, en la primera pantalla, aparecen, bajo el epígrafe de Contacto, los principales correos electrónicos de la asociación, más el teléfono de contacto.

En el mismo apartado, se facilita la suscripción al boletín de novedades, a través de una plantilla de datos, así como en la portada.

Asimismo, se proporciona el acceso directo al correo electrónico corporativo para la persona que manifieste su interés en colaborar con el Instituto de alguna de las formas establecidas.

En el apartado de Tienda, aparece un formulario de datos para realizar los pedidos.

En el apartado Multimedia, en los tres tipos de soporte (fotografía, audio y vídeo), se incluye, en un formato específico, la opción de recomendar cada una de las informaciones a un tercero. Asimismo en Artículos, Comentarios Eventos, Investigación y Formación.

En el apartado Prensa, figura como contacto un correo electrónico específico.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografía, audio y vídeo. Los dos últimos, en los apartados correspondientes de Multimedia y TV IJM.

- **Sala de Prensa virtual**

En el exterior de la Sala de Prensa, aparecen las reseñas de prensa bajo el epígrafe Repercusión en prensa, dentro del apartado general de El Instituto. Van desde marzo de 2010 a octubre de 2007 (*última fecha accesible de las que sí comprende*).

Asimismo, fuera de la Sala de Prensa, en el apartado Multimedia, también aparecen contenidos institucionales en los formatos de fotografía (desde julio de 2013 a septiembre de 2006), audio (desde junio de 2009 a diciembre de 2006) y vídeo (desde julio de 2014 a abril de 2005). De éstos últimos, se incluye una clasificación de los vídeos que se muestran: conferencias, eventos, programas de televisión y lecciones de economía. En los tres tipos de soporte, se incorpora, en un formato específico, la opción de recomendar la información a un tercero.

También aparece el apartado TV IJM, en el que se da información de las próximas actividades en directo.

- Principales aspectos de su contenido

Sí dispone de apartado propio, en el que recoge la información que emite el Instituto, a través de notas de prensa o comunicados. No tiene una estructura concreta. Incluye las notas de prensa y una relación de los artículos o informaciones que se muestran en la portada (esa misma estructura se utiliza en otros apartados como Eventos).

- Si está actualizada

Las notas prensa no lo representan (de hace cuatro meses en relación a la fecha de este estudio). Desde septiembre de 2014 a marzo de 2005.

• **Traducción de la página a otros idiomas**

Sólo en español.

• **Enlaces a otras instituciones relacionadas**

No

• **Inclusión de blogs**

No

• **Inclusión de buscador**

Sí

Aparece en todas las páginas, en la parte superior derecha.

• **Inclusión de agenda**

Sí. Está en el apartado de Eventos. Está actualizada.

• **Acceso a redes sociales**

No

Se incluye únicamente en los comentarios, artículos y eventos, la opción de votar el documento a través de Facebook (“me gusta”) y de Google+ (contador de votos). Además da la opción de compartir el enlace en Twitter.

Incluye RSS, como sistema de aviso de conferencias y de acceso a artículos ya publicados.

No se advierte en ninguna red social, número de seguidores, ni frecuencia de actualización, temática de los contenidos o interactividad.

3.1.13.- Real Instituto Elcano

1- QUIÉNES SON

- Descripción

Real Instituto Elcano es un think tank de estudios internacionales y estratégicos que analiza el mundo desde una perspectiva española, europea y global.

Se constituyó en 2001 como una fundación privada, bajo la presidencia de honor del entonces Príncipe de Asturias. Su Patronato está compuesto por figuras destacadas de la vida española vinculadas a la política exterior, las grandes empresas que hacen posible el funcionamiento del Instituto, así como los ministerios de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Defensa, Educación, Cultura y Deportes, y Economía y Competitividad.

El Instituto Elcano es una fundación privada, apartidista e independiente tanto de la Administración pública como de las empresas que la financian mayoritariamente. La entidad precisa que es el resultado de un doble pacto fundacional: por una parte, del Gobierno con el principal partido de la oposición y, por otra, del sector público con el privado. La naturaleza y composición del Instituto garantiza tanto su apartidismo como su independencia, integrando y representando los intereses de organismos públicos, empresas privadas y otros agentes políticos y sociales, según reconoce el think tank.

Para la realización de este trabajo, Real Instituto Elcano cuenta con un equipo estable de investigadores altamente cualificados, así como una amplia red de colaboradores y expertos asociados.

El trabajo del Instituto se plasma en publicaciones de diversa índole, que están disponibles en su web. Asimismo, el Instituto convoca frecuentes reuniones de sus grupos de trabajo, seminarios y conferencias. Para garantizar su proyección exterior también participa en numerosas redes y proyectos internacionales.

- Vinculación

- **Pública** No
- **Privada** No
- **Mixta** Sí

- Por qué surgen

Real Instituto Elcano se constituyó en 2001 como un think tank de estudios internacionales y estratégicos para analizar el mundo desde una perspectiva española, europea y global, estudiar la posición de España en la sociedad internacional y poner el resultado de sus análisis a disposición de la sociedad española.

- **Cuándo nacen** 2001

- Objetivos

La misión esencial del Instituto es, como think tank español de referencia, servir de foco de pensamiento y de generación de ideas –en el ámbito de las relaciones internacionales y estratégicas– que resulten útiles para los responsables políticos, los dirigentes de las instituciones públicas y privadas interesadas, y la formación de la opinión pública.

- **Equipo directivo** Patronato

- **Número de miembros** 34
- **Composición** Presidente, Vicepresidente, Secretario General y patronos

Patronato (2015)

Presidente Emilio Lamo de Espinosa

Vicepresidente Rafael Estrella

Secretario General José Manuel Romero

Patronos Felipe González (ex Presidente del Gobierno)
José M^a Aznar (ex Presidente del Gobierno)
José Luis Rodríguez Zapatero (ex Presidente del Gobierno)
Enrique V. Iglesias (ex Secretario general de la SEGIB)
José Manuel García Margallo (Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación)
Pedro Morenés (Ministro de Defensa)
Luis de Guindos (Ministro de Economía y Competitividad)
José Ignacio Wert (Ministro de Educación, Cultura y Deporte)
Carlos Espinosa de los Monteros (Alto Comisariado del Gobierno para la Marca España)

Marcelino Oreja (ex Ministro de Asuntos Exteriores y excomisario Europeo)
Javier Solana (ex Ministro de Asuntos exteriores, de Educación y de Cultura)
Eduardo Serra (ex Presidente del Real Instituto Elcano)
Gustavo Suárez Pertierra (ex Presidente del Real Instituto Elcano)
Rafael Miranda Robredo (Presidente de Acerinox)
Domingo Ureña Raso (Vicepresidente ejecutivo de Military Aircraft. Airbus Defence and Space)
Javier Targhetta (Presidente y Consejero Delegado. Atlantic Cooper)
Francisco González (Presidente de BBVA)
Antonio Llardén (Presidente Enagás)
Ana Botín (Presidenta, Consejera ejecutiva del Santander)
Ignacio S. Galán (Presidente de Iberdrola)
Marta Martínez Alonso (Presidenta IBM España)
Pablo Isla Álvarez de Tejera (Presidente y consejero Delegado de Inditex)
Javier Monzón (Presidente de Indra)
Ignacio Garralda Ruiz de Vestada (Presidente de Mutua Madrileña)
Juan Miguel Villar Mir (Presidente de OHL)
Pablo Vázquez Vega (Presidente de Renfe)
Antonio Brufau (Presidente de Repsol)
César Alierta (Presidente de Telefónica)
Antonio de Oyarzábal (ex Presidente del Real Instituto Elcano)
Gil Carlos Rodríguez Iglesias (ex Director del Real Instituto Elcano)
Juan Antonio Yáñez-Barnuevo (Embajador de España. A propuesta del PSOE)

Comisión Ejecutiva (2015)

Emilio Lamo de Espinosa (Presidente Real Instituto Elcano)
Rafael Estrella (Vicepresidente Real Instituto Elcano)
Charles Powell (Director Real Instituto Elcano)
Juan Antonio Yáñez-Barnuevo (Embajador de España. A propuesta del PSOE)
Ignacio Ybáñez Rubio (Secretario de Estado de Asuntos Exteriores. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación)
Alejandro Alvargonzález (Secretario General de Política de Defensa. Ministerio de Defensa)
José María Lasalle (Secretario de Estado de Cultura. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)
Jaime García-Legaz Ponce (Secretario de Estado de Comercio. Ministerio de Economía y Competitividad)

Luis Gimeno (Secretario General Acerinox)
 Macarena Gutiérrez (Directora General Económico
 Financiera Atlantic Copper)
 Fernando Gutiérrez (Adjunto al Presidente BBVA)
 Carlos Bastarreche Sagües (Director de Relaciones
 Institucionales Airbus Group)
 Jesús Saldaña (Director General de Desarrollo de
 Negocios Enagás)
 Nieves Delgado (Vicepresidente de Ventas IBM España)
 Fernando Becker (Director de Recursos Corporativos
 Iberdrola)
 Jesús Echevarría (Director General de Relaciones
 Institucionales Inditex)
 Emma Fernández (Directora General del Talento,
 Innovación y Estrategia Indra)
 Lorenzo Cooklin Díaz (Director General de la Fundación
 Mutua Madrileña / Director de Comunicación, Identidad
 Corporativa y RS Mutua Madrileña)
 Luis García-Linares García (Director General Corporativo
 del Grupo OHL)
 Berta Barrero Vázquez (Directora General de Operaciones
 Renfe)
 Arturo Gonzalo Aizpiri (Director de Relaciones
 Institucionales y Responsabilidad Corporativa Repsol)
 Juan Manuel Cendoya (Director General de
 Comunicación, Marketing Corporativo y Estudios
 Santander)
 Emilio Gilolmo (Vicepresidente de la Fundación
 Telefónica)
 José Manuel Romero (Secretario del Patronato)

- Órganos de gobierno (organización interna)

Patronato + Comisión Ejecutiva + Consejo Científico + Consejo Asesor
 Empresarial + Equipo de trabajo

- Redes propias

- **Número** 1
- **Cuáles son** **Fundación Real Instituto Elcano**
 C/ Príncipe de Vergara, 51 - 28006 Madrid
 Tel. + 34 91 781 67 70
 Fax. + 34 91 426 21 57
 info@rielcano.org
- **No las hay** --

- Empresas vinculadas

Sí

En la información sobre el Patronato, aparecen en la parte inferior de la misma, enlaces, a través de las imágenes corporativas correspondientes, a las webs de cuatro ministerios y de quince empresas. Se trata del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio de Defensa, Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Acerinox, Airbus, Atlantic Copper, BBVA, Enagas, Banco Santander, Iberdrola, IBM, Inditex, Indra, Mutua Madrileña, OHL, Renfe, Repsol, Telefónica.

2 -FINANCIACIÓN

- Cuotas de socios --

- Patrocinios

Del presupuesto anual del Instituto, de unos 3 millones de euros, algo menos del 15% procede de la Administración Pública a través de cuatro Ministerios (Asuntos Exteriores y de Cooperación, Defensa, Economía y Competitividad, y Educación, Cultura y Deporte). El restante 85% proviene del sector privado y consiste en aportaciones anuales de las grandes empresas y Bancos que forman parte de su Patronato y de su Consejo Asesor Empresarial.

Las empresas que forman parte del Patronato del Real Instituto Elcano colaboran en la financiación de sus actividades con una aportación anual.

- Suscripciones --

- Otras formas de financiación --

3-ÁREAS QUE ABORDAN (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados No

- De más de una temática, incluida la economía Sí

El Real Instituto Elcano organiza su trabajo en ejes temáticos y geográficos. Los primeros incluyen, entre otros, la energía y el cambio climático; la seguridad y la defensa; la economía global; el terrorismo internacional; la imagen de España; lengua y cultura española; política exterior, y la demografía y las migraciones. Los ámbitos geográficos en los que se especializa son: Europa; el espacio Atlántico; América Latina; y el Norte de África y Oriente Medio.

4 – MEDIOS (instrumentos que emplean)

- Informes

- * Comentarios. Desde febrero 2015 a junio de 2012.
- * Análisis del Real Instituto (ARI). Desde enero 2015 a junio de 2002.
- * Documentos de Trabajo (DT). Desde enero de 2015 a mayo de 2002.
- * Informes Elcano. Desde noviembre de 2014 a diciembre de 2004.
- * Estudios Elcano. Desde marzo de 2011 a 2009 (fecha no visible).

Dentro del apartado de “*Observatorio Imagen de España*”:

- * Informes y estudios. Desde mayo 2014 a diciembre 2012.
 - * Sobre prensa internacional. Desde marzo de 2014 a diciembre de 2012.
 - * Sobre instituciones españolas. Desde marzo de 2014 a diciembre de 2012.
 - * Sobre Internet. Desde abril de 2014 a diciembre de 2012.
- * Novedades. Desde abril de 2014 a diciembre de 2012.
- * Iconográfico. Febrero 2013.
- * Sobre recomendaciones y estrategia. Desde junio de 2013 a enero de 2013.

- Publicaciones

- * Libros. Desde octubre de 2014 a 2002 (fecha no visible).
- * Anuarios. Desde 2012 a 2004 (fecha no visible).
- * Revista Elcano. Desde diciembre 2014 a marzo de 2004.
- * Boletín *newsletter* Elcano. Desde enero de 2014 a julio de 2002.

- * Alertas Elcano. Desde enero de 2015 a noviembre de 2011.
- * Novedades en la Red. Desde febrero de 2015 a enero de 2006.
- * Publicaciones especiales. Desde marzo de 2013 a 2002 (fecha no visible).
- * Materiales de interés. Desde enero de 2015 a enero de 2004.
- * Barómetro del Real Instituto Elcano (RIE). Desde mayo de 2014 a febrero de 2003.
- * Newsletter Inside Spain. Desde enero de 2015 a febrero de 2004.

Dentro del apartado de “*Observatorio Imagen de España*”:

- * Barómetro Imagen de España. Desde 2014 (fecha no visible) a abril de 2013

- Memorias

Desde 2012 a 2002.

- Actos

Incluidos bajo el apartado de Actividades. Para todos ellos, se incluyen referencias de los años 2014-2002.

- * Jornadas
- * Presentaciones de publicaciones
- * Mesas redondas, debates
- * Conferencias
- * Seminarios, foros

- Concesión de premios No

- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

- * Observatorios. Observatorio Imagen de España. (Dispone de un apartado específico en la web del think tank).
- * Sistema de Indicadores de la Imagen de España (SIIE). Herramienta de análisis que mide el grado de ajuste entre la realidad española y las percepciones de España en el exterior.
- * Índice Elcano de Presencia Global. Calcula anualmente la proyección de 80 países fuera de sus fronteras.

5- SU COMUNICACIÓN



- Periodicidad de los medios que emplean

Sí está actualizada, en buena medida.

- Función de la página web

- **Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general**

Incluye un apartado de Contacto en la parte inferior de todas las páginas, en el que figuran los principales datos de la asociación, así como un plano de la zona de la ciudad donde se encuentran sus oficinas.

En la home, aparece un destacado denominado Síguenos, que invita a conectar con el think tank, a través de sus publicaciones digitales, del Blog Elcano y las redes sociales. En concreto, incluye enlaces a un correo electrónico de la organización, tanto para suscripción al Boletín/*Newsletter*, Alertas y/o novedades en la Red, como para notificar cualquier cambio en los datos de la suscripción o recibir información de sus actividades.

En el apartado Prensa, figura como Contacto de prensa un correo electrónico específico.

- **Empleo de material audiovisual**

Sí. Fotografía, audio y vídeo. Destaca la utilización de recursos gráficos o imágenes corporativas, lo que le da dinamismo.

- **Sala de Prensa virtual**

Fuera de la Sala de Prensa, aparecen las reseñas de prensa del Observatorio Imagen de España, bajo el mismo apartado del Observatorio.

- Principales aspectos de su contenido

Sí dispone de apartado propio, bajo la denominación de Prensa. Tiene la siguiente estructura:

- Opinión (artículos de opinión publicados en los medios de los miembros del equipo de investigación del Real Instituto Elcano)
- Prensa escrita
- Multimedia
- Ruedas de prensa (en algunas referencias, incluye las menciones correspondientes en prensa)
- Notas de prensa

- Histórico

- Si está actualizada

- Opinión. Desde febrero de 2015 a abril de 2012.

- Prensa escrita. Desde septiembre de 2013 a junio de 2013.

- Multimedia. Desde septiembre de 2013 a mayo de 2013.

- Ruedas de prensa. Desde junio de 2013 a junio de 2012.

- Notas de prensa. Desde febrero de 2015 a septiembre de 2004.

- Traducción de la página a otros idiomas

Disponible en español e inglés.

- Enlaces a otras instituciones relacionadas

Sí. Tanto a las empresas e instituciones representadas en el Patronato, como a las redes internacionales de las que es miembro.

Como se ha indicado anteriormente, por un lado, en la información sobre el Patronato, en la parte inferior de la misma aparecen enlaces, a través de las imágenes corporativas correspondientes, a las webs de cuatro ministerios y de quince empresas. Se trata del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio de Defensa, Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Acerinox, Airbus, Atlantic Copper, BBVA, Enagas, Banco Santander, Iberdrola, IBM, Inditex, Indra, Mutua Madrileña, OHL, Renfe, Repsol, Telefónica.

Por otro lado, el Real Instituto Elcano considera prioritaria la pertenencia acreditada y reconocida a redes internacionales, un recurso importante de la investigación, que sirve además como un vehículo que permite la fluidez de la recepción y transmisión de información. Para ello ha establecido lazos con las principales redes y prestigiosos organismos e institutos europeos, americanos, asiáticos, etc.

El Real Instituto Elcano es miembro de las siguientes redes internacionales:

Red Iberoamericana de Estudios Internacionales (RIBEI)

Asociación fundada por 38 centros de estudios de América Latina, España y Portugal. Su objetivo es establecer un nuevo mecanismo de cooperación orientado al estudio y debate de las relaciones internacionales en su sentido más amplio y con perspectiva estratégica, con una especial atención hacia la realidad latinoamericana.

The Atlantic Council of The United States

El Instituto participa en el proyecto NTDnet, un programa específico de The Atlantic Council que promueve el diálogo para la modernización de las Fuerzas Armadas de los países integrantes de la OTAN.

Common Security and Defence Policy MAP (CSDP MAP)

Creada por el ISIS Europe, el CSDP MAP es una red de centros de investigación, universidades, think tanks, ONG, instituciones gubernamentales y europeas que pretende ser un espacio de colaboración conjunto en el ámbito de la Política Común de Seguridad y Defensa (PCSD). Esta red, que ya cuenta con 23 socios en Europa, brinda información sobre las misiones de la política común de seguridad y defensa, en los países en los que se encuentran desplegadas, la estructura de la UE en materia de seguridad y defensa y otros asuntos afines.

Center for Strategic and International Studies (CSIS)

Importante think tank con sede en Washington D.C. con el que el Instituto mantiene un acuerdo de encuentros bilaterales periódicos.

EuroMeSCo (Euro-Mediterranean Study Commission)

Red de institutos de investigación independientes y centros especializados en política exterior y seguridad, pertenecientes a los 27 países de la UE y los diez países socios del sur del Mediterráneo. El Real Instituto Elcano es miembro de pleno derecho de la red desde marzo de 2004.

European Association of Development Research and Training Institute (EADI)

Red de colaboración y diálogo formada por las principales organizaciones europeas dedicadas a la investigación sobre el desarrollo.

European Information Network on International Relations and Area Studies (EINIRAS)

Asociación de centros de investigación europeos que producen y organizan información y documentación especializada en relaciones internacionales. Su objetivo es establecer una base de datos europea especializada en relaciones internacionales y estudios regionales. A corto plazo persigue el fomento de la cooperación y el intercambio de información, datos bibliográficos y publicaciones.

European Policy Institutes Network (EPIN)

Red de los más destacados think tanks e institutos que se dedican a analizar, debatir y establecer políticas sobre la Europa contemporánea. Su objetivo es contribuir al debate sobre el futuro de Europa, siguiendo los pasos que se producen en la construcción europea. El Real Instituto Elcano participa en su Comité Directivo.

The International Institute for Strategic Studies (IISS)

Instituto británico dedicado al estudio de temas estratégicos para políticos, diplomáticos, analistas de relaciones internacionales, militares, comentaristas de defensa, periodistas, académicos y público en general. El Real Instituto Elcano es miembro corporativo.

International Relations and Security Network (ISN)

Su misión consiste en promover la seguridad global y la cooperación mediante la recopilación, gestión e intercambio de recursos de información especializados en los campos de las relaciones internacionales y estudios estratégicos. Logra este objetivo a través del uso de la información y las tecnologías de la comunicación. Tiene su sede en el Center for Security Studies (CSS) en Zúrich, Suiza. El Real Instituto Elcano forma parte de esta red como socio principal.

Red Española de la Fundación Euromediterránea Anna Lindh para el Diálogo entre Culturas

El Real Instituto Elcano participa en esta red desde su creación en septiembre de 2004, por recomendación del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Red de Investigación Iberoamericana de Estudios de Asia Oriental (REDIAO)

Concebida en 2007 como un espacio de comunicación entre centros de estudios e instituciones de países de habla hispana y portuguesa dentro del campo de investigación de Asia Oriental para la promoción, difusión e intercambio del conocimiento y la difusión de las investigaciones realizadas.

Think Global, Act European (TGAE)

A partir del impulso realizado por Notre Europe en 2008, esta iniciativa reúne a un grupo de dieciséis importantes think tanks europeos con el propósito de dirigir recomendaciones a los sucesivos Tríos de Presidencia de la UE. De este modo, las ideas pueden ser tenidas en cuenta cuando se elabora el programa común de dieciocho meses del Consejo de la UE y así se propicia su mejor funcionamiento y coordinación.

The Trans European Policy Studies Association (TEPSA)

Red de investigación independiente formada por institutos nacionales de investigación de todos los países de la Unión Europea especializados en asuntos europeos e internacionales. Su objetivo es promocionar y fortalecer la investigación europea de calidad con el fin de estimular el debate sobre las opciones políticas en el marco europeo. El Real Instituto Elcano es miembro del Comité de Dirección.

- **Inclusión de blogs**

Sí

- **Inclusión de buscador**

Sí

Aparece en todas las páginas, en la parte superior derecha.

- **Inclusión de agenda**

Sí. Está en el apartado de Actividades y en la portada. No es muy extensa

- **Acceso a redes sociales**

Sí

Accesos destacados en la home y en todas las páginas interiores, en la parte superior derecha a RSS, Google+, Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, Slideshare.

Asimismo, se incluye en los artículos, en general, la opción de compartir el documento a través de Twitter, Facebook, Google+, Menéame, Reddit y otros sitios y redes sociales. Además da la opción de acceso a Linked in y envío por correo electrónico. También en el caso de los artículos del Observatorio Imagen de España.

En el caso del Boletín *newsletter* Elcano, Alertas Elcano, Novedades en la Red y Especiales, el acceso visible es sólo a RSS, Facebook, Twitter, Linked in, Google+.

- **Número de seguidores**

RSS. No se advierten.

Google+. 75 seguidores. 15.973 visitas (*análisis a 11-02-15*).

Facebook. 68 visitas, 3.328 ‘me gusta’ (*análisis a 12-02-15*).

Twitter. 13.400 seguidores, 13.000 *tweets* (*análisis a 12-02-15*).

Flickr. Visitas en el primer pantallazo: 41, 47, 34, 34, 36 y 32. Aparecen 130 fotografías (*análisis a 13-02-15*).

YouTube. Visualizaciones de cada video en el primer pantallazo: 48, 83, 42 y 68. En el segundo pantallazo: 563, 135, 206, 57, 64, 182, 77, 65, 118, 112, 137 y 31 (*análisis a 13-02-15*).

Slideshare. 13 *slideshares*, 43 seguidores (*followers*) (*análisis a 13-02-15*).

- **Frecuencia de la actualización**

RSS. No se advierte.

Google+. Semanal.

Facebook. Diaria.

Twitter. Diaria.

Flickr. Reciente. Cada dos ó tres semanas. Desde el mes anterior a la fecha del análisis a otros meses anteriores. Van desde enero de 2015 a marzo de 2013.

YouTube. Semanal y quincenal.

Slideshare. Hace cinco meses, aunque los últimos temas compartidos por el público (como artículos o noticias generales de prensa) tienen una actualización semanal.

- Temática de los contenidos

RSS. Por contenidos: Novedades del Real Instituto Elcano, Barómetro del Real Instituto Elcano (BRIE), Inside Spain, Publicaciones, Libros, Materiales de interés.

Por temas: América Latina, Asia-Pacífico, Cooperación al Desarrollo, Economía Internacional, Energía, Euro Crisis, Europa, Imagen de España, Mediterráneo y Mundo Árabe, Migraciones Internacionales, Seguridad y Defensa, Terrorismo Global.

Google+. Política, economía, social (publicaciones y actos del Real Instituto Elcano, en general, y otros relacionados, uso de videos propios).

Facebook. Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, así como proyectos propios).

Twitter. Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, así como proyectos propios).

Flickr. Económica y social (fotografías de actos propios o en los que participan con directivos de la institución)

YouTube. Economía, política, social (noticias y actos propios).

Slideshare. Social y política (actos propios).

- Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

RSS. No se advierte

Google+. No se advierte.

Facebook. No se advierte.

Twitter. Retuitean algunos mensajes o *tweets*.

Flickr. No se advierte.

YouTube. No se advierte. Sí comparten los vídeos.

Slideshare. No se advierte.

3.1.14.- Tablas

En esta sección se recogen las tablas elaboradas en el curso de la primera investigación precedente, relativa al funcionamiento y la comunicación que realizan los think tanks de su actividad a través de su página web. Se incluyen las siguientes tablas, que incorporan información pormenorizada de los diferentes aspectos tratados En términos generales: la financiación de los think tanks (tabla 1), los medios o instrumentos que emplean (tabla 2) y la comunicación de los think tanks (tabla 3).

Tabla 1. (parte a) LA FINANCIACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Aspectos principales							
Porcentaje de apoyo público y privado	No da información	Privado (no concreta)	Privado (100%)	No da información	Privado (no concreta)	Privado (100%)	Privado (no concreta)
Cuotas de socios							
• Sí	X	X	X	X	-	-	-
• No	-	-	-	-	X	X	X
• N° de socios	1.385	No concreta	No concreta	No concreta	-	-	-
• Observaciones	Inscripción bajo el respaldo de 2 socios	Son ejecutivos y propietarios de empresas	Apartado para inscripción de socios, 6 tipos de socio	Apartado para inscripción de socios, con información de derechos	-	-	-
Patrocinios							
• Sí	X	X (no se explicita)	-	X	X (no se explicita)	-	X
• No	-	-	X	-	-	X	-
• Tipo	Ayuda y colaboración	Colaboración (no se explicita)	-	Contribución	Colaboración (no se explicita)	-	Colaboración
• Quién lo ofrece	12 patrocinadores de honor, 58 patrocinadores, 125 entidades colaboradoras	Aparecen 112 empresas vinculadas	-	Abierta la adhesión de patrocinador especial, a través de la web vía <i>PayPal</i> o tarjeta	14 patronos entre empresas e instituciones	-	Informa de colaboradores en general y de 12 en apartado de Emprendedores
Suscripciones							
• Sí	-	-	-	-	-	-	-
• No	X	X	X	X	X	X	X
Otras formas de financiación							
• Sí	-	-	-	-	-	X	-
• No	X	X	X	X	X	-	X
• Descripción	-	-	-	-	-	Financiado por la Confederación Española de Cajas de Ahorros	-

Tabla 1. (parte b) LA FINANCIACIÓN DE LOS THINK TANKS
 Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano
Aspectos principales						
Porcentaje de apoyo público y privado	Fundación privada con ayudas privadas y públicas (no concreta)	Privado (no concreta)	Público (100%)	Organización privada con ayudas privadas y públicas (no concreta)	Privado (100%)	Privado (85%) Público (15%)
Cuotas de socios						
• Sí	-	X (no se explicita)	-	X	-	-
• No	X	-	X	-	X	X
• N° de socios	-	-	-	No concreta	-	-
• Observaciones	-	Aparecen 70 empresas miembros, sin dar más detalle	-	Aportaciones anuales de empresas miembros asociados	-	-
Patrocinios						
• Sí	X	X (no se explicita)	-	X	X	X
• No	-	-	X	-	-	-
• Tipo	1. Donación y patrocinio privado. 2. Subvención pública	Colaboración (no se explicita)	-	Ayudas privadas y públicas	Ayudas	1. Aportación privada anual 2. Subvención pública (no concreta)
• Quién lo ofrece	1. Personas e instituciones (apartado 'Hágase Amigo de Faes') 2. Ministerio Educación, Cultura y Deporte (con aviso visible)	Aparecen 70 empresas como miembros	-	Instituciones privadas y públicas	Particulares como miembros simpatizante, patrocinador y joven, e instituciones privadas como patrocinador y benefactor	1. Empresas y Bancos de su Patronato y su Consejo Asesor Empresarial 2. Cuatro Ministerios
Suscripciones						
• Sí	-	-	-	X	X	-
• No	X	X	X	-	-	X
Otras formas de financiación						
• Sí	-	-	X	-	X	-
• No	X	X	-	X	-	X
• Descripción	-	-	Organismo autónomo adscrito al M° de Hacienda y Administraciones Públicas	-	Ingresos de su tienda <i>on line</i> por publicaciones y objetos	-

Tabla 2. (parte Ia) LOS MEDIOS O INSTRUMENTOS QUE EMPLEAN LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank Aspectos principales	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Informes	No	Sí	Sí	Sí (dentro de sus 4 áreas de trabajo)	Sí (dentro de sus 4 áreas de trabajo)	Sí	Sí (dentro de sus 4 áreas de trabajo)
• Informes	-	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Análisis - Estudios	-	-	-	Sí	Sí	Sí	-
• Comentarios	-	-	-	-	Sí (propuestas)	-	-
• Documentos de trabajo	-	Sí	-	Sí	Sí	Sí	-
• Informes de Observatorio propio	-	-	-	Sí	Sí	-	-
Publicaciones	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Libros	Sí	Sí	-	Sí	-	-	-
• Revistas	Sí	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí
• Artículos	Sí	-	Sí	-	-	-	Sí
• Boletines - <i>Newsletters</i>	-	-	-	-	Sí (por encargo)	-	-
• Publicaciones especiales	Sí (audiovisual)	-	Sí (ranking)	-	Sí (índice de actividad económica)	-	-
Memorias	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
• De un año	-	-	Sí	-	-	Sí	Sí
• De más de un año	-	Sí	-	Sí	-	-	-

Tabla 2. (parte Ib) LOS MEDIOS O INSTRUMENTOS QUE EMPLEAN LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank Aspectos principales	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano
Informes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Informes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Análisis - Estudios	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Comentarios	-	Sí	Sí	-	Sí	Sí
• Documentos de trabajo	Sí	Sí	Sí	-	-	Sí
• Informes de Observatorio propio	Sí	-	Sí	-	Sí	Sí
Publicaciones	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Libros	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Revistas	Sí	-	Sí	Sí	-	Sí
• Artículos	Sí	-	-	-	Sí	-
• Boletines - <i>Newsletters</i>	-	Sí	-	-	Sí	Sí
• Publicaciones especiales	-	-	Sí (de otras instituciones, Barómetro fiscal y catálogo de libros)	Sí	-	Sí
Memorias	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí
• De un año	-	-	-	-	-	-
• De más de un año	Sí	Sí	Sí	Sí	-	Sí

Tabla 2. (y parte IIa) LOS MEDIOS O INSTRUMENTOS QUE EMPLEAN LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank Aspectos principales	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Actos	Sí	No	Sí	Sí (dentro de sus 4 áreas de trabajo)	Sí	Sí	Sí
• Encuentros, seminarios, foros, jornadas	Sí	-	Sí	Sí	Sí	Sí	-
• Conferencias	Sí	-	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Mesas redondas	-	-	Sí	Sí	Sí	Sí	-
• Presentaciones	-	-	Sí	-	Sí	Sí	-
• Presentaciones de publicaciones	-	-	Sí	Sí	Sí	Sí	-
• Encuentro interno	Sí	-	-	-	-	-	-
• Cursos y talleres	-	-	-	Sí	Sí	Sí	Sí
• Cursos de verano	-	-	-	-	-	-	-
Concesión de premios	No	Sí	No	No	No	Sí	No
Otros	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Observatorios	-	-	-	Sí	Sí	-	-
• Encuestas	-	Sí	-	-	-	-	-
• Actividades con colectivos	-	Sí	-	-	-	-	-
• Simuladores fiscales	-	-	Sí	-	-	-	-
• Bases de datos	-	-	Sí	-	Sí	-	-
• Colaboración en programas de medios de comunicación	-	-	-	-	-	Sí	Sí
• Vídeos	-	-	-	-	-	-	Sí
• Campus virtual	-	-	-	-	-	-	-

Tabla 2. (y parte IIb) LOS MEDIOS O INSTRUMENTOS QUE EMPLEAN LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank Aspectos principales	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano
Actos	Sí	Sí (acceso restringido)	Sí	Sí	Sí	Sí
• Encuentros, seminarios, foros, jornadas	Sí	Sí	Sí	Sí	-	Sí
• Conferencias	Sí	-	Sí	Sí	Sí	Sí
• Mesas redondas	Sí	-	-	Sí	-	Sí
• Presentaciones	Sí	-	-	Sí	-	Sí
• Presentaciones de publicaciones	Sí	-	-	Sí	-	Sí
• Encuentro interno	Sí	-	-	-	-	-
• Cursos y talleres	Sí	-	Sí	Sí	-	-
• Cursos de verano	Sí	-	Sí	-	-	-
Concesión de premios	Sí	No	Sí	Sí	No	No
Otros	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
• Observatorios	Sí	-	Sí	-	Sí	Sí
• Encuestas	-	-	Sí	-	-	-
• Actividades con colectivos	Sí	-	-	-	-	-
• Simuladores fiscales	-	-	Sí	-	-	-
• Bases de datos	-	-	Sí	-	-	-
• Colaboración en programas de medios de comunicación	-	-	-	-	-	-
• Vídeos	Sí	-	-	-	-	-
• Campus virtual	-	-	Sí	-	-	-

Tabla 3. (parte Ia) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Aspectos principales							
Periodicidad de los medios empleados. Web actualizada	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Función página web							
• Formas de contacto	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
- Cuáles	Datos con mapa Google, opción a consultas	Datos con mapa Google, opción a consultas, boletín de novedades	Datos con mapa Google, opción a consultas, boletín de novedades, hazte socio	Datos, opción a consultas	Datos con plano, opción a consultas, boletín de eventos	Datos, opción a consultas, suscripciones, publicaciones, prensa (acceso restringido)	Datos con plano, opción a consultas, suscripciones, emprendedores, acceso miembros
• Material audiovisual	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
- Cuáles	Fotografía y vídeo	Fotografía y vídeo	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía, dibujos y vídeo
• Sala de Prensa	No como tal	Sí	Sí	No como tal	No como tal	Sí	Sí
- Contenido	Apartado Multimedia			Apartados específicos	Apartados específicos		
- Notas de prensa	No	Sí (también indicadores)	Sí	Sí	Sí	Sí (también imagen corporativa)	No (sí publicaciones propias)
- Galería audiovisual	Sí	Sí	Sí	Sí	No (sólo podcasts y Canal YouTube)	Sí	No
- Presencia en los medios	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí (acceso restringido)	Sí
- Actualización	No	Sí (parcial)	Sí	Sí (parcial)	No	Sí (parcial)	No
• Traducción de la web	Sí (catalán e inglés)	Sí (al inglés)	No	Sí (al inglés)	Sí (al inglés)	Sí (al inglés)	Sí (al inglés)
• Enlaces a otras instituciones	Sí (1 enlace)	Sí (23 enlaces)	Sí (5 enlaces)	Sí (175 enlaces)	Sí (14 enlaces)	Sí (1 enlace)	Sí (1 enlace)
• Inclusión de blogs	Sí (sin buscador)	Sí (sin buscador)	No	No	No	Sí	No

Tabla 3. (parte Ib) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano	
Aspectos principales							
Periodicidad de los medios empleados. Web actualizada	Sí	Sí	No	Sí (parcial)	No	Sí	
Función página web							
• Formas de contacto	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
- Cuáles	Datos con plano, suscripciones	Datos con plano, opción a consultas, acceso restringido a "usuarios, comités y actas"	Datos con plano, suscripciones, acceso restringido a documentos	Datos con plano, opción a consultas, recepción de noticias y novedades	Datos, boletín de novedades, opción a colaboración, pedidos, recomendar artículos	Datos con plano, boletín actividades y novedades, blog y redes sociales	
• Material audiovisual	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
- Cuáles	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía	Fotografía (uso escaso)	Fotografía y vídeo	Fotografía, audio y vídeo	Fotografía, recursos gráficos, audio y vídeo	
• Sala de Prensa	Sí	Sí	No como tal	Sí	Sí	Sí	
- Contenido			Apartados específicos				
- Notas de prensa	Sí	Sí (también eventos)	No (sí actos y agenda)	Sí (y convocatorias y algunos informes)	Sí	Sí	
- Galería audiovisual	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	
- Presencia en los medios	No	No	No	Sí	Sí	Sí	
- Actualización	Sí	No	No	Sí (parcial)	No	Sí (parcial)	
• Traducción de la web	Sí (al inglés)	Sí (al inglés)	Sí (catalán, vasco, gallego, inglés, francés)	No	No	Sí (al inglés)	
• Enlaces a otras instituciones	Sí (112 enlaces)	Sí (4 enlaces)	Sí (145 enlaces)	No	No	Sí (33 enlaces)	
• Inclusión de blogs	No	No	No	No	No	Sí	

Tabla 3. (parte IIa) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Aspectos principales							
Función página web							
• Inclusión de buscador	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
• Inclusión de agenda	Sí (en la home y apartado propio)	Sí (en la home y apartado propio)	Sí (calendario en home y apartado Actividades)	Sí (anuncios en home y apartado propio)	Sí (en apartado Eventos)	Sí (selección actos en home y en apartado Actos)	No (sólo fechas de actos)
• Acceso a redes sociales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
- <u>Ubicación</u>	Home superior central	Home lateral central	Home superior derecha	Home lateral izquierda	En apartado Eventos	Home inferior izquierda y todas las páginas	Home inferior izquierda y todas las páginas
- <u>Cuáles son</u>	Twitter, YouTube	Flickr, RSS, Scribd, Slideshare, Twitter, YouTube	Facebook, Flickr, RSS, Twitter, YouTube	Facebook, RSS, Twitter, Vimeo	RSS, YouTube	Flickr, RSS, YouTube	Facebook, RSS (Delicious, Digg, Menéame, Tecnorati, Twitter y Vimeo, en algunos apartados)
- <u>Nº seguidores</u>							
-Facebook	-	-	28 personas 'hablando de esto', 753 'me gusta'	214 seguidores	-	-	27 visitas, 1.395 'me gusta'
-Flickr	-	4.089 visitas	131 visitas (1 ^{er} pantallazo)	-	-	98 visitas (1 ^{er} pantallazo)	-
-Google+	-	-	-	-	-	-	-
-RSS	-	No se advierten	No se advierten	No se advierten	No se advierten	No se advierten	No se advierten
-Scribd	-	0 seguidores, 79 published, 826 views, 8 likes	-	-	-	-	-
-Slideshare	-	98 slideshares, 204 seguidores	-	-	-	-	-
-Twitter	2.827 seguidores, 1.357 tweets	2.589 seguidores, 2.129 tweets	1.540 seguidores, 3.703 tweets	3.359 seguidores, 4.450 tweets	-	-	-
-Vimeo	-	-	-	0 seguidores, 29 vídeos	-	-	-



Tabla 3. (parte IIa) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Círculo de Economía	Círculo de empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
- YouTube	3.729 visualizaciones videos primer pantallazo	3.309 visualizaciones videos primer pantallazo	499 visualizaciones videos primer pantallazo	-	9.259 visualizaciones videos primer pantallazo	No se advierten	-
- <u>Frecuencia de actualización</u>							
- Facebook	-	-	Diaria	Diaria	-	-	Semanal y mensual
- Flickr	-	Anual	Diaria y semanal	-	-	Año y un mes	-
- Google+	-	-	-	-	-	-	-
- RSS	-	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte
- Scribd		Diaria y Semanal	-	-	-	-	-
- Slideshare	-	Diaria y Semanal	-	-	-	-	-
- Twitter	Diaria	Diaria	Diaria	Diaria	-	-	-
- Vimeo	-	-	-	Mensual	-	-	-
- YouTube	Mensual	Mensual	Diaria y semanal	-	Año y medio	No se advierte	-

Tabla 3. (parte IIb) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano	
Aspectos principales							
Función página web							
• Inclusión de buscador	Sí (sólo en Publicaciones)	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
• Inclusión de agenda	No (sólo fechas de actos)	No	Sí (en la home)	Sí (en apartado Eventos)	Sí (en apartado Eventos)	Sí (en la home y apartado Actividades)	
• Acceso a redes sociales	Sí	No (sólo referencia a RSS para boletines)	No	No (aparecen como uno de los destinos con los que compartir publicaciones)	No (aparecen como uno de los destinos con los que compartir y votar artículos y actos. RSS para conferencias y artículos)	Sí	
- <u>Ubicación</u>	Home superior derecha y todas las páginas	-	-	-	-	Home superior derecha y todas las páginas	
- <u>Cuáles son</u>	Facebook, Google +, Twitter, YouTube	-	-	-	-	Facebook, Flickr, Google +, RSS, Slideshare, Twitter, YouTube	
- <u>Nº seguidores</u>							
-Facebook	116 personas 'hablando de esto', 7.168 'me gusta'	-	-	-	-	68 visitas, 3.328 'me gusta'	
-Flickr	-	-	-	-	-	224 visitas (1 ^{er} pantallazo)	
-Google+	28 seguidores, 4.091 visitas	-	-	-	-	75 seguidores, 15.973 visitas	
-RSS	-	-	-	-	-	No se advierten	
-Scribd	-	-	-	-	-	-	
-Slideshare	-	-	-	-	-	13 <i>slideshares</i> , 43 seguidores	
-Twitter	7.981 seguidores, 1.081 <i>tweets</i>	-	-	-	-	13.400 seguidores, 13.000 <i>tweets</i>	
-Vimeo	-	-	-	-	-	-	
-YouTube	132 visualizaciones videos primer pantallazo	-	-	-	-	241 visualizaciones videos primer pantallazo	

Tabla 3. (parte IIb) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano	
Aspectos principales							
- <u>Frecuencia de actualización</u>							
-Facebook	Diaria	-	-	-	-	Diaria	
-Flickr	-	-	-	-	-	Cada 2-3 semanas	
-Google+	No se advierte	-	-	-	-	Semanal	
-RSS	-	-	-	-	-	No se advierte	
-Scribd	-	-	-	-	-	-	
-Slideshare	-	-	-	-	-	Cinco meses	
-Twitter	Diaria	-	-	-	-	Diaria	
-Vimeo	-	-	-	-	-	-	
-YouTube	Quincenal	-	-	-	-	Semanal y quincenal	

Tabla 3. (y parte IIIa) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Círculo de Economía	Círculo de Empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
Aspectos principales							
Función página web							
- <u>Temática de contenidos</u>							
-Facebook	-	-	Economía (informes, actos)	Economía, política (informes, actos)	-	-	Innovación, economía, educación (informes, noticias, imágenes, vídeos, proyectos)
-Flickr	-	Economía (fotografías de actos)	Economía, social (fotografías de actos)	-	-	Economía (refleja una publicación)	-
-Google+	-	-	-	-	-	-	-
-RSS	-	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte
-Scribd		Economía (informes)	-	-	-	-	-
-Slideshare	-	Economía (informes, noticias, actos)	-	-	-	-	-
-Twitter	Economía, política, social	Economía (informes, noticias)	Economía (informes, noticias, actos)	Economía, política, social (informes, noticias, actos)	-	-	-
-Vimeo	-	-	-	Economía, política, cultural (informes, actos)	-	-	-
-YouTube	Economía, social, política (vídeos de actos)	Economía (vídeos de entrevistas y de actos)	Economía social (vídeos entrevistas y de actos)	-	Economía, educación, laboral, otras (vídeos entrevistas y de actos)	No se advierte	-
- <u>Interactividad</u>							
-Facebook	-	-	No se advierte	No se advierte	-	-	No se advierte
-Flickr	-	No se advierte	No se advierte	-	-	No se advierte	-
-Google+	-	-	-	-	-	-	-
-RSS	-	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte	No se advierte

Tabla 3. (y parte IIIa) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank / Aspectos principales	Círculo de Economía	Círculo de Empresarios	Civismo	Fundación Alternativas	Fedea	Funcas	Fundación Innovación Bankinter
-Scribd		No se advierte	-	-	-	-	-
-Slideshare	-	No se advierte	-	-	-	-	-
-Twitter	No se advierte	No se advierte	Retuitean algunos mensajes	Retuitean algunos mensajes	-	-	-
-Vimeo	-	-	-	No se advierte	-	-	-
-YouTube	No se advierte	No se advierte	No se advierte	-	No se advierte	No se advierte	-

Tabla 3. (y parte IIIb) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano	
Aspectos principales							
Función página web							
- <u>Temática de contenidos</u>							
-Facebook	Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, proyectos)	-	-	-	-	Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, proyectos)	
-Flickr	-	-	-	-	-	Economía social (fotografías de actos)	
-Google+	No se advierte	-	-	-	-	Política, economía, social (publicaciones, actos, vídeos)	
-RSS	-	-	-	-	-	Por contenidos (novedades, barómetro, publicaciones, materiales), por temas (12 materias)	
-Scribd	-	-	-	-	-	-	
-Slideshare	-	-	-	-	-	Social, política (actos)	
-Twitter	Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, proyectos)	-	-	-	-	Política, economía, social (informes, noticias, imágenes, vídeos, proyectos)	
-Vimeo	-	-	-	-	-	-	
-YouTube	Economía, política, social (noticias, proyectos)	-	-	-	-	Economía, política, social (noticias, actos)	
<u>Interactividad</u>							
-Facebook	No se advierte	-	-	-	-	No se advierte	
-Flickr	-	-	-	-	-	No se advierte	
-Google+	No se advierte	-	-	-	-	No se advierte	

Tabla 3. (y parte IIIb) LA COMUNICACIÓN DE LOS THINK TANKS

Información extraída de sus páginas webs

Nombre del think tank / Aspectos principales	Faes	Cotec	Instituto de Estudios Fiscales	Instituto de Estudios Económicos	Instituto Juan de Mariana	Real Instituto Elcano	
-RSS	-	-	-	-	-	No se advierte	
-Scribd	-	-	-	-	-	-	
-Slideshare	-	-	-	-	-	No se advierte	
-Twitter	Retuitean algunos mensajes	-	-	-	-	Retuitean algunos mensajes	
-Vimeo	-	-	-	-	-	-	
-YouTube	Comparten vídeos	-	-	-	-	Comparten vídeos	

3.2.- Los think tanks y la presencia en prensa

Para el análisis de la presencia en prensa de los think tanks de contenido económico, se ha tomado como referencia las noticias aparecidas de estas instituciones durante el año 2014 en los cinco medios de comunicación escrita por difusión. Tres son de carácter general: ABC, El Mundo y El País, y dos, especializados en economía: Cinco Días y Expansión.

Como se refiere en la Metodología, los resultados de la segunda parte del estudio se corresponden con el contenido correspondiente a las cinco tablas que se derivan de la plantilla de análisis empleada (*ver Anexo 2*). Quedan estructurados y reflejados como sigue.

3.2.1.- Número de noticias de los think tanks

Los think tanks de contenido económico han sido generadores de un total de 1.889 informaciones durante 2014 en los cinco diarios mencionados. Según se puede apreciar en la Tabla 4, el think tank con mayor número de menciones es Faes (408), seguido de Funcas (372), con una quinta parte de las noticias en cada caso (el 21,60% y 19,69%, en cada caso), y del Real Instituto Elcano, con el 10,26% del total. Sumados los tres abarcan más de la mitad de las noticias totales (el 51,55%).

Con casi un tercio de la representación total, figuran el Círculo de Empresarios, el Círculo de Economía y Fedea. El casi 22% restante corresponde a los siete restantes por el siguiente orden: Instituto de Estudios Económicos, Cotec, Fundación Alternativas, Instituto de Estudios Fiscales, Fundación Innovación Bankinter, Civismo e Instituto Juan de Mariana.

En relación al tipo de publicación, se puede observar que los diarios con mayor número de noticias sobre estos think tanks son ABC y El País (por este orden), con algo más de un tercio y cerca de un tercio, en cada caso (31,23% y 29,43%, respectivamente). Otro tercio de las informaciones tienen su aparición en El Mundo y en Expansión, si bien, Cinco Días es el diario con menor número de menciones (el 9,42%).

De forma agrupada, cabe señalar que ABC y El País publican cerca de dos tercios de las noticias analizadas (60,66%), correspondiendo el cerca del 40% restante (39,32%) a los otros tres medios (El Mundo, Expansión y Cinco Días). De esta forma, pudiera afirmarse que los medios generalistas fueron los más activos en dar difusión a este tipo de organizaciones. En el caso de ABC, el hecho del empleo de una sección gráfica específica de tradicional uso en este periódico (las fotonoticias), adicional a las informaciones, contribuye en buena medida al cómputo más elevado.

El total de 1.889 informaciones publicadas en 2014 se corresponden con una media anual de 145 noticias por tipo de organización y 377 por publicación analizada. En relación a los think tanks, por encima de esa media figura algo menos de la mitad de las organizaciones analizadas: Faes (408), Funcas (372), Real Instituto Elcano (194), Círculo de Empresarios (190), Círculo de Economía (161) y Fedea (159). Respecto a la publicación analizada, ABC y El País superan ampliamente esa media anual de noticias (con 590 y 556 noticias al año en cada caso respectivamente), El Mundo queda próximo a la media (322 noticias/año) y los dos diarios económicos, Expansión y Cinco Días, figuran por debajo (243 y 178 noticias/año cada uno, en su caso).

En relación a cada uno de los think tanks, siguiendo la clasificación según noticias publicadas, Faes alcanza mayor impacto en ABC y El País, con dos tercios de las menciones totales, si bien, ABC supera más del 40% de las mismas (43,13%). Funcas encuentra en El País más de un tercio de las informaciones (36,02%), seguido de ABC con más de una cuarta parte de las mismas (26,62%). El carácter económico de este think tank hace que los medios especializados Expansión y Cinco Días tengan mayor número de noticias que en El Mundo. Por su parte, Real Instituto Elcano encuentra en la prensa general su mayor alcance, con algo más de un tercio en ABC (37,11%) y cercano al mismo en el caso de El País (31,96%). Una quinta parte de las noticias corresponden a El Mundo, y el resto, a los dos diarios económicos. En el caso del Círculo de Empresarios y del Círculo de Economía, más de la mitad de las informaciones aparecen en ABC y El País, seguido, en menor medida de El Mundo.

Respecto a Fedea, como ocurre con Funcas, el carácter económico del think tank permite un mayor seguimiento en la prensa especializada. Así, se observa que, tras un el predominio de casi un tercio de noticias en El País (31,45%), cerca del 40% de las mismas aparecen en Expansión (24,53%) y Cinco Días (12,58%). Algo similar sucede con el Instituto de Estudios Económicos, también de carácter económico. Cerca de un tercio de las informaciones se publican en ABC (32,73%) y próximo al 40% corresponde a Expansión (18,18%) y a Cinco Días (19,09%).

En el caso de Cotec, de marcado carácter tecnológico, tras una mayor publicación en los dos principales medios generalistas (con cerca del 70% de las noticias), se advierte que cerca de una quinta parte (17,28%) se encuentra en Cinco Días, publicación que cuida especialmente la información de innovación y tecnología.

Peculiar es la situación de Fundación Alternativas. Esta organización alcanza una cobertura superior al 65% en El País, tres veces superior a la que registra en ABC, frente a un simbólico 5% en El Mundo, Expansión y Cinco Días, en cada uno de los casos. Al mayor impacto en El País contribuye el carácter progresista de esta publicación, al igual que el de este think tank.

La mitad de las noticias analizadas del Instituto de Estudios Fiscales las publica El País, seguido a distancia por ABC (18,97%). La especialización económica de esta

organización provoca que Expansión sea el tercer medio en dar difusión a este think tank (15,51% de las noticias).

En el caso de la Fundación Innovación Bankinter, resulta significativo que más del 70% de las noticias las publique El Mundo, a lo que contribuye el carácter de innovación y tecnología de buena parte de la actividad que realiza este think tank y la atención de este medio de comunicación por este tipo de informaciones. En contraste, cerca del 20% corresponde a los diarios económicos en partes iguales, y casi un simbólico 6% entre El País y ABC.

En el caso de Civismo, algo más de dos tercios de las noticias encuentran su publicación en ABC y El Mundo, seguido de cerca del 20% en Expansión y cerca del 10% en Cinco Días. Resulta llamativa la ausencia de noticias en el diario El País.

Tampoco se localizan informaciones en el caso del Instituto Juan de Mariana, en El País y Cinco Días. Dentro de que es el think tank con menor número de informaciones publicadas (doce al año frente al que más, Faes, con 408), cerca del 60% de las noticias aparecen en ABC, un tercio de las mismas en El Mundo y el 8,33% restante, en Expansión.

Tabla 4. NÚMERO DE NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

Nombre del diario / Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL	MEDIA
Faes	176	100	90	31	11	408 (21,60%)	81,60
Funcas	99	134	27	60	52	372 (19,69%)	74,40
Real Instituto Elcano	72	62	38	11	11	194 (10,26%)	38,80
Círculo de Empresarios	56	49	31	31	23	190 (10,05%)	38,00
Círculo de Economía	52	46	29	23	11	161 (8,52%)	32,20
Fedea	25	50	25	39	20	159 (8,41%)	31,80
Instituto de Estudios Económicos	36	15	18	20	21	110 (5,82%)	22,00
Cotec	33	22	7	5	14	81 (4,28%)	16,20
Fundación Alternativas	14	47	4	4	3	72 (3,81%)	14,40
Instituto de Estudios Fiscales	11	29	4	9	5	58 (3,07%)	11,60
Fundación Innovación Bankinter	1	2	38	5	5	51 (2,70%)	10,20
Civismo	8	0	7	4	2	21 (1,11%)	4,20
Instituto Juan de Mariana	7	0	4	1	0	12 (0,63%)	2,40
TOTAL	590 (31,23%)	556 (29,43%)	322 (17,04%)	243 (12,86%)	178 (9,42%)	1.889 (100,00%)	377,8
MEDIA	45,38	42,77	24,77	18,69	13,69	145,30	

3.2.2.- Tipo de comunicación en las noticias de los think tanks

El segundo aspecto analizado en las noticias de los think tanks objeto de esta investigación es el del tipo de comunicación que se realiza en su presencia en los medios de comunicación escritos. Es decir, si se trata de una información (género informativo) o de un artículo de opinión (género de opinión).

Mayoritariamente, en el 80,99% de los casos, lo que supone un total de 1.530 noticias analizadas, corresponden al género informativo, fundamentalmente noticias, y en menor medida, entrevistas. Éstas últimas se localizan en algunos casos combinando la entrevista con un vídeo de la misma (normalmente realizado por el mismo diario), y en menor medida, sólo en versión audiovisual (*ver imagen 1*). En el 19% restante se trata de contenidos del género de opinión, con un claro predominio de artículos y presencia testimonial de algún editorial. La tendencia general es que estos artículos sean elaborados por parte de los expertos, miembros o investigadores de los think tanks, si bien también escriben sus presidentes, cuando existe algún motivo especial, como es el caso de un fallecimiento de un personaje relevante, o cuando quieren reforzar la posición de su organización o suya a nivel personal como experto, o en defensa de alguna crítica.

Según se puede apreciar en la Tabla 5, más de la mitad de los think tanks analizados, siete de los trece, superan el nivel total referido del 80,99%, con claro predominio del género informativo sobre el de opinión. Son el Instituto Juan de Mariana (100%), el Círculo de Economía (93,17%), Fedea (89,30%), el Instituto de Estudios Económicos (88,18%), Cotec (87,65%), Faes (85,04%) y el Instituto de Estudios Fiscales (81,03%). Se observa una relación entre el tipo de think tank y el tipo de información. Así, los de mayor contenido económico presentan un mayor número de noticias del género informativo y viceversa.

Por debajo del nivel del 80,99%, se encuentran Funcas, Real Instituto Elcano, Civismo y Fundación Alternativas, con un intervalo entre el 77,95% del primero y el 63,88% del último de esta relación, lo que supone una mayor presencia de artículos de opinión y, asimismo, editoriales. Resulta llamativo el caso de la Fundación Innovación Bankinter, por ser el único think tank del que predomina claramente el género de opinión, con un 72,54% de los casos.

De forma absoluta, por número total de noticias, los think tanks con mayor número de informaciones de opinión, teniendo en cuenta el menor porcentaje de presencia de las mismas, tanto en general, como en particular, fueron Funcas, Faes, Real Instituto Elcano, Círculo de Empresarios y Fundación Innovación Bankinter.

En relación al tipo de publicación, se observa que los diarios que más cultivan el género informativo en las informaciones sobre think tanks son Expansión (con el 97,53% de las noticias que publica) y ABC (94,40%), seguido por Cinco Días (83,70%). Una presencia más equilibrada se encuentra en El Mundo y El País, donde la

información pesa el 69,25% y 65,46%, respectivamente, frente al 30,74% y 34,53%, en cada caso, de contenido de opinión. Asimismo, señalar el empleo del recurso audiovisual a través de videos complementarios de la información, fundamentalmente en los casos de El Mundo y El País, y también en Expansión, que cuentan con canales propios de emisión de videos en su página web.

Imagen 1. Círculo de Economía (El Mundo, 28-09-2014)

ANDREU ROTGER Voces contra la crisis

'Hay que exigir con urgencia un gran pacto político y social para mejorar la financiación'



Vea un extracto de la conversación con Andreu Rotger. | ALBERTO VERA

NADAL SUAU

Actualizado: 28/09/2014 10:43 horas

2

«El ingeniero», me dice Rotger en un momento determinado, «aprende a sintetizar, ¡pero hoy no estoy haciendo ningún ejercicio de síntesis!». Y es verdad que hablamos durante un rato muy largo, en los que el presidente del Círculo de Economía se muestra ya muy imbuido de su papel institucional. Habla con entusiasmo de sus hijos y se muestra satisfecho de su propia trayectoria.

a+ a- [icon] [icon]

Comunidad

f 5

t 1

g+ 0

k in g+ t

Tags

Baleares
Economía

P ¿Cómo han sido estos primeros meses al frente del Círculo de Economía? Y sobre todo, ¿hacia qué dirección pretende dirigir esta institución?

R.- Los primeros meses de mi presidencia los he dedicado a tomar contacto con las autoridades y otras figuras relevantes de la sociedad, y he comprobado que el Círculo está en un momento de bastante credibilidad. Eso es muy bueno, pero también nos obliga a actuar con especial rigor. Sobre todo, creo que debemos cuidar nuestra independencia política y empresarial, porque es la que nos diferencia de cualquier otra institución: nosotros no recibimos ninguna subvención de nadie.

A partir de esa base, nuestro objetivo es poner en circulación ideas que sean valiosas y constructivas para la sociedad mallorquina, y lo hacemos con cierto romanticismo, el mismo que necesitan ustedes para ejercer su trabajo de periodistas, ¿no? Esto no tiene sentido si no es porque aspiramos a mejorar un poco las cosas con un artículo, en su caso, o con una iniciativa desinteresada, en el del Círculo. E insisto: no defendemos a nadie más que al conjunto de la ciudadanía. Lo único que cabe añadir es que debemos esforzarnos más en hacer llegar este esfuerzo a esa sociedad civil, porque tal vez hasta ahora el Círculo ha cometido un único error: estar demasiado cerrado en sí mismo y tratar de influir directamente sobre el poder. Pero el poder no se deja influir más que por la presión de la opinión pública. A ella tenemos que dirigirnos de una forma más clara.

P Esas ideas que aspiran a poner en circulación, ¿a qué cuestiones se refieren? ¿Cuáles son las prioridades del Círculo?

R.- Pues mire, tenemos comisiones trabajando en los siguientes temas: educación, sanidad, innovación, gestión administrativa, y medio ambiente y turismo, que van juntos.

P Ya que habla de sociedad civil balear, ¿es esta tan apática como a veces se ha dicho?

R.- Apática, no creo; pero sí somos independientes, poco gregarios. Esto tiene ventajas e inconvenientes, entre ellos que cuando hay que conseguir determinadas cosas tenemos menos

Noticias relacionadas

- El Govern califica el crecimiento del 0,8% hasta junio de salto cuantitativo
- El 60% de los comerciantes mantiene las rebajas por las 'decepcionantes' ventas de agosto
- El Govern buscará solución ante la competencia desleal en peluquería y estética
- 'La orquesta disfruta de un gran ambiente de trabajo'
- Medio centenar de personas se movilizan contra el TIL

Más leídas

- 1 El cocinero mallorquín de los Reyes
- 2 Sexo policial
- 3 El líder de los Hells Angels busca trabajo en España
- 4 Un cocodrilo llega a la costa de Ibiza
- 5 ¿Me puede morder un tiburón blanco en una...
- 7 El niño prodigio del piano que se convirtió en el mejor DJ del mundo
- 8 Los lujosos yates del narco José Mestre, en el puerto de Mahón
- 9 'La interacción profesor-alumno sigue siendo más importante que la tecnología'
- 10 La lluvia colapsa Palma y deja vías inundadas

Servicios

Guía TV	Sorteos y loterías
Estrenos	Cartelera
Tráfico	Callejero
Horóscopo	Hemeroteca
Diccionarios	Bolsa
Máster Periodismo	Traductor
Promociones	El tiempo
Calendario 2014	Pasatiempos
Citas	Seguros vehículos
Convertor de monedas	

Destacados

Últimas Noticias	Temas
Euromillones	Horóscopo Diario
Premios Goya	Premios Oscar
Ganadores Oscar 2015	Calendario electoral 2015
Mejores colegios	Resultados Elecciones
Elecciones catalanas	Fitness

Próximos envíos

Liverpool - Bournemouth

en más trabajo o mayores beneficios. Por otra parte, pedirle al sector turístico que absorba todo el empleo que perdió la construcción no tiene sentido, es imposible. Por lo tanto, hay que ir pensando en otros sectores.

P Muy bien, ¿pero cuáles?

R.- Bueno, que el turismo es nuestra industria básica hay que tenerlo claro. Y hay que estar satisfechos de ello y cuidarlo. ¿Otros sectores? Desde luego, no puede ser una industria agresiva con el medio ambiente, química o pesada. Pero la industria náutica o las nuevas tecnologías sí pueden ser caminos a recorrer. Pero no vendrán porque sí, hay que poner las condiciones. Mire, de la crisis se sale atrayendo inversiones y exportando. Y nosotros tenemos dos cosas muy apreciadas a la hora de atraer empresas de fuera: la calidad de vida y la seguridad. El Círculo está trabajando en un estudio en este sentido.

P Es cierto que ya tenemos casos de empresas internacionales que se instalan en la isla y generan empleo de calidad. ¿Pero desde las instituciones se está trabajando para incrementar ese modelo?

R.- Me consta que se hacen cosas, sí. Y algunas muy bien hechas. Pero es obvio que no bastan. Ahora tenemos una oportunidad con Ris Tres, un programa de la Comunidad Europea que consiste en aprobar proyectos de innovación relacionados de alguna forma con el turismo: turismo de salud, energía, medio ambiente... El abanico de temas vinculados a la fuerza. Pero fíjese, últimamente hemos visto movilizaciones muy destacadas, así que eso es relativo. Por lo demás, compartimos un defecto con cualquier sociedad occidental: somos fácilmente manipulables, a veces incluso por exceso de información. Ese exceso puede hacer difícil discernir la verdad. Ahí entra otra vez la responsabilidad del Círculo: analizar la información y explicarla.

P ¿Cuál es el principal problema económico de Baleares?

R.- Hay varios, pero lo primero es su sistema de financiación claramente injusto: para financiar los mismos servicios públicos, Baleares es la comunidad que peor está de toda España. Recibimos 1.745 euros por habitante; Extremadura, 2.429; Cantabria, 2.486; vascos y navarros más de 4.000. Obviamente, con esa cifra tan baja los servicios no pueden tener la misma calidad. Otra cosa es que después, siendo eficientes o poniendo más impuestos autonómicos tú puedas mejorar esos servicios, pero de entrada nuestros recursos son insuficientes. Segundo problema: la condición insular. Esto afecta al transporte, a la importación y exportación... La UIB ha estudiado perfectamente este problema. Tercer problema: nuestra economía es muy estacional, y eso nos obliga a tener unas infraestructuras mayores de lo que sería necesario. Cuarto problema: somos la comunidad en la que menos invierte el Estado. Ante este panorama, creo que debemos exigir a partidos políticos, medios de comunicación y sociedad civil que lleguen a un gran pacto para cambiar esta situación. Mire, si uno se dirige al Gobierno

central y le habla de esto, el ministro te contesta: «Ahora no toca cambiar el sistema de financiación», porque no hay dinero y las tensiones territoriales pesan. Pero se pueden hacer cosas: por ejemplo, el estado puede calcular lo que debería retornarnos, y avanzarlo antes. A mí me da miedo que con las elecciones autonómicas que vienen en ocho meses volvamos a perder un año sin hacer nada.

P Sobre la financiación, cabría decir que aportamos más y recibimos menos porque somos una comunidad rica.

R.- Ya, eso dicen: que somos una de las locomotoras del país. Pues si eso es así, el Estado debería alimentar la caldera, no al revés. Pero además, yo pongo en duda que seamos una comunidad rica; es cierto que en las familias hay más gente trabajando más horas, y eso hace que a la hora de pagar impuestos tributemos más. No es exactamente lo mismo. Y sobre todo, es indiscutible desde el punto de vista de la equidad que, a la hora de recibir financiación para prestar los servicios que el Estado ha delegado a las comunidades autónomas, deberíamos tener las mismas cifras que los demás. Ya he dicho que eso no es así, y cada año disponemos de menos dinero para gastar, por ejemplo, en sanidad. Ahora mismo, nosotros nos solidarizamos con casi el 6 % de nuestro PIB con otras comunidades, mientras que Extremadura recibe casi el 18 % del suyo de otras comunidades. Justo al revés. Y si eso fuera para dar los mismos servicios, bueno; pero si es para que puedan bajar sus impuestos, ya no me puede parecer bien. Por eso, repito la importancia de hacer un pacto para la

financiación, la sanidad y la educación.

P Vamos pues con la educación. ¿Cómo debería ser nuestro sistema educativo para responder a los retos del presente en nuestra comunidad?

R.- En este momento, puede parecer que un acuerdo en educación es imposible, pero creo que es justo al revés. Ya nos hemos tirado tantos trastos a la cabeza, que ahora, prescindiendo de personalismos y recriminaciones, puede haber llegado el momento del consenso. Y no hablo sólo de modelo lingüístico, sino también en el fracaso escolar, en la formación profesional... Hay muchos frentes abiertos. Pero yo no debo, al menos de momento, pretender decir cuál es el modelo correcto. Creo que ahora tenemos un reto previo y esencial: generar una voluntad de pacto y de consenso. Esto, con docentes, padres y alumnos a la cabeza. Esto es lo que le pido también a la nueva consellera de Educación.

P Otro frente abierto, el que relaciona medio ambiente y turismo. Últimamente hemos visto un alto grado de coincidencia en la oposición a las prospecciones petrolíferas; en cambio, las ampliaciones de puertos generan más polémica. ¿Cuál debe ser nuestro modelo de desarrollo para seguir siendo un destino turístico atractivo y eficaz?

R.- Hay algo claro: continuar apostando por el incremento en cantidad ya no tiene sentido. El futuro está en la calidad. Pretender aumentar el número de visitantes implicaría muchos problemas de infraestructuras sin que necesariamente redunde industria turística es muy amplio. A través de Ris Tres, Europa nos ha adjudicado 440 millones de euros hasta 2020. No hay que desaprovechar esta oportunidad. Pero cuidado, porque en innovación no podemos presumir demasiado: en 2010, en Baleares sólo se aprobaron 7 proyectos de I+D, una cifra ridícula frente a todas las demás comunidades autónomas. Eso no puede seguir así. Hay que crear oficinas de apoyo, viajar a Bruselas las veces que haga falta para lograr inversiones en investigación y desarrollo...

P En los últimos años ha vuelto al debate político y económico la cuestión de la desigualdad. Y desde luego, hoy somos una sociedad más desigual que antes de la crisis. ¿Cómo vamos a corregir este problema?

R.- En efecto, mientras dura una crisis económica el ciudadano aguanta estoicamente ciertos problemas, pero cuando sales de la crisis, si no se percibe una salida con equidad, ahí se desatan los conflictos. Piense en un atasco: si nadie se mueve, te pones nervioso pero te resignas. Pero si tu carril está parado y el de al lado avanza, entonces te sientes realmente indignado. Que unos salgan de la crisis con unas cargas mucho más fuertes que otros es un riesgo. En este sentido, hemos perdido una oportunidad con la reforma fiscal, porque deberíamos luchar con todas nuestras fuerzas contra el fraude fiscal. ¡El fraude supone un 20 % del PIB, unos 250 mil millones de euros! ¿Cuántos recortes se podrían evitar haciendo emerger toda esa economía sumergida? Y a esto, añada los 1.600 casos de corrupción que se están tramitando en los tribunales de Justicia. En fin, mientras todo esto ocurre, como el Estado necesita dinero, usted y yo pagamos más. En esto consiste la falta de equidad: el listillo se salva de pagar a costa nuestra.

P A mi generación le están diciendo cada día que tenemos que hacernos emprendedores, pero luego financiar una nueva empresa sin partir de un patrimonio previo es muy difícil. ¿Hay una excesiva distancia entre ese discurso del emprendimiento y la realidad?

R.- Yo colaboro en un proyecto de Mentoring con emprendedores. Se trata de ejercer como su tutor, porque se ha detectado que a la hora de emprender, hay muchos fracasos debidos a la financiación, ciertamente, pero otros muchos tienen que ver con una formación insuficiente. Lo que he comprobado es que los bancos, en el último año, al fin están deseando financiar. Pero para ello, tú necesitas presentarles un proyecto consistente. Por otra parte, le diré una cosa: no todo el mundo sirve para ser empresario. Si no te gusta arriesgar, o no eres muy creativo, tal vez ese no es tu destino. Y no pasa absolutamente nada, sólo faltaría. Además, si se quiere resolver el problema de España, lo de los emprendedores no basta; aquí hay que crear empleo en serio y atender a las Pymes, que constituyen nuestro auténtico tejido.

Su mayor acierto «Haber unificado todas las empresas eléctricas de Cataluña. No era fácil, y desde el punto de vista de la eficiencia energética, fue todo un éxito»

Su mayor error «No sé si es un error pero a veces me pregunto cómo habría sido mi vida si hubiera seguido con mi trabajo como ingeniero. También me gustaba»

Su consejo a los jóvenes «Que hagan ellos su propia carrera. Que escojan lo que les guste y se lancen con ilusión. No hay nada peor que una persona con la mirada muerta»

El futuro «Creo en las posibilidades de esta tierra. Espero un futuro más ambicioso y solidario, con menos personalismos y con más críticas constructivas»

En relación a cada uno de los think tanks, siguiendo la clasificación según el predominio del contenido informativo, el Instituto Juan de Mariana sólo tiene reflejo a través de informaciones y ningún artículo de opinión, independientemente del medio de comunicación del que se trate. Círculo de Economía, por su parte, tiene el mayor reflejo de noticias de tipo informativo en ABC, seguido de El País, donde, asimismo, encuentra la presencia más significativa del género de opinión respecto a otros medios, aunque en un bajo porcentaje. Algo similar ocurre con Fedea, si es en Expansión es donde se encuentra el mayor número de noticias con ausencia de artículos, es en El País donde también figura, como en Círculo de Economía, el contraste entre el segundo medio con mayor presencia del género informativo y, asimismo, el diario con mayor predominio de contenido de opinión, aunque también en bajo porcentaje.

El Instituto de Estudios Económicos registra un predominio del género informativo en los medios, con la escasa presencia del género de opinión sólo en ABC, El País, El Mundo y muy simbólicamente en Cinco Días (sólo un artículo localizado). Escasa presencia de artículos también se observa en Cotec, aunque aquí sí, todos los diarios muestran algún ejemplo.

Respecto a Faes, el think tank que ostenta el mayor número de noticias analizadas en esta investigación, ABC, El Mundo y El País presentan el mayor número de noticias del género informativo, observándose un mayor equilibrio en El País, donde las informaciones duplican a los artículos. El Mundo sigue a El País en contenido de opinión, pero a mayor distancia.

En el Instituto de Estudios Fiscales se aprecia claramente ausencia de artículos de opinión en tres de los cinco medios analizados. En El Mundo es simbólica (un caso), mientras que, de nuevo, en El País, se observa más equilibrio, aunque con una presencia del doble de la información sobre la opinión.

Avanzando en la clasificación por contenido, se encuentra el Círculo de Empresarios, en donde, aun bajo el predominio de la información, se puede distinguir entre los medios con mayor contraste entre el número de informaciones (mayoría) y de artículos (minoría), caso de ABC y de los dos diarios económicos, así como los medios con una presencia más equilibrada, aunque con distancia (de casi el doble y el doble), caso de El País y de El Mundo.

En el caso de Funcas y Real Instituto Elcano, ya se comienza a apreciar que el número de informaciones está en un nivel próximo al de los artículos de opinión. Es el caso de El País con Funcas (72 información/ 62 opinión) o de El Mundo con Real Instituto Elcano (22/ 16 respectivamente). En el caso de Funcas, también figuran otros medios con reducido peso de la opinión, como su ausencia en Expansión o su simbolismo en ABC (2 piezas de opinión frente a 97 informaciones). También en Real Instituto Elcano, se encuentra distancia en ABC entre los dos géneros (5 frente a 67 en cada caso) y el menor número de menciones de opinión en los dos diarios económicos.

En el think tank Civismo se observa que un medio, El Mundo, las noticias de opinión superan a las informativas, aunque por escaso margen (4/ 3). En ABC se aprecia equilibrio entre los dos géneros (3 opinión/ 5 información), si bien, el género de opinión está ausente en los dos diarios económicos. En El País no aparecen noticias de este think tank. En Fundación Alternativas también hay un caso en el que la opinión supera a la información, asimismo por poco margen. Corresponde a El País (25 opinión/ 22 información). De nuevo, en la prensa económica es nula la presencia del género de opinión, al que se añade el diario ABC.

Por último, mención aparte merece la Fundación Innovación Bankinter, por ser el único think tank del que predomina claramente el género de opinión, con un 72,54% de los casos, principalmente por el efecto de El Mundo, seguido de Expansión, en menor medida, ya que los tres medios restantes no publican ninguna pieza de opinión. Así, de los 37 artículos de opinión de este think tank localizados en este estudio, 33 corresponden a El Mundo; los cuatro restantes, al mencionado periódico económico. Cabe recordar, que es este diario, El Mundo, aporte más del 70% de las noticias analizadas de este think tank, a lo que contribuye el carácter de innovación y tecnología de buena parte de la actividad que realiza este think tank y la atención de este medio de comunicación por este tipo de contenidos.

**Tabla 5. TIPO DE COMUNICACIÓN EN LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANK
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**

- Número de noticias -

Nombre del diario		ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank							
Faes	I*	166	68	72	31	10	347 (85,04%)
	O*	10	32	18	0	1	61 (14,95%)
Funcas	I	97	72	22	60	39	290 (77,95%)
	O	2	62	5	0	13	82 (22,04%)
Real Instituto Elcano	I	67	42	22	9	8	148 (76,28%)
	O	5	20	16	2	3	46 (23,71%)
Círculo de Empresarios	I	52	30	21	29	20	152 (80%)
	O	4	19	10	2	3	38 (20%)
Círculo de Economía	I	49	39	28	23	11	150 (93,17%)
	O	3	7	1	0	0	11 (6,83%)
Fedea	I	25	38	22	39	18	142 (89,30%)
	O	0	12	3	0	2	17 (10,69%)
Instituto de Estudios Económicos	I	32	11	14	20	20	97 (88,18%)
	O	4	4	4	0	1	13 (11,81%)
Cotec	I	31	21	4	3	12	71 (87,65%)
	O	2	1	3	2	2	10 (12,34%)
Fundación Alternativas	I	14	22	3	4	3	46 (63,88%)
	O	0	25	1	0	0	26 (36,11%)

Tabla 5. TIPO DE COMUNICACIÓN EN LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANK EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario		ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank							
Instituto de Estudios Fiscales	I	11	19	3	9	5	47 (81,03%)
	O	0	10	1	0	0	11 (18,96%)
Fundación Innovación Bankinter	I	1	2	5	5	1	14 (27,45%)
	O	0	0	33	0	4	37 (72,54%)
Civismo	I	5	0	3	4	2	14 (66,66%)
	O	3	0	4	0	0	7 (33,33%)
Instituto Juan de Mariana	I	7	0	4	1	0	12 (100%)
	O	0	0	0	0	0	0
TOTAL	I	557 (94,40%)	364 (65,46%)	223 (69,25%)	237 (97,53%)	149 (83,70%)	1.530 (80,99%)
	O	33 (5,59%)	192 (34,53%)	94 (30,74%)	6 (2,46%)	29 (16,29%)	359 (19,00%)

(*): I: información, O: opinión

3.2.3.- Los titulares en las noticias de los think tanks

El tercer aspecto analizado en las noticias de los think tanks objeto de esta investigación es el relativo a la utilización de los titulares en los medios de comunicación. Es decir, cómo se destaca la denominación de este tipo de organizaciones en los titulares de las noticias.

En un porcentaje muy elevado, en el 87,82% de los casos, lo que supone un total de 1.659 noticias analizadas, el nombre del think tank no aparece en el titular, mientras que en el 12,17% restante, sí figura en el mismo. Según se puede apreciar en la Tabla 6, cerca del 70% de los think tanks analizados, nueve de los trece, superan el nivel total referido del 87,82%, con claro predominio de la ausencia de la denominación en el título. Son el Instituto de Estudios Fiscales (100%), la Fundación Innovación Bankinter (100%), el Instituto Juan de Mariana (100%), el Real Instituto Elcano (96,39%), el Círculo de Economía (92,55%), Civismo (90,47%), Fundación Alternativas (90,27%), Cotec (90,12%) y el Instituto de Estudios Económicos (90,00%).

Por debajo del nivel del 87,82%, se encuentran Faes, el Círculo de Empresarios, Fedea y Funcas, con un intervalo entre 87,50% del primero y el 80,91% del último de esta relación, lo que supone una presencia minoritaria de los think tanks en los titulares principales de las noticias. Resulta significativo que al encontrarse Funcas y Faes entre los think tanks más mencionados en los titulares y, asimismo, entre aquéllos con mayor número de noticias localizadas, suponen más de la mitad de los titulares que sí mencionan la denominación del think tank. También de forma absoluta, le siguen como think tanks con mayor número de informaciones con mención en el titular, teniendo en cuenta el bajo porcentaje de presencia: Círculo de Empresarios, Fedea y Círculo de Economía.

En el origen del titular contribuyen diversos factores que influyen para destacar la notoriedad del think tank: su capacidad de generación de informes y actuaciones de tipo económico (lo que se advierte especialmente en Funcas o Fedea), los de tipo político y polémico (como Faes), o laboral y también polémico en ocasiones (como Círculo de Empresarios).

Asimismo, hay que tener en consideración el uso que algunos diarios hacen de los antetítulos y subtítulos para resaltar a los think tanks, incluso en casos en los que la mención en el titular es nula o muy reducida. El Mundo y El País son los medios que más emplean este tipo de consideraciones, según se advierte en las notas incluidas en la Tabla 6. También se observa el empleo del nombre propio de algún presidente o director de un think tank en un titular, al igual que en antetítulos y subtítulos, sin la mención al cargo ni la organización correspondiente (aspecto éste que sí se incluye en el desarrollo posterior de la noticia). También se aprecian, en menor medida, referencias indirectas al think tank en el titular, con una carga de contenido –pero sin llegar a mencionarlo explícitamente-, como cuando Expansión publica “el think tank del PSOE”, en alusión a la Fundación Alternativas.

En relación al tipo de publicación, se observa prácticamente una homogeneidad en el trato de los think tanks en los titulares, siendo Expansión el diario que más destaca su denominación en los mismos (21,39%) -a lo que parece contribuir el mayor carácter económico de los think tanks con mayor presencia en titulares-, seguido de ABC (17,29%) y Cinco Días (14,04%). En el lado contrario, El Mundo y El País, con el 7,76% y el 4,67%, respectivamente.

En relación a cada uno de los think tanks, siguiendo la clasificación según el predominio de la ausencia de la denominación en el titular, son tres los casos en los que no aparece ninguna mención en el título: el Instituto de Estudios Fiscales, la Fundación Innovación Bankinter y el Instituto Juan de Mariana. No obstante, en el caso de Fundación Innovación Bankinter, se aprecia en varias noticias publicadas en El Mundo un apartado creado por este diario con mención directa a la mencionada fundación, cuya denominación es “La Ventana de la Fundación Bankinter”, lo que incide positivamente en su notoriedad (*ver imagen 2*). Algo similar ocurre con Instituto Juan de Mariana, en una noticia en El Mundo, en el antetítulo hay referencia al director del think tank, pero no así a la organización, sino a su condición de catedrático. En el interior de la noticia, sí figura también su cargo en el mismo.

En el Real Instituto Elcano contrasta el bajo número de noticias que llevan su mención en el titular con las que no lo llevan, quedando patente la ausencia de títulos con el nombre en las noticias de los dos diarios económicos. Junto a ello, señalar que en una noticia de El País aparece la denominación del think tank en el subtítulo. Asimismo, destacar que en El Mundo, en ocho noticias figura la mención de esta organización en el antetítulo y en una, en el subtítulo.

En el caso del Círculo de Economía, la ausencia de titular con el nombre en las noticias se percibe en las noticias de El Mundo y, salvo en una noticia, en el Cinco Días. No obstante, en El Mundo en dos noticias aparece la denominación del think tank en el subtítulo. En el caso de El País, las menciones además de en el título (3 noticias), figuran en una noticia en el antetítulo y en el subtítulo; en dos, en el subtítulo, y en tres, se observa el nombre de su presidente en el titular.

Civismo, Fundación Alternativas y Cotec, dentro del predominio de noticias sin mención en el titular, las escasas referencias suelen coincidir en ABC, que también presenta buen número de noticias sin los nombres en los títulos, seguido del Cinco Días (salvo en el segundo caso). Cabe mencionar una noticia que publica Expansión por la particularidad de referirse indirectamente al think tank en el titular, aunque no con su denominación. Se trata de Fundación Alternativas, a la que el diario económico alude en el título a “el think tank del PSOE” (*ver imagen 3*). Tres noticias con titular lleva Fundación Alternativas en ABC por el caso del plagio de un informe del think tank por UGT (este caso se analiza en el siguiente capítulo, con correspondencia en la *imagen 8*). En el caso de Cotec, en concreto, se advierte en El País su denominación en el subtítulo de una noticia.

Situación parecida es la del Instituto de Estudios Económicos, con ABC como el medio con mayor número de noticias tanto sin mención en titular, como con reflejo en el mismo (éstas en mucha menos proporción). En contraste, le sigue El Mundo, por las noticias sin denominación en titular y la ausencia de referencia en el mismo, aunque sí, como aspecto curioso, aparece en cinco noticias el nombre del think tank en el antetítulo.

Imagen 2. Fundación Innovación Bankinter (El Mundo, 17-09-2014)

ELMUNDOTV » Siga en directo el debate parlamentario sobre el tercer rescate de Grecia.

LA VENTANA DE Fundación Bankinter-MIT Sloan

¿Ha desaparecido la relación entre empleo, innovación y un nivel de vida más alto?

IRVING WALDASKY-BERGER

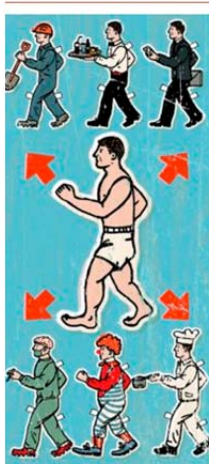
Actualizado: 17/09/2014 12:41 horas

0

He meditado mucho sobre la innovación en la economía digital y ciertas preguntas desconcertantes que nos ocupan ahora. ¿La innovación está en auge o en declive? ¿Hemos dejado de solucionar grandes problemas o estamos solucionando problemas mayores que nunca antes? ¿El fundamento de la innovación en la economía digital es diferente de la innovación en la era industrial de los últimos dos siglos?

Sin embargo, no hay pregunta más urgente y desconcertante que averiguar si innovación, productividad, empleo y nivel de vida general en las economías avanzadas ya no guardan relación. ¿Es ésta una economía donde la tecnología y la innovación no llevan necesariamente a un nivel y calidad de vida más altos?

Las numerosas innovaciones de la Revolución Industrial llevaron a una productividad mayor, a industrias nuevas y a un aumento considerable del PIB per cápita, una medida habitual del nivel de vida. Según el economista Richard Steckel, de 1820 a 1998 el PIB per cápita total del mundo se multiplicó por 8,6. La mejora fue dispar de una región a otra, desde un factor de 3,3 en África e India hasta un 5,5 en China, y alrededor de un 10 en Europa Occidental, 21,7 en Estados Unidos y 30,5 en Japón.



«Antiguamente, la innovación tecnológica siempre se tradujo en más empleo a largo plazo, no menos. Pero las cosas a veces cambian», es una frase que encabeza un artículo sobre el futuro del empleo en el ejemplar del 18 de enero de The Economist. «Hoy día, la mayoría de los economistas, confiados, disipa estas preocupaciones. Al subir la productividad, sostienen, cualquier automatización que economice el uso de la mano de obra aumenta los ingresos. Así se genera demanda de productos y servicios nuevos, que a su vez crean nuevos empleos para parados cuyas empresas han desaparecido».

Noticias Relacionadas

- La imposición del euro débil
- Dos almas
- La destrucción creativa del crédito
- Escenario 2050, el mapa energético del futuro
- La máquina de la memoria

IBEX 35

10.867,500 ↓ -0,11% Var. -11,80

Más leídas

- 1 Denuncia haber sufrido acoso sexual al alojarse con Airbnb en Madrid
- 2 ¿Tienes un euro? Ya puedes viajar a Londres en un autobús low cost
- 3 Soria cuestiona los sueldos 'estratosféricos' del Ibex
- 4 Turismo, alimentación, energía... Esta es la Grecia que sí funciona
- 5 Rebajas sin ropa interior
- 6 El alto coste de alquilar en Londres impulsa la mudanza a las barcasas
- 7 El beneficio de los bancos sube un 40% en España pero el crédito no termina de repuntar
- 8 Tsipras pone a Grecia en manos de un ex Lehman Brothers
- 9 ¿Relevo generacional? La cúpula del Ibex se resiste a la jubilación
- 10 Los bajos precios del petróleo apuntalan la recesión en Rusia

Los blogs

Billonarios

Cuatro mujeres y un jeque en El Corte Inglés

JOSE F. LEAL

04/08/2015

ContraOpa

El papelón de Margallo y Guindos en el 'caso Wert'

CARLOS SEGOVIA

01/08/2015

El Gadgetoblog

Este otoño, video en 360 grados

ÁNGEL JIMÉNEZ DE LUIS

31/07/2015

Espíritus animales

Cuatro claves sobre la muerte del león 'Cecil'

«¿De dónde vendrán los empleos los próximos años? La respuesta rápida es que no lo sabemos»

La maquinaria de la economía industrial compensaba nuestras limitaciones físicas: las máquinas de vapor aumentaron nuestra fuerza física, los ferrocarriles y los coches nos ayudaron a ir más rápido y los aviones nos permitieron volar. Las máquinas de la emergente economía digital están

compensando nuestras limitaciones cognitivas, aumentando nuestra inteligencia y capacidad de procesar cantidades ingentes de información. Se aplican, cada vez más, a actividades que requieren una inteligencia y capacidad cognitiva que hace no mucho tiempo se consideraban ámbito exclusivo de los humanos. Y en la medida en que ordenadores y robots son mucho más potentes, baratos y ubicuos, los empresarios sustituyen la tecnología y el capital por la mano de obra, lo cual tiene un impacto en el empleo y los salarios.

Espero que, igual que hicimos otras veces, la humanidad co-evolucione una vez más de la mano de unas máquinas cada vez más inteligentes. La gente seguirá desempeñando papeles importantes y las máquinas harán posible que las personas vivan mejor.

Pero hacer realidad el potencial de la nueva maquinaria requiere que apoyemos medidas desafiantes que promueven el bienestar humano. Entre otras, grandes inversiones en formación continua para preparar a los trabajadores para los empleos más cualificados de la economía digital, iniciativas que nos ayuden a ser una sociedad más emprendedora e innovadora, donde la gente pueda apalancarse en la tecnología para inventar sus propios empleos, y prestar mucha atención a cómo se producen y distribuyen las ganancias en esta nueva economía.

¿De dónde vendrán los empleos en los próximos años? La respuesta rápida es que no lo sabemos. Pero todos nosotros (políticos, empresarios, trabajadores y científicos) debemos trabajar unidos para dar con respuestas innovadoras a esta pregunta crítica para la sociedad.

Irving Waldasky-Berger es exdirector de la Academia de IBM, profesor en el MIT Sloan School of Management and Engineering Systems Division y experto de la Fundación de la Innovación Bankinter.

¿Le ha resultado interesante?

PABLO PARDO

29/07/2015

¡Vaya Lujol

Adosado chic en La Finca

¡VAYA LUJOL!

29/07/2015

Ahorro en el hogar



EN DEPÓSITOS

Los mejores depósitos online para ganar un 2 % sin salir de casa

Este verano, los bancos online siguen ofreciendo rentabilidad sin comisiones, de forma que nuestro dinero puede crecer hasta un 2 % en un solo año. ¡Sin riesgos y sin pisar la oficina!

[Más artículos en economía del hogar](#)

Compara y ahorra



[Compara otros productos](#)

Calculadoras personalizadas

¿Dónde conseguir hasta 600 € en 15 min.?

¿Cuánto pagaré con IRPH entidades?

¿Comprar o alquilar?

Servicios

Guía TV	Sorteos y loterías
Estrenos	Cartelera
Tráfico	Callejero
Horóscopo	Hemeroteca
Diccionarios	Bolsa
Máster Periodismo	Traductor
Promociones	El tiempo
Calendario 2014	Pasatiempos

Imagen 3. Fundación Alternativas (Expansión, 21-05-2014)

Destacamos Crisis en Grecia Encuentros Digitales De Guindos Banco de Madrid CaixaBank Ibx35 Noticias, cotizaciones...

Ediciones Cataluña C. Valenciana Andalucía País Vasco Extremadura **Madrid** GuVivienda Empleo Motor Acceda a su cuenta Regístrate

Expansión.com
Sábado, 26.04.14. Actualizado a las 13:16

Expansión Mercados **Expansión en ORBYT.**

Mi dinero Empresas Economía Sociedad Opinión Jurídico Directivos Motor Tendencias Multimedia Emprendedores&Empleo LATAM

Agenda de hoy Datos macroeconómicos Política Función Pública Diccionario Económico

Portada » Economía y Política

EL 'THINK TANK' DEL PSOE PIDE RECORTAR EL PARO COMO PRESIÓN PARA BUSCAR EMPLEO

El 'think tank' del PSOE pide recortar el paro como presión para buscar empleo

Menéame | Twitter | 61 | Compartir | 700 | +4 | Key.it | 3 | Compartir | 18

Más noticias sobre: economía, politica, psoe, paro

21.05.2014 | MADRID | M.Valverde | 6

Bien dice el refranero español que «una cosa es predicar y otra, dar trigo». La fundación del PSOE Laboratorio de Alternativas tiene una propuesta muy distinta para reducir el paro de larga duración de la faceta social que pregona el partido en plena campaña de las elecciones europeas del 25 de mayo.

PARADOS DE LARGA DURACIÓN

Trabajadores afectados
Enero 2014: 3.000.000
Enero 2013: 2.900.000
Enero 2012: 2.800.000
Enero 2011: 2.700.000
Enero 2010: 2.600.000
Enero 2009: 2.500.000

Parados por duración del desempleo
Enero 2014: 28,3%
Enero 2013: 28,4%
Enero 2012: 28,4%
Enero 2011: 28,4%
Enero 2010: 28,4%
Enero 2009: 28,4%
Enero 2008: 28,4%

Parados que acceden a un empleo según subsidio
Enero 2014: 95
Enero 2013: 95
Enero 2012: 95
Enero 2011: 95
Enero 2010: 95
Enero 2009: 95
Enero 2008: 95

En su reciente informe sobre Los parados de larga duración en España en la crisis actual, la fundación plantea reducir el subsidio por desempleo que perciben los parados, para impulsarles a aceptar una oferta de trabajo «adecuada a su cualificación». En opinión de la entidad, con frecuencia el subsidio «desincentiva» a aceptar un trabajo, por lo que los beneficiarios prolongan su situación de desempleo.

En consecuencia, Laboratorio de Alternativas propone «diseñar las medidas adecuadas para que la situación de ocupado fuera siempre preferible, en términos de ingresos, a la situación de parado con algún tipo de subsidio». Se considera parado de larga duración a aquellos que llevan más de un año sin trabajo. La fundación socialista propone además «realizar un seguimiento más individualizado al colectivo de parados de larga duración para asegurarse de que, de existir ofertas de empleo, estas se aceptan». «Algunas iniciativas como estas –continúa el informe en sus conclusiones– se han producido en Alemania con resultados muy positivos sobre la reducción del número de parados».

Coincidencia con CEOE

Curiosamente, esta es una opinión que coincide con la del presidente de CEOE, Juan Rosell que, en más de una ocasión, ha señalado que muchos parados no aceptan una oferta de trabajo hasta que se acerca el fin de la prestación. El informe del Laboratorio de Alternativas ha sido elaborado por Sara de la Rica, catedrática de Economía de la Universidad del País Vasco, y por Brindusa Anghel, investigadora de la Fundación de Estudios de Economía Aplicada. El texto contradice abiertamente «la propuesta de asignación de recursos suficientes» para los parados mayores de 55 años que pide el PSOE en su programa de las elecciones europeas.

En su punto 5º, los socialistas defienden lo siguiente: «Debe ser igualmente prioritario ocuparse del desempleo que afecta a los parados de larga duración mayores de 55 años, para lo cual defenderemos fortalecer el fondo social europeo en el terreno laboral y formativo para ofrecer oportunidades de trabajo digno a este colectivo, así como la asignación de los recursos suficientes por parte de la Comisión con este objetivo».

Hay que recordar que, durante la crisis, el gasto en desempleo en España ha superado los 35.000 millones.

El informe del Laboratorio de Alternativas repite en muchos de sus puntos que «el cobro de cualquier tipo de subsidio disminuye enormemente la salida hacia el empleo para los parados de larga duración». Este hecho «nos hace pensar –dicen las autoras del trabajo– que la prestación, bien sea contributiva o asistencial, desincentiva de una manera muy notable la búsqueda de empleo o la aceptación de ofertas recibidas. Cualquiera de los dos efectos es negativo».

La prestación contributiva es la que recibe el desempleado por haber cotizado durante su vida laboral. Su duración máxima es de dos años. El subsidio tiene carácter asistencial y lo percibe el parado una vez que ha agotado la prestación contributiva, si tiene responsabilidades familiares. Por todas estas razones la OCDE asegura que la protección por desempleo en España es de las más generosas del mundo desarrollado.

Precisamente, con el fin de recortar el gasto y animar a los parados a buscar trabajo, una de las primeras medidas del Gobierno fue recortar la prestación contributiva. A partir del séptimo mes, la cuantía pasó desde el 70% al 50%. De la misma forma, el Inem dejó de pagar la cotización social de los desempleados.

Una situación favorable

Con el título Subsidios de desempleo muy generosos y susceptibles de perpetuación, el informe analiza que, tras la moderación salarial que ha habido en muchos países europeos durante la recesión, ha podido ocurrir que «los individuos que pueden acceder a los subsidios asistenciales se encuentren en una

Última hora **CaixaBank**

- 16:37 El Tesoro espera captar hasta 9.000 millones en su retorno a los mercados
- 14:33 El Bundesbank exige la supervisión de las reformas de Grecia
- 12:41 Turkish Airlines ganó 365,8 millones en el primer semestre

Lo + leído

- 1 Borja Domínguez
- 2 Siete novedades que debe tener en cuenta si coge una baja laboral a partir de ahora
- 3 ¿En qué países ganarás más y vivirás mejor?
- 4 La mejor cerveza del mundo es española
- 5 ¿Cuál es la mejor marca de smartphones?
- 6 Los mejores dividendos de 2015
- 7 ¿Sabes cuánto consume cada electrodoméstico?
- 8 Metropolitan se pone en forma con el paro
- 9 ¿Cuántos megas necesita para navegar por internet desde su smartphone?
- 10 ¿Qué pasa con mis vacaciones si he estado un tiempo de baja?

Síguenos en...

Me gusta | 147.302

Follow @expansioncom

Seguir | 3.470

Comentarios mejor valorados

jovalap | 16-Ago-2013 | 22:24
Madre mía estos dicen que son liberales o de centr ...

juanbravo2010 | 17-Ago-2013 | 14:04
Madrid debe posicionarse como hub de entlace entre ...

grifber | 17-Ago-2013 | 14:30
Pienso que si el gobierno dejara que Rato fuera d ...

pepulus | 17-Ago-2013 | 11:23
Quizá sea el menor de los males posibles, pero el ...

grifber | 17-Ago-2013 | 12:30
Qué vergüenza lo de FROB y SAREB. Los sitios donde ...

situación más favorable como parado que como ocupado».

Para que no suceda tal cosa, «es imprescindible diseñar mecanismos que aseguren que la situación de ocupado es siempre preferible a la de parado, de modo que ante una oferta salarial el parado siempre opte por esta en lugar de permanecer desempleado». Es más, el informe señala que entre dos individuos similares por sexo, edad, educación, nacionalidad y duración en el desempleo, el que cobra un subsidio «tiene un 85% menos de posibilidades de acceder a un trabajo que el que no lo cobra».

Para luchar contra el paro de los mayores de 45 años que llevan más de un año en esta situación, las dos autoras del informe proponen también que las agencias privadas y públicas de colocación «sean capaces de identificar las necesidades específicas de mano de obra de las empresas que operan en cada lugar». Con este fin, y en segundo lugar, puedan diseñar programas de formación y recolocación adecuados «de modo que estos individuos tuvieran la posibilidad de volver al mercado de trabajo».

En el Patronato de la Fundación Alternativas están el secretario general del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba o el expresidente del Gobierno, Felipe González.

En Faes y el Círculo de Empresarios, comienza a advertirse una ligera mayor proporción de menciones en los titulares de las noticias, especialmente en ABC y en los dos diarios económicos. En concreto, en Faes, además, en El Mundo, en una noticia aparece la denominación del think tank en el antetítulo y en otra, en el subtítulo. En el caso del Círculo de Empresarios, en El País, en una información aparece el nombre de la organización en el subtítulo. Asimismo, en cinco informaciones, figura el nombre de su entonces presidenta en el titular (y en dos de éstas, también en el subtítulo), a lo que contribuye que salte a titulares más de una polémica desatada por controvertidas declaraciones realizadas a título personal. Hay casos en que esos titulares polémicos se refuerzan con un vídeo con imagen estática de la identidad corporativa, así como de la presidenta de la institución (*ver imagen 4*).

En Fedea, en las noticias de los diarios económicos es donde más equilibrio se encuentra entre las que mencionan su denominación en el titular o sólo en el interior. En concreto, tanto en Expansión como en Cinco Días, casi la mitad ya de las informaciones contienen mención en el titular, y en ABC, una cuarta parte. En el caso de El Mundo, como ocurre en otros think tanks, en una noticia aparece el nombre de la organización en el antetítulo.

Finalmente, Funcas es el think tank de los analizados con mayor número y proporción de noticias que lo nombran en el titular, a lo que contribuye su capacidad de generación de informaciones por sí solo debido a su intensa y prestigiosa actividad de informes de carácter económico, que cuenta con indicadores que aúnan el consenso de diversos analistas. Donde más se advierte su empleo en el titular es en Expansión, donde está presente en cerca del 60% de sus noticias. Le sigue ABC, con el 32%, y El Mundo, con más del 28%. Es precisamente en este último diario, donde, como en otras ocasiones, aparece la referencia del think tank en el antetítulo de dos noticias.

Imagen 4. Círculo de Empresarios (El Mundo, 03-10-2014)

EL MUNDO Edición España Versión Clásica f t g SUSCRIBETE INICIAR SESIÓN

SECCIONES Economía Vivienda Mercados INovadores Ibex 35 Índices Comparadores Calculadora indemnizaciones

POLÉMICA En abril afirmó que los jóvenes sin formación "no sirven para nada"

La presidenta del Círculo de Empresarios 'prefiere' contratar a mujeres que no vayan a tener hijos



Actualizado: 26/11/2014 13:47 horas 251

La empresaria y presidenta del Círculo de Empresarios, Mónica de Oriol, vuelve a la polémica tras afirmar que **"prefiere" contratar a mujeres mayores de 45 años o con edades inferiores a los 25 años** por el amparo que da la ley a las madres trabajadoras.

Oriol, ha añadido que **"Si una mujer se queda embarazada y no la puede echar durante los once años siguientes a tener a su hijo, ¿a quién contratará el empresario?"**, haciendo alusión a las mujeres trabajadoras que se cogen jornada reducida.

En abril, la presidenta del Círculo de Empresarios tuvo que **pedir disculpas** al afirmar que **los jóvenes sin formación "no sirven para nada"**. En ese momento, Oriol aseguró que utilizó una expresión muy poco afortunada, que dio lugar a interpretaciones totalmente contrarias a lo que ella misma piensa.

Mónica de Oriol ha realizado estas polémicas declaraciones en una mesa redonda celebrada en el marco de la XXV Asamblea Plenaria del Consejo Empresarial de América Latina, en la que ha añadido que **para que las mujeres lleguen a altos cargos directivos no hacen falta leyes**, "sino entender que un puesto directivo requiere sacrificios". Por eso, considera que es mejor que **una alta directiva "se case con un funcionario** o con un marido al que le gusten mucho los niños".

También ha asegurado que con la regulaciones, **"en vez de favorecer a la mujer, la están condenando"**, y ha abogado por vincular a las mujeres con su productividad diaria, como variable que más incide en la motivación. "Esa protección de la mujer la desvincula del alineamiento con los intereses de la empresa" y la desconecta del "esfuerzo diario". **"Un Recursos Humanos elegiría antes a un hombre que a una mujer"**, ha añadido.

Mónica de Oriol afirma que **entró en el consejo de administración de una empresa debido a la cuota femenina mínima exigida por la ley**. "Cuando llegué, éramos las cuotas, pero no decíamos tonterías (...). En un consejo de administración, la edad media son 56 años y casi todo **hombres, que esperaban poco de nosotras**, pero conocer es amar", ha agregado.

En esta mesa redonda participaron además la secretaria general Iberoamericana, Rebeca Grynspan; la vicepresidenta de Eulen, María José Álvarez; la vicepresidenta ejecutiva y jefa de operaciones del Banco Iberoamericano de Desarrollo (BID), Julie Katzman, y la secretaria de Estado de la Comunicación, Carmen Martínez de Castro.

Martínez de Castro ha respondido a las polémicas declaraciones de la presidenta del Círculo de Empresarios afirmando que **"no todas las mujeres tienen que ser presidentas, pero todas tienen que poder trabajar"**. "Hay que conseguir que las mujeres se incorporen de forma satisfactoria al trabajo, favoreciendo la conciliación, o si no, habrá un **problema en el futuro para que tengan hijos**", aseguró.

Comunidad 4346 249 30

Tags Economía

Noticias Relacionadas

- 'Supervivientes' de la violencia machista... y del olvido
- Dos años de cárcel para 2 hermanos por esquilmar los ahorros de su tía
- Detenido en Getxo un hombre de 35 años por agredir a su pareja
- Guerra familiar en la empresa Germaine de Capuccini
- 'Si no se levanta la fábrica de Campofrío se acaba Burgos'

IBEX 35 10.868,600 ↓ -0,10% Var. -10,70

Más leídas

- 1 Denuncia haber sufrido acoso sexual al alojarse con Airbnb en Madrid
- 2 ¿Tienes un euro? Ya puedes viajar a Londres en un autobús 'low cost'
- 3 ¿Son justos los límites 'matrofrío'?
- 7 El beneficio de los bancos sube un 40% en España pero el crédito no termina de repuntar
- 8 Tsipras pone a Grecia en manos de un ex Lehman Brothers
- 9 ¿Relevo generacional? La cúpula del Ibex se resiste a la jubilación
- 10 Campaña millonaria para construir una aldea de 'El señor de los anillos'

Los blogs

Billonarios
Cuatro mujeres y un jeque en El Corte Inglés
JOSE F. LEAL 04/08/2015

ContraOpa
El papelón de Margallo y Guindos en el 'caso Wert'
CARLOS SEGOVIA 01/08/2015

El Gadgetoblog
Este otoño, vídeo en 360 grados
ÁNGEL JIMÉNEZ DE LUIS 31/07/2015

Espíritus animales
Cuatro claves sobre la muerte del león 'Cecil'
PABLO PARDO 29/07/2015

¡Vaya Lujo!
Adosado chic en La Finca
¡VAYA LUJO! 29/07/2015

Ahorro en el hogar



EN DEPÓSITOS

Los mejores depósitos online para ganar un 2 % sin salir de casa

Este verano, los bancos online siguen ofreciendo rentabilidad sin comisiones, de forma que nuestro dinero puede crecer hasta un 2 % en un solo año. ¡Sin riesgos y sin pisar la oficina!

o Más artículos en economía del hogar

Compara y ahorra < >

Tabla 6. CÓMO SE DESTACA LA DENOMINACIÓN EN LOS TITULARES DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario		ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank							
Faes	SÍ*	32	3	10	4	2	51 (12,50%)
	NO*	144	97	80 ⁽¹⁾	27	9	357 (87,50%)
Funcas	SÍ	24	9	6	22	10	71 (19,08%)
	NO	75	125	21 ⁽²⁾	38	42	301 (80,91%)
Real Instituto Elcano	SÍ	5	1	1	0	0	7 (3,60%)
	NO	67	61 ⁽³⁾	37 ⁽⁴⁾	11	11	187 (96,39%)
Círculo de Empresarios	SÍ ⁽⁵⁾	14 ⁽⁵⁾	5	4	6	2	31 (16,31%)
	NO	42 ⁽⁶⁾	44 ⁽⁷⁾	27	25	21 ⁽⁸⁾	159 (83,68%)
Círculo de Economía	SÍ	5	3	0	3	1	12 (7,45%)
	NO	47	43 ⁽⁹⁾	29 ⁽¹⁰⁾	20	10 ⁽¹¹⁾	149 (92,55%)
Fedea	SÍ	5	3	3	12	7	30 (18,86%)
	NO	20	47	22 ⁽¹²⁾	27	13	129 (81,13%)
Instituto de Estudios Económicos	SÍ	5	1	0	4	1	11 (10,00%)
	NO	31	14	18 ⁽¹³⁾	16	20	99 (90,00%)
Cotec	SÍ	6	0	1	0	1	8 (9,87%)
	NO	27	22 ⁽¹⁴⁾	6	5	13	73 (90,12%)
Fundación Alternativas	SÍ	5	1	0	1	0	7 (9,72%)
	NO	9	46	4	3 ⁽¹⁵⁾	3	65 (90,27%)
Instituto de Estudios Fiscales	SÍ	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
	NO	11	29	4	9	5	58 (100,00%)

Tabla 6. CÓMO SE DESTACA LA DENOMINACIÓN EN LOS TITULARES DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario		ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank							
Fundación Innovación Bankinter	SÍ	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
	NO	1	2	38 ⁽¹⁶⁾	5	5	51 (100,00%)
Civismo	SÍ	1	0	0	0	1	2 (9,52%)
	NO	7	0	7	4	1	19 (90,47%)
Instituto Juan de Mariana	SÍ	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
	NO	7	0	4 ⁽¹⁷⁾	1	0	12 (100,00%)
TOTAL	SÍ	102 (17,29%)	26 (4,67%)	25 (7,76%)	52 (21,39%)	25 (14,04%)	230 (12,17%)
	NO	488 (82,71%)	530 (95,32%)	297 (92,23%)	191 (78,60%)	153 (85,95%)	1 659 (87,82%)

(*): SÍ: sí en el título, NO: no en el título

- ⁽¹⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el antetítulo y en otra, en el subtítulo.
- ⁽²⁾ En dos noticias aparece la denominación del think tank en el antetítulo.
- ⁽³⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el subtítulo.
- ⁽⁴⁾ En ocho noticias aparece la denominación del think tank en el antetítulo y en una en el subtítulo.
- ⁽⁵⁾ En siete noticias aparece el nombre de la presidenta en el titular además de la denominación del think tank.
- ⁽⁶⁾ En ocho noticias aparece el nombre de la presidenta del think tank en el título.
- ⁽⁷⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el subtítulo. En cinco, figura el nombre de su presidenta en el titular (y en dos de éstas, también en el subtítulo).
- ⁽⁸⁾ En tres noticias aparece el nombre de la presidenta del think tank en el titular.
- ⁽⁹⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el antetítulo y en el subtítulo; en dos, en el subtítulo y en tres, figura el nombre su presidente en el titular.
- ⁽¹⁰⁾ En dos noticias aparece la denominación del think tank en el subtítulo.
- ⁽¹¹⁾ En una noticia aparece el nombre del presidente del think tank en el titular.
- ⁽¹²⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el antetítulo.
- ⁽¹³⁾ En cinco noticias aparece la denominación del think tank en el antetítulo.
- ⁽¹⁴⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el subtítulo.
- ⁽¹⁵⁾ En una noticia aparece indirectamente la denominación en el título como “think tank del PSOE”.
- ⁽¹⁶⁾ En una noticia aparece la denominación del think tank en el subtítulo.

⁽¹⁷⁾ En una noticia, en el antetítulo hay referencia al director del think tank, pero no a la organización en sí, sino a su condición de catedrático. En el interior, sí figura también su cargo en el think tank.

3.2.4.- Contenido de las noticias de los think tanks

El cuarto aspecto analizado en las noticias de los think tanks de esta investigación es su contenido. Se ha establecido una primera clasificación en contenido sólo económico y el que se ha denominado como contenido ‘mixto’ o general. En la categoría de mixto, se han agrupado los contenidos que no son económicos exclusivamente en 19 subcategorías, que aparecen como tema único o predominante en el caso de coincidir con otro. Se trata de las siguientes temáticas, ordenadas alfabéticamente: corrupción, cultura, educación-formación, imagen exterior-marca España, inmigración-emigración, innovación-tecnología, industria y energía, internacional, jurídico, laboral, mujer y trabajo, noticias del think tank, pobreza, política, política exterior, sanidad, social, noticias de sociedad (con un contenido menos sociológico) y terrorismo islámico. Se puede apreciar en la Tabla 7, tabla de la que se muestra la información resumida al final de este apartado y, en el Anexo 3, la información completa que se corresponde con el desarrollo de cada think tank. En el caso de sociedad, las noticias están referidas a cuatro tipos: las relacionadas con actos y actividades de agenda, las motivadas por fallecimiento de personas notorias, las que tienen contenido institucional y las relativas a perfiles de personajes conocidos o temáticas similares.

Volviendo a la clasificación general del contenido de las noticias en las dos temáticas generales, observamos, a diferencia de los dos aspectos analizados en los apartados anteriores, que está repartido. Así, el 49,81% de todas las informaciones analizadas (un total de 941) tienen contenido sólo económico y el 50,19% restante, mixto o de diverso tipo. Según la referida tabla, cerca de la mitad de los think tanks objeto de este estudio, seis de los trece, superan el nivel total referido del 49,81%, entre un intervalo del 58,33% de representatividad económica en el contenido hasta el 100%. Se trata del Instituto Juan de Mariana (58,33%), Fedea (76,73%), Instituto de Estudios Económicos (78,18%), Instituto de Estudios Fiscales (87,93%), Funcas (97,31%) y Civismo (100,00%), la mayoría de ellos, think tanks de carácter económico.

Por debajo del nivel del 49,81%, se encuentran Cotec, Círculo de Empresarios, Fundación Innovación Bankinter, Círculo de Economía, Fundación Alternativas, Real Instituto Elcano y Faes, con una presencia económica en el contenido de sus noticias en una banda entre el 46,91% del primer caso y el 11,76% del último. En los tres últimos think tanks, coincide su carácter más social y general con el predominio del contenido no sólo económico o denominado mixto, por encima del 80% en los tres casos, marcando distancia con el siguiente, el Círculo de Economía, con el 65,22%.

De las noticias generales, que suponen algo más de la mitad de noticias analizadas en esta investigación, la temática más abundante, con el 39,34%, es la política, a lo que contribuye especialmente la actualidad que alcanzó en 2014 toda la cuestión y movimientos de secesión o independencia en Cataluña, con el impacto correspondiente, aunque en mucha menor medida, en el territorialismo valenciano

(financiación, competencias, etc.). Asimismo, otros factores son la dimisión de Alfredo Pérez Rubalcaba como líder del Partido Socialista a mediados de año, al dejar su escaño de diputado y la Secretaría General del PSOE, las Elecciones Europeas que tuvieron lugar en el mes de mayo de ese año, o la irrupción de nuevos movimientos populistas de izquierdas.

Le sigue la temática de sociedad (12,76%) y, dentro de ésta, la de ‘otro’ (perfiles de personajes), institucional (cuestiones sobre la Monarquía u otras instituciones del Estado), sobre fallecimientos de personalidades de renombre y acerca de actos públicos de relieve. Los fallecimientos que dieron lugar a comentarios con referencias a think tanks, fueron, básicamente, los del ex Ministro de Economía Miguel Boyer, el del banquero Emilio Botín, el del primer Presidente de Gobierno de la transición, Adolfo Suárez, o el del empresario y financiero Ricardo Fornesa. También aparece el fallecimiento del que fuera Presidente del Instituto de Estudios Fiscales en 1954, Antonio Barrera.

El resto de contenidos son: laboral (con el 10,02%), y a menor distancia, social (5,38%), innovación-tecnología (4,64%), terrorismo islámico (4,11%), noticias del propio think tank como las relativas a sus miembros, patronos o expertos, o a su posición en algún ránking (4,11%), internacional (3,90%), política exterior (2,95%), mujer y trabajo (2,85%), corrupción (2,00%), y, por debajo del 2%, educación-formación (1,90%), industria y energía (1,79%), imagen exterior-marca España (1,69%), inmigración-emigración (1,48%), sanidad (0,54%), cultura (0,32%), jurídico (0,11%) y pobreza (0,11%).

Junto a lo anterior, cabe indicar la concentración o identificación temática que se produce en buena parte de los think tanks, como más adelante se detalla. Siguiendo la escala de mayor a menor predominio económico, es el caso de la concentración de contenidos económicos en think tanks de corte económico antes señalada; de sociedad e innovación-tecnología en Cotec; de carácter laboral y específico mujer y trabajo, en Círculo de Empresarios; de innovación-tecnología en Fundación Innovación Bankinter; de corte político en Círculo de Economía y Fundación Alternativas; de contenido internacional, política exterior, imagen exterior-marca España e inmigración en Real Instituto Elcano, y de claro peso político en Faes.

Es de advertir, que, con carácter general, la imagen de los think tanks se beneficia o se perjudica por cuestiones difundidas que afectan a las organizaciones y a las personas que los dirigen, que colaboran o que son expertos de los mismos. Ejemplos los encontramos en la vinculación política de Faes, como se explica al final de este capítulo, el impacto mediático de la notoriedad como expertos del Director de Fedea, del Presidente del Instituto de Estudios Económicos, del Presidente del Círculo de Economía, o de las relaciones de colaboración con algún medio de comunicación de algún dirigente de think tanks, como el Director del Instituto Juan de Mariana, según se indica al final de la primera parte del siguiente apartado cuando se habla de esta organización. En este sentido, se observa algún ejemplo del predominio de algunos de

sus otros cargos, sobre su puesto de responsabilidad en el think tank, como ocurre con una entrevista del Presidente del Instituto de Estudios Económicos, que queda encabezada como Presidente de la Comisión Económica de la CEOE, si bien en el interior de la noticia se incluye la referencia a su posición en el think tank (*ver imagen 5*).

Asimismo, cabe destacar el alcance que le puedan dar al think tank anteriores directivos del mismo por la notoriedad de éstos. Así se refleja en una noticia en la que figura la referencia al Círculo de Empresarios por la participación en unas jornadas en el extranjero del que fuera su anterior presidente. También ocurre con otra información, en la que se menciona al que antes fuera Director de Fedea, con motivo de su nombramiento como nuevo Presidente de Renfe.

En relación al tipo de publicación, se observa con claridad cómo son los dos diarios económicos los que concentran mayor porcentaje de noticias con contenido económico, en concreto: Expansión (con el 75,30% de las noticias que publica) y Cinco Días (con el 74,72%). Por debajo de la mitad, se encuentran, por este orden, El País, ABC y El Mundo, siendo éste último el diario que aglutina dos tercios de las noticias de otro contenido distinto al económico. Por número de noticias, en valor absoluto, es ABC el que más noticias publica, tanto en ámbito económico (seguido de El País y Expansión), como en el general (seguido de El País y El Mundo). La peculiaridad que tiene ABC, a diferencia de otros medios, de tener la característica sección de “Fotonoticias” contribuye a que este diario tenga más noticias de sociedad acto-agenda, ya que este tipo de información (de poco texto y más imagen) suele emplearse, además de para anunciar noticias de desarrollo posterior, para dar mayor predominio gráfico a las que sean más relevantes, entre ellas todo tipo de actos.

En relación a cada uno de los think tanks, siguiendo la clasificación según el predominio del contenido económico, Civismo sólo tiene reflejo a través de noticias de corte económico; un tercio de las mismas en ABC, otro tercio en El Mundo, y el restante, entre Expansión y Cinco Días, con ausencia de las mismas en El País. Contenidos como la concesión de un premio a este think tank por la interesante y original campaña para reducir impuestos (“Día de la Liberación Fiscal”, en la que se cuantifica en conjunto cuántos días del año los ciudadanos destinan a pagar impuestos), consiguen atraer la atención de la prensa, que lo recogen en una noticia con referencias a su denominación tanto en el titular como en el subtítulo (*ver imagen 6*).

Imagen 5. Instituto de Estudios Económicos (El Mundo, 15-06-2014)

ELMUNDOTV » Siga en directo el debate parlamentario sobre el tercer rescate de Grecia.

ENTREVISTA José Luis Feito, presidente de la Comisión Económica de CEOE

'Habrá un 'boom' de crecimiento de tres o cuatro años en España'

- 'Hoy el trabajador con subidas del 0,3% ha recuperado capacidad adquisitiva'
- 'Hay que disminuir impuestos directos y cuotas de las empresas a la Seguridad Social'



El economista José Luis Feito, en Vitoria, tras su intervención en la asamblea general de SEA Empresarios Alaveses. | Araba Press

JOSEAN IZARRA > Vitoria

Actualizado: 15/06/2014 11:52 horas

0

José Manuel Feito (Madrid, 1952) acumula una larga experiencia en puestos de responsabilidad en el ministerio de Hacienda, el Banco de España, en el Fondo Monetario Internacional y el OCDE. Preside el Instituto de Estudios Económicos y pese a su dilatada trayectoria o la relevancia de sus informes traspasó los ámbitos estrictos de la economía por comentarios políticamente incorrectos que luego el tiempo ha convertido en ajustadas previsiones. Feito trasladó a los empresarios alaveses la llegada inminente de un 'boom' económico que constituye, según sus pronósticos, mucho más que un soplo de optimismo.

a+ a- [icon] [icon]

Comunidad

f 1

t 1

g+1 0

k in [icon] [icon] [icon]

Tags

- País Vasco
- Economía

P ¿En qué se fundamenta su previsión de que la economía española experimentará un crecimiento acelerado durante los próximos meses?

R.- Primero se trata de analizar si hay una recuperación contundente, significativa y nítida. En segundo lugar, si resulta sostenible y en tercer lugar estimar su intensidad. No hay duda de la recuperación porque ya son tres trimestres consecutivos y formalmente esto se interpreta como un final de recesión e inicio de la recuperación. Ha habido una aceleración continua trimestre tras trimestre, no ha sido un parpadeo intermitente. Ya tenemos datos de abril y mayo y todo indica que podemos confirmar que el crecimiento en el segundo trimestre de 2014 será tan positivo como en el primero. Ya se vislumbra un 'boom' de la reactivación de España que se extenderá durante tres o cuatro años. La prueba del nueve de que hay recuperación es que ya sólo la niegan quienes negaron la crisis.

P ¿Pero es sostenible esta recuperación o puede repetirse lo vivido en 2010?

R.- Hay que analizar por qué se estropeó aquella recuperación y si los riesgos que entonces mataron aquella recuperación la pueden matar ahora. Lo primero fue el contexto exterior porque las principales economías occidentales aún estaban cayendo pero y, esta es la madre de todas las batallas, entonces el euro estaba cuestionado. Los agentes económicos tenían serias dudas sobre la pertenencia de España al euro. Esto bloqueó todos los canales de financiación de la economía española: a las empresas, a los bancos, a las instituciones, a las familias. La consecuencia fue nefasta. Se dispararon los costes de financiación y se produjo una salida masiva de capitales al comprar bonos alemanes... Aquello fue el factor decisivo. Eso ahora ya no está. Hay una crisis en Grecia, ha

Noticias Relacionadas

- España y Euskadi venden a Alemania la recuperación económica
- La economía vasca volverá a crecer por encima de la española en 2015
- Cecobi prevé que el comercio vizcaíno inicie la recuperación a finales de año
- Pascual Gómez: 'La confrontación no conduce a nada'
- La Bial de Máquina Herramienta supera la crisis al registrar 35.500 visitantes

Más leídas

- 1 'Venis aquí todos los putos españoles'
- 2 De la euforia a la prudencia
- 3 La Aste Nagusia de Bilbao de 2015 se celebrará del 22 y el 30 de agosto
- 4 Roban el bolso a una mujer y un hombre lo recupera tras perseguir al ladrón
- 5 San Sebastián, ¿la ciudad más cara del mundo?
- 6 Quiroga aboga porque Rajoy lidere una etapa 'de fin de ETA'
- 7 Ramiro González tiene cuatro propiedades, 46.000 euros en el banco, un BMW y una Daelim
- tener incidencia en el caso vasco'
- 9 Defensa reorganiza su despliegue militar en el País Vasco
- 10 La gran maqueta de Vitoria

Expansión

- 1 País Vasco, una de las comunidades donde más suben los contratos de formación
- 2 Cristina Uriarte: "Con o sin LOMCE seguiré defendiendo el modelo educativo vasco"
- 3 El gobierno vasco destina 560.000 euros para planes de prevención de adicciones
- 4 El IPC anual crece un 0,2% en el País Vasco en julio
- 5 País Vasco es la segunda región con más peso de empresas innovadoras

Servicios

Guía TV	Sorteos y loterías
Estrenos	Cartelera
Tráfico	Callejero
Horóscopo	Hemeroteca
Diccionarios	Bolsa
Máster Periodismo	Traductor
Promociones	El tiempo
Calendario 2014	Pasatiempos
Citas	Seguros vehículos
Convertor de monedas	

Destacados

Últimas Noticias	Temas
Euromillones	Horóscopo Diario
Premios Goya	Premios Oscar
Ganadores Oscar 2015	Calendario electoral 2015
Mejores colegios	Resultados Elecciones
Elecciones catalanas	Fitness

Próximos envíos

Liverpool - Bournemouth

habido una guerra, hay dificultades muy serias en Francia pero en ningún caso se cuestiona el euro. El principal riesgo, entonces y ahora, sería que se cuestionara el euro. Si no se cuestiona esta economía está condenada a crecer. El devenir económico es cíclico.

P ¿La economía española puede revitalizarse y crecer sin abordar cambios estructurales?

R.- Con los cambios que se han hecho son suficientes para tener un periodo de expansión de tres a cuatro años pero si no se hace más ahí se acaba. Siguiendo con la lista de diferencias respecto a 2010, hay tres cosas que se han hecho y que explican este 'boom' de la economía española a corto plazo. Primero la reforma bancaria porque en 2010 el sistema español estaba bajo sospecha y no se abordó el sistema financiero. Había que liquidar masivamente activos crediticios en seco el crédito. Hoy el sistema financiero está capitalizado. En el año 2010 después de una crisis devastadora, con un paro que era el triple de 2007 y el doble de la tasa en el resto de Europa, los salarios crecían al 3,7% cuando en Europa ya estaban congelados. Éramos un país que ya había perdido competitividad a mansalva. Eso ya hoy no ocurre y los incrementos salariales son inferiores a los europeos. ¿Por qué? En parte porque se ha reformado el mercado de trabajo, cosa que entonces se pensó pero no se quiso hacer. En parte por las propias consecuencias de la crisis. Pero déjeme que le diga que hoy, con crecimientos salariales del 0,3-0,4% en el sector privado el trabajador español ha recuperado valor adquisitivo mientras que en 2007, con crecimientos del 3,7%, lo estaba perdiendo. Aquel sistema rompía la competitividad española y encima hundía la capacidad adquisitiva de los salarios. Estas razones son las que sustentan este 'boom' que yo veo en los próximos tres o cuatro años.

P ¿Qué reformas quedarían pendientes para que ese 'boom' tuviera una mayor continuidad?

R.- Hemos hecho más que otros competidores europeos en pensiones pero tenemos una mayor tasa de dependencia. Los beneficios de esas medidas se recogen a medio o largo plazo, por lo que hay que hacerlo cuanto antes. España tiene un problema con la estructura impositiva. De toda la OCDE es la que tiene una mayor proporción de los ingresos públicos que dependen de impuestos directos. Es de los que tiene menos ingresos en proporción al PIB pero con los ingresos más altos por impuestos directos. Es el país con las mayores cuotas del mundo en la parte que pagan las empresas porque en Francia y Alemania las cuotas son mayores pero por la aportación de los trabajadores. Tenemos que modificar la estructura impositiva disminuyendo el peso de los impuestos directos e impulsando los indirectos. Lo del fraude es una tontería. Como mínimo las cuotas empresariales a la Seguridad Social se tienen que reducir. Es una cortapisa a la creación de empleo brutal. Lo ideal sería reducir todos los impuestos directos y, claro, reducir el gasto.

P ¿Por qué este paro golpea con tanta dureza a España y disminuirá con el crecimiento acelerado que usted augura?

R.- En España teníamos los costes de despido más elevados del mundo, una estructura de subsidio que es la más generosa del mundo en proporción al salario que se percibía y, sobre todo, en otros países sus políticas activas de empleo son muy severas. Al parado no le permiten cobrar el subsidio si no acepta determinados trabajos. Y son servicios muy activos mientras que en España apenas se coloca al 1% o al 2%. Sería conveniente reducir el subsidio del paro al principio y quizá alargarlo al finalista. Este recuperación va reducir el desempleo mucho más rápidamente de lo que todo el mundo prevé. Es posible que a comienzos de 2016 esté por debajo del 20%. Va a ser muy rápida la creación de empleo si bien va a ser empleo alemán. Esa reducción del paro va a ser más acelerada de lo que se prevé.

¿Le ha resultado interesante?

Sí No 0

Imagen 6. Civismo (ABC, 25-09-2014)

ESPAÑA / CORRUPCIÓN SINDICAL

ECONOMÍA

El 'think tank' Civismo, uno de los ocho finalistas al Templeton Freedom Award

REDACCIÓN / MADRID | Día 25/09/2014 - 19:52h

► "Ningún político ha podido quedar indiferente ante el Día de la Liberación Fiscal, la campaña para reducir los impuestos", asegura Julio Pomés, presidente de Civismo.

La campaña del Día de la Liberación Fiscal para reducir los impuestos en España, ha merecido que su organizador, el 'think tank' Civismo, haya obtenido el reconocimiento de ser uno de los 8 finalistas al prestigioso premio a la libertad Templeton Freedom Award 2014.

Julio Pomés, presidente de Civismo, ha declarado a Atlas Network, la red de 'think tanks' más influyente del mundo, que "ningún político ha podido quedar indiferente ante la campaña de Civismo para reducir los impuestos. A través de la cobertura de los medios de comunicación, el Día de la Liberación Fiscal alcanzó una audiencia de más de 28 millones de personas. Un mes más tarde del término de la campaña, el 1 de agosto, el Consejo de Ministros aprobó la mayor bajada de impuestos de los últimos 4 años".

Los otros finalistas: Acton Institute; Acton University; CEPOS (Center For Political Studies); Private Property Project; Civismo; Low Taxes Campaign for Spain; Campaign Foundation For Government Accountability; Initiative to Limit Medicaid Expansion; Goldwater Institute; Education Savings Accounts; Illinois Policy Institute; Stopping an Unfair Progressive Income Tax; IPEA; One Million Youth for Mexico Campaign; Lithuanian Free Market Institute; Municipal Performance Index.

Desde mayo de 2010, los ministros de Hacienda han subido "compulsivamente" los tributos, "aún a sabiendas que sus aumentos apenas iban a lograr mejorar la recaudación", asegura la nota de prensa enviada por Civismo. Sin embargo, "lo que sí consiguieron fue penalizar injustamente a los contribuyentes menos prevenidos. Civismo quiso poner en evidencia el abusivo tratamiento fiscal mediante el Día de la Liberación Fiscal, un cómputo de los días que cada ciudadano trabaja exclusivamente para Hacienda. El escandaloso resultado permitió que muchos contribuyentes fueran conscientes de que la factura fiscal se 'traga' más de la mitad de sus ingresos. La herramienta clave para valorar el esfuerzo fiscal de cada contribuyente fue la calculadora personal de impuestos diseñada para cada CCAA".

El impacto mediático que ha causado el Día de la Liberación Fiscal en 2014 (el 3 de Julio #LiberaciónFiscal fue Trending Topic en España en Twitter) y en años anteriores "ha influido en la reforma anunciada este verano para 2015", continúa el comunicado. Ésta hará que los impuestos de un trabajador medio bajen en 600 euros anuales y en 2016 pague unos tributos similares a los de 2010, justo antes de la primera subida fiscal.

Los premios Templeton se entregan desde el año 2004 y deben su nombre al filántropo sir John Templeton. El premio honra su legado reconociendo las contribuciones más innovadoras y excepcionales a la comprensión de las políticas públicas que fomentan la prosperidad, la innovación y el desarrollo humano a través de la libre competencia. El galardón lo financia la Fundación John Templeton y se entrega en la Cena de la Libertad, dentro del Liberty Forum que organiza Atlas Network el próximo 13 de Noviembre en Nueva York. El think tank ganador obtendrá un premio de 100.000 dólares, mientras que el resto de finalistas recibirán 5.000 dólares. Además, el Atlas Network también ha concedido una beca a Cristina Berechet, la autora del estudio y Jefe de Investigación de Civismo, para participar como ponente en el Liberty Forum y dar una charla sobre la campaña del Día de la Liberación Fiscal.

COMENTARIOS

IMPRIMIR

COMPARTIR



EN VIDEO

Toda la actualidad de Economía

EN IMÁGENES

Toda la actualidad de Economía

Sigue ABC.es en...



Oferplan
ABC

Ópera: Madame Butterfly
TEATRO COMPAC GRAN VÍA

28€ **22,50€** **Llévatelo**

COPE: "Wenger ya tiene el equipo hecho, probablemente no busque otro delantero"

Escucha "La Tarde" en directo

Más información en COPE

Últimos Posts

- NUESTRO DINERO**
por Fernando González Urbaneja
Beneficios bancarios, cuidado con...
 - LA RIQUEZA DE LAS REGIONES**
por Asociación Española de Ciencia Regional
Fin de curso, inos vemos en septiembre!
 - CUENTAS CONMIGO**
por Yolanda Gómez
El dinero es miedoso
 - CON PERMISO**
por María Jesús Pérez Martín
Lagarde es del PP... por ahora.....
- PORTADA DE BLOGS

Lo más...

- VISTO EN ECONOMÍA
- 1 La banca española se prepara para un otoño de fusiones
 - 2 El veto de Page al ATC amenaza con hinchar hasta un 30% la factura de la luz
 - 3 ¿Qué bancos estarían más afectados si se elimina la cláusula suelo?
 - 4 La estabilidad del sistema financiero...



En el caso de Funcas, un tercio de la información económica se encuentra en los diarios económicos; algo más del otro tercio, en El País; más de un 27% en ABC y el resto, en El Mundo. La simbólica presencia de contenido no económico se centra en su mayoría en el ámbito laboral, principalmente en El País y El Mundo.

Los dos think tanks siguientes, de carácter económico, tienen un marcado protagonismo económico en las informaciones. En el caso del Instituto de Estudios Fiscales, la mitad de este tipo de noticias aparece en El País y algo más de un tercio, entre ABC y Expansión por igual. En el Instituto de Estudios Económicos, el reparto queda entre ABC y los dos diarios económicos, con más del 70% del contenido económico, y el 27% restante, entre El Mundo y El País. En relación con las noticias restantes de otro contenido, en los dos casos se produce la coincidencia de que más de la mitad de estas informaciones proceden del ámbito laboral y político, principalmente.

En Fedea, se sigue apreciando predominio económico en las noticias, especialmente en Expansión y El País, seguido de ABC, y, en menor medida, Cinco Días y El Mundo. En el resto de noticias, cerca de dos tercios corresponden a las temáticas de laboral y política, especialmente laboral, que supone la mitad de las noticias denominadas mixtas. Asimismo, el nombramiento de un nuevo director es noticia que recoge la prensa, lo que en la clasificación se ha englobado como noticia del think tank (*ver imagen 7*). En el siguiente think tank, Instituto Juan de Mariana, el 60% de las informaciones no económicas son relativas a política, si bien, la mayor proporción del total de las noticias es de calado económico.

A partir de este punto, las organizaciones siguientes en la clasificación, comienzan a presentar una mayor parte de noticias no económicas. Por su parte, Cotec, Círculo de Empresarios y Fundación Innovación Bankinter, en una escala del 53,09% al 58,82% respectivamente. En Cotec, las dos temáticas predominantes con casi un 40% y más del 32% en cada caso, son cuestiones de sociedad (institucionales y de actos, básicamente en ABC y El País) y de innovación o tecnología. Las noticias económicas tienen una representatividad equilibrada en el conjunto de los cinco diarios.

En Círculo de Empresarios, los temas principales son el laboral (cerca de un tercio), el específico de la mujer y el trabajo (con cerca de un 27%), y el social y de sociedad (el 20% entre los dos). Los medios más activos en estos campos son El País y el ABC. A la abundancia de noticias en la temática concreta de la mujer y el trabajo, contribuye la polémica desencadenada por la que fuera presidenta de este think tank con declaraciones concernientes al respecto. En la vertiente económica, los medios con mayor representatividad son ABC y Expansión. En el caso de Fundación Innovación Bankinter, es El Mundo el medio que concentra mayor información tanto en contenido no económico como económico, concentrando, en el primer caso, el 70% de las noticias la temática de innovación-tecnología, que coincide con las principales actividades de este think tank.

Imagen 7. Fedea (Expansión, 18-03-2014)

The screenshot shows the Expansión.com website interface. At the top, there are navigation tabs for various regions and sections like 'Destacamos', 'Crisis en Grecia', and 'Encontramos Digitales'. The main header features the Expansión.com logo and the date 'Sábado, 26.04.14. Actualizado a las 13:16'. Below the header, there are several menu items including 'Mi dinero', 'Empresas', 'Economía', 'Sociedad', 'Opinión', 'Jurídico', 'Directivos', 'Motor', 'Tendencias', 'Multimedia', 'Emprendedores&Empleo', and 'LATAM'. The main article is titled 'Ángel de la Fuente, nuevo director ejecutivo de Fedea'. The article text states that Ángel de la Fuente will be the next executive director of Fedea, a think tank. It mentions his background as a doctor in Economics from the University of Pennsylvania and his previous roles at the Instituto de Análisis Económico del CSIC, Banco Mundial, and OCDE. A photo of Ángel de la Fuente is included, with a caption 'Ángel de la Fuente, en una foto de archivo'. To the right of the article, there is a sidebar with a list of 10 trending topics, such as '1 Borja Domínguez', '2 Siete novedades que debe tener en cuenta si coge una baja laboral a partir de ahora', and '3 ¿En qué países ganarás más y vivirás mejor?'. The sidebar also includes a section for 'Comentarios mejor valorados'.

El contenido político está muy presente en los siguientes think tanks, Círculo de Economía y Fundación Alternativas, teniendo en cuenta que la representación de noticias no económicas supone ya el 65,22% y el 81,94%, respectivamente. En Círculo de Economía, las noticias políticas pesan más del 77% de las informaciones mixtas, siguiendo con el 12% los temas tanto sociales como de sociedad (actos y noticias a raíz de fallecimientos de personas notorias), con mayor predominio en el ABC y El País, seguido de El Mundo y Expansión, en menor medida. En las noticias con vertiente económica, los diarios económicos centran la atención, seguidos de ABC y El País.

Por su parte, en Fundación Alternativas, la mitad de las noticias mixtas contienen contenido político, correspondiendo en buena medida a su publicación en El País, y, en menor medida, a ABC. Una de las noticias, clasificada como política, recogida por éste último diario, no obstante, dado el impacto que genera, es la del plagio de un informe de Fundación Alternativas. Esta cuestión desata críticas del Partido Popular, formación que exige la celebración de un pleno extraordinario en el referido consistorio (*ver imagen 8*). Los otros dos temas significativos, aunque con menor peso, son cuestiones internacionales (en El País básicamente), sociales (repartidas entre El País, ABC y Expansión) y laborales (en los dos diarios económicos). El protagonismo que da El País a este think tank tiene, asimismo, su correspondencia en el terreno económico, aunque en menor proporción.

Imagen 8. Fundación Alternativas (ABC, 22-01-2014)

Pisos | Coches | Empleo | Anuncios | 11870 | Madrid | 19 30 | Iniciar sesión | Regístrate | Mujer Hoy

ABC.es ESPAÑA Ir a ABC de Sevilla

ACTUALIDAD DEPORTES CULTURA VIAJAR GENTE&ESTILO TV VIDEO SALUD BLOGS HEMEROTECA SERVICIOS TECNOLOGÍA COPE

España Internacional Economía Sociedad Toros Madrid Local Ciencia Familia Opinión HoyCinema GuíaTV ABCfoto Casa Real Motor

ESPAÑA / CORRUPCIÓN SINDICAL

La Fundación Alternativas admite que UGT plagió el informe de 50.000 euros

JAVIER CHICOTE / MADRID | Día 22/01/2014 - 03.14h

▶ El PP exige un pleno extraordinario en Parla (Madrid) y «recuperar hasta el último céntimo»

Ángel Rodríguez Castedo
Ex director general del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO)

Antonio Jiménez Lara
Sociólogo

La Ley 39/2006, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia (LAPAD), ha creado un nuevo derecho de ciudadanía que da respuesta a las necesidades de atención que tienen las personas que requieren apoyo para desarrollar las actividades esenciales de la vida diaria, alcanzar una mayor autonomía personal y poder ejercer plenamente sus derechos.

Además de responder a una urgente necesidad social, la LAPAD supone una importante oportunidad para crear actividad económica sostenible y generar empleo, pues la atención a la dependencia se concreta, fundamentalmente, en actividades de cuidados personales, muy intensivas en trabajo. En un momento en el que el empleo debe convertirse en la gran prioridad, dedicar recursos al desarrollo e implantación de las infraestructuras y servicios que garantiza la LAPAD es una de las mejores formas de contribuir a conse-

ABC
Encabezamiento del original de la Fundación Alternativas plagiado por UGT

La Fundación Alternativas confirmó este martes que su estudio titulado «La atención a la dependencia y el empleo», elaborado por el exdirector general del IMSerso Ángel Rodríguez Castedo y el sociólogo Antonio Jiménez Lara, ha sido plagiado por la empresa de UGT Masercisa, como reveló ABC.

El vicepresidente de la fundación progresista, Nicolás Sartorius, declaró ayer a ABC que «Alternativas envía sus informes a sindicatos, empresas y hasta a La Moncloa, porque son de utilidad pública, pero **si alguien los copia lo lógico es que citen la fuente**». En cuanto a los 50.000 euros que obtuvo UGT apropiándose de este trabajo, Sartorius sostuvo que la fundación no va a tomar medidas, ya que «entendemos que será el Ayuntamiento de Parla, quien pagó el informe, el que se encarga de reclamar el dinero».

El gobierno municipal que encabeza José María Fraile (PSOE) confirmó ayer que **el caso ya está en manos de la asesoría jurídica del ayuntamiento madrileño**, que «actuará con contundencia y con todas las herramientas legales a su alcance contra Masercisa si se demuestra que la empresa plagió el informe que realizó para el Ayuntamiento».

UGT guarda silencio

De momento, **la empresa de formación controlada al cien por cien por UGT Madrid, no se ha pronunciado sobre si devolverá el dinero**. ABC ha acreditado que una gran parte del informe sobre dependencia entregado se compone de plagios literales de un estudio de Comisiones Obreras publicado en 2008 (este sindicato ya ha exigido responsabilidades) y del citado informe de la Fundación Alternativas.

Ayer, el PP de Parla solicitó un pleno extraordinario sobre este asunto. El alcalde está obligado a celebrarlo en un plazo máximo de 15 días, ya que los populares cuentan con más del 25 por ciento de la Corporación, concretamente el 40. El portavoz del PP, **Miguel Ángel López**, aseguró que «**nuestra obligación es aclarar esta burla de PSOE y UGT y, sobre todo, recuperar hasta el último céntimo de los vecinos**».

José María Fraile, sucesor de Tomás Gómez, dispone de cuatro días para fijar la fecha del pleno, que tendrá un único punto en el orden del día: «Instar a Masercisa a que devuelva los 50.000 euros del informe falso».

COMENTARIOS

▶ IMPRIMIR

COMPARTIR

EN VIDEO

EN IMÁGENES

Noticias relacionadas

- ▶ El alcalde de Parla pedirá a UGT que devuelva los 50.000 euros si se confirma el plagio
- ▶ UGT cobró 50.000 euros por un informe plagiado a CC.OO.

Sigue ABC.es España en...

f t g+

Oferplan
ABC



3 criolipólisis + 3 presoterapias en Centro Médico
Centro médico Topal

359€ **29€** **Llévatelo**

Blogs

No hay universidad como la vida
PUENTES DE PALABRAS
José Manuel Otero Lastres

Lo peor acaba pasando
EL BLOG
Federico Ysart

Hollande, Valls y la cruda realidad
TOCA ESPAÑAR
Manuel Erice

Ciudadanos & Podemos se desinflan
PIDO LA PALABRA
Paloma Cervilla

Antitaurinos y antiespañoles
EL BLOG DE EDURNE
Eduarne Uriarte

Cuba: No olvidar a los disidentes
TERMINAL CERO
Luis Ayllón

EE.UU. y Alemania retirarán sus Patriot de Turquía ¿y España?
POR TIERRA, MARYAIRE
Esteban Villarejo

El show de Artur Mas
EL ESCRITORIO
Mariano Calleja

La Tarde
Escucha en directo 

El Foco de Ángel Expósito



Ver video

Arrasa Cameron: aventuras las justas

▶ Sigue el videoblog de Ángel Expósito



Un reflejo más volcado en lo internacional y lo exterior, lo alcanza Real Instituto Elcano, en el que cerca de un 45% de las noticias mixtas corresponden a temas de contenido internacional, política exterior, imagen exterior-marca España e inmigración-emigración, aspectos por los que es especialmente conocida esta organización. Alcance tienen, asimismo, con más de una quinta parte de las noticias generales, las relativas a terrorismo y, en especial, el terrorismo islámico. Menor peso (cerca del 12%), aunque sí visibilidad, lo tiene el tema de sociedad, especialmente en sus vertientes de institucional, de noticias a raíz de fallecimientos de personalidades y de actos. El contenido político, tan habitual en otros tantos think tanks, apenas tiene una representatividad del 5,39% de las noticias generales. En alguna noticia, se entremezclan un par de contenidos, como la emigración (de españoles) con la formación (conocimiento y práctica de idiomas), llegando a ser complejo establecer el predominio de uno de ellos.

Por tipo de medio, el ABC concentra la publicación del 40,12% de las informaciones mixtas, seguido de El País (31,74%) y El Mundo (22,75%). En las noticias económicas, son El País y Expansión lo que más noticias ofrecen, dentro de una más reducida presencia.

La clasificación la cierra Faes, con el mayor predominio de noticias mixtas (88,23%), en detrimento de las económicas (11,76% restante). En este caso, el peso de las informaciones de carácter político es muy relevante, con una representación del 62,22% de las noticias generales y de cerca del 55% del total de noticias localizadas de este think tank. Asimismo, las noticias de trasfondo político en el caso de Faes suponen más del 60% del total de informaciones de corte político de toda la investigación. A esta orientación política, que descansa en casi la mitad de estas noticias en ABC, seguido a mayor distancia de El País y El Mundo, contribuye un elemento de peso, el hecho de que la presidencia de la organización la ostente un ex Presidente de Gobierno, José María Aznar, del Partido Popular, lo que condiciona en buena medida la imagen de esta organización, en ese sentido. En este sentido, hay ejemplos como el de la presencia de un expositor de Faes durante una Convención del Partido Popular. Asimismo, el contenido político de noticias de Faes procede del asunto de la independencia de Cataluña, a raíz de informes realizados sobre el impacto sociopolítico y económico que tendría esta situación, en caso de producirse.

Otro polo importante de noticias, que representan más del 17% de las noticias generales, son las de temas de sociedad, que en más de la mitad, corresponden a lo que denominamos como sociedad otro, donde tienen cabida noticias sobre perfiles de personajes del ámbito social. Este capítulo está nutrido fundamentalmente de noticias sobre el escándalo de la farsa del conocido como el 'Pequeño Nicolás', el joven que estaba muy vinculado con Faes y el Partido Popular, así como con una buena relación de cargos y políticos de esta formación y, por extensión, accediendo a altas instancias institucionales del país sin una motivación determinada (como la asistencia a la recepción institucional con motivo de la Coronación del nuevo Rey Felipe VI). Este tipo de noticias de sociedad dan visibilidad a este think tank, en un sentido negativo,

evidenciando, al mismo tiempo, cómo puede dañar la imagen de una organización asuntos de esta categoría. Asimismo, estas informaciones tienen cabida en la prensa general, básicamente en ABC y El Mundo, seguidos de El País. Además, cabe destacar noticias de sociedad a raíz de fallecimientos, como las relativas al de Miguel Boyer, que llegó a ser miembro de este think tank de clara afinidad política con el Partido Popular, asunto que despertó un especial interés mediático debido especialmente al perfil socialista que tuvo Boyer en su etapa de Ministro de Economía en uno de los gobiernos del Partido Socialista (*ver imagen 9*).

Otros temas por los que este think tank tiene reflejo, aunque en bastante menor medida, son noticias de esta organización, otras relativas a corrupción, laboral, social y educación-formación. Por su parte, asimismo, ABC tiene mayor protagonismo en las noticias restantes de carácter económico.

Una mención aparte tienen las informaciones sobre corrupción que aparecen sobre Faes. Si bien este tipo de noticias son escasas en esta investigación (se recuerda que representan en total un 2% de las noticias generales), un total de 19, de ellas, 16 corresponden a Faes (más del 84%). En algún caso, la mención es positiva, dado que se rechaza judicialmente abrir diligencias contra el think tank en relación al denominado ‘Caso Palau’. En otra ocasión, la información se refiere a la sospecha de que el Partido Popular cargó a Faes y a otras fundaciones el coste de actos de este partido político al que pertenece el presidente del think tank (y del que fue presidente de Gobierno en su día), mediante facturas ficticias de empresas del empresario Correa (caso conocido como Trama Gürtel). Por otro lado, la referencia a una sentencia que afecta al Presidente de Faes, en calidad personal, como ex Presidente de Gobierno (José M^a Aznar), al señalar que cobró sobresueldos del PP cuando ya estaba al frente del Ejecutivo.

Imagen 9. Faes (El Mundo, 29-09-2014)

DIRECTO » Siga el acto de renovación de Sergio Ramos.

ESPAÑA Tenía 75 años

Muere Miguel Boyer, ex ministro socialista de Economía y Hacienda

- Ingresó en estado crítico por una embolia pulmonar
- Conocido como 'el superministro', fue titular de Economía, Hacienda y Comercio en el primer gobierno de Felipe González
- Será recordado por realizar la expropiación de Rumasa
- Estaba casado con la 'reina del papel cuché' Isabel Preysler

EUROPA PRESS | EFE | Madrid Actualizado: 29/09/2014 14:46 horas

El ex ministro socialista Miguel Boyer, de 75 años, ha fallecido a causa de una embolia pulmonar en la clínica Riber Internacional de Madrid, donde ingresó en estado crítico esta misma mañana, según informan fuentes cercanas a la familia.

Boyer estaba casado con la reina del papel couché, Isabel Preysler, con la que tenía una hija, además de otros dos hijos de su anterior matrimonio con Elena Arnedo.

El economista Miguel Boyer, conocido como el superministro en los años en que fue titular de Economía, Hacienda y Comercio en el primer gobierno de Felipe González, será recordado fundamentalmente por haber llevado a cabo la expropiación de Rumasa.



El ataque de Ruiz Mateos a Boyer al grito de "Te pego leche"

Para la historia quedan las imágenes del presidente de Rumasa, José María Ruiz-Mateos, atacando al grito de "¡Que te pego leche!" a Boyer, a quien persiguió sin descanso disfrazado de Superman o de presidiano, entre otras cosas.

De su etapa en el Gobierno socialista queda una estricta política monetaria dirigida a controlar la inflación, así como el choque ideológico con el otro peso pesado del gabinete, el vicepresidente Alfonso Guerra.

Dimisión e ingreso en FAES

Es probable que en aquellos años comenzara su transición política, que tuvo como punto de inflexión su inesperada dimisión del Gobierno en julio de 1985 y acabó cuando dejó las filas socialistas en 1996 para apoyar públicamente el programa económico de quienes hasta entonces habían sido sus adversarios políticos.

En 2002, sería nombrado miembro del patronato de la FAES, la fundación del PP, a propuesta del ex presidente del Gobierno José María Aznar, aunque la abandonó en 2011 en otro giro por el que volvió a acercarse al Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero.

Los contrastes también alcanzaron a su vida privada, en la que pasó de la discreción de su matrimonio con la ginecóloga Elena Arnedo, con quien tuvo dos hijos, a su enlace con Isabel Preysler, con quien ha estado casado más de 26 años y tuvo una hija.



Miguel Boyer e Isabel Preysler | EFE

La pareja formó parte de la denominada beautiful people, gentes del mundo financiero y empresarial que prosperaron en los años 80 y 90 durante los gobiernos socialistas, como el ex gobernador del Banco de España Mariano Rubio o el ex presidente de Banesto Mario Conde.



Miguel Boyer, en una imagen de 2012. | EFE

Comunidad

1309

137

8+1

kl in or t p

Además

imágenes

Album: El matrimonio que llevó al ex ministro al papel couché

Toda la información sobre Miguel Boyer

Tags

- Economía
- Miguel Boyer
- Felipe González
- José Luis Rodríguez Zapatero
- Francia
- José María Aznar
- PP
- Política

Noticias Relacionadas

- Boyer, el "superministro" que liberalizó la anquilosada economía
- Las dos vidas de Boyer
- El avispero de las ayudas sociales
- SOS Racismo reclama a De Andrés una indemnización de 79.000 euros por daños
- El alcalde de Barakaldo vuelve a la carga contra los 'privilegios' de Bilbao

Más Información

- El juez impide que se utilicen documentos del 'caso Rato'
- Sergio Morate, 'una mente perturbada'
- Hallan en una poza los cuerpos de los 2 barriquetistas desaparecidos en Huesca
- Morate no será condenado a prisión permanente
- Las autopsias de Laura y de Marina confirman el 'carácter violento y homicida' de su muerte
- La cabecera del Tajo, seca
- El amigo rumano de Sergio Morate dice que éste le confesó el crimen pero no le creyó
- Así fue la detención de Sergio Morate
- Pedro Sánchez califica de 'inverosímiles' las 'excusas' de Fernández Díaz sobre su reunión con Rato

Servicios

- Guía TV
- Sorteos y loterías
- Estrenos
- Cartelera
- Tráfico
- Callejero
- Horóscopo
- Hemeroteca
- Diccionarios
- Bolsa
- Máster Periodismo
- Traductor
- Promociones
- El tiempo
- Calendario 2014
- Pasatiempos
- Citas
- Seguros vehículos
- Convertidor de monedas

Destacados

- Últimas Noticias
- Temas
- IBEX 35
- EuroMillones
- Horóscopo Diario
- Premios Goya
- Premios Oscar
- Ganadores Oscar 2015
- Calendario electoral 2015
- Mejores colegios
- Resultados Elecciones 2015
- Elecciones catalanas
- Fitness

Próximos envíos

Liverpool - Bournemouth



Por su pertenencia a aquel círculo se vio salpicado por el caso *Ibercorp*, escándalo financiero que supuso la caída en desgracia de Mariano Rubio, pero del que Boyer salió indemne.

Miguel Boyer Salvador nació el 5 de febrero de 1939 en **San Juan de Luz (Francia)** en el seno de una familia catalana exiliada, dos meses antes del fin de la **Guerra Civil**.

Licenciado en **Ciencias Físicas** y **Ciencias Económicas** con premio extraordinario por la **Universidad Complutense de Madrid**, fue militante socialista desde los años 60, lo que le costó varios meses de cárcel en **Carabanchel** y la expulsión de la **Junta de Energía Nuclear**, donde trabajaba como físico.

Entró a formar parte de la Ejecutiva socialista en 1976 y resultó elegido diputado por **Jaén** en las elecciones de marzo de 1979, si bien un año y medio más tarde renunció por motivos profesionales.

Antes de eso ya había sido economista del servicio de estudios del **Banco de España**, director de Estudios del **Instituto Nacional de Industria (INI)** y director de Planificación de **Unión de Explosivos Riotinto**.



Boyer (dcha.), junto a Felipe González (izda.) y Alfonso Guerra en el Congreso. | EP

El 'superministro'

Le duró poco el descanso de la política porque en diciembre de 1982 entró a formar parte del primer gabinete de Felipe González, años en los que se ganó la fama de frío y altivo, y en los que llegó a estar considerado el ministro más poderoso de aquel Gobierno.

Sus políticas de ajuste y reformas se encontraron con la oposición del aparato guerrista y de los sindicatos, defensores de una política económica más expansiva frente a las que consideraban medidas liberales de Boyer.

Fueron los años de la reconversión industrial, que generó una elevada destrucción de empleo, y de la expropiación por decreto de uno de los mayores grupos privados del país para proteger al erario público (unos de sus principales acreedores), a sus trabajadores y a los accionistas.

La salida de Boyer del Gobierno a petición propia se justificó en el cansancio, pero inevitablemente fue interpretada como la victoria de Alfonso Guerra.

Tras su periodo en el Ejecutivo pasó por el **Banco Exterior**, **Cartera Central**, **Grucysa** y **FCC**, hasta que fue nombrado presidente de **CLH**, cargo que ocupó hasta 2005.

En los años posteriores fue designado consejero de **Reyal Urbis** y de **Red Eléctrica de España**, consejos en los que causó baja después de sufrir un [derrame cerebral](#) en la primavera de 2012.

¿Le ha resultado interesante? Sí No 0

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
-Corrupción	5	10	3		1	19 (2,00%)
-Cultura		3				3 (0,32%)
-Educación-formación	6	1	8	1	2	18 (1,90%)
-Imagen ext.-marca España	6	3	5		2	16 (1,69%)
-Inmigración-emigración	2	9	2		1	14 (1,48%)
-Innovación-tecnología	1	7	25	4	7	44 (4,64%)
-Industria y energía	5	9	2		1	17 (1,79%)
-Internacional	5	22	8	2		37 (3,90%)
-Jurídico	1					1 (0,11%)
-Laboral	8	36	15	23	13	95 (10,02%)
-Mujer y trabajo	7	10	10			27 (2,85%)
-Noticias del think tank	25	4	5	1	4	39 (4,11%)
-Pobreza			1			1 (0,11)
-Política	153	112	82	21	5	373 (39,34%)
-Política exterior	14	7	6		1	28 (2,95%)
-Sanidad		5				5 (0,54%)
-Social	20	19	6	1	5	51 (5,38%)
-Sociedad:	56	27	28	7	3	121 (12,76%)
-Acto-agenda	(14)	(2)	(5)			(21) (17,35%)
-Fallecimiento	(8)	(8)	(5)	(4)	(2)	(27) (22,31%)
-Institucional	(18)	(6)	(2)		(1)	(27) (22,31%)
-Otro	(16)	(11)	(16)	(3)		(46) (38,01%)
-Terrorismo islámico	12	15	12			39 (4,11%)
TOTAL						941
Sólo económico	264	257	104	183	133	(49,81%)
Mixto o general	326	299	218	60	45	948 (50,19%)

Las noticias de tipo "Mixto" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

3.2.5.- Origen de las noticias de los think tanks

El quinto aspecto analizado en las noticias de los think tanks objeto de esta investigación es el relativo al origen que da soporte a las mismas, cómo estas organizaciones consiguen notoriedad en los medios de comunicación. Cabe advertir que no siempre se da detalle de los mismos en las informaciones, lo que se acentúa cuando las informaciones son de menor extensión, con lo que es el contexto de las mismas lo que lleva a realizar este tipo de designación.

En un porcentaje que supone casi un tercio, en el 30,97% de los casos, lo que representa un total de 585 noticias analizadas, la mención al think tank procede como referencia indirecta a la organización o a sus miembros, incluido cuando éstos son autores de artículos, según se aprecia en la Tabla 8. Asimismo, la consideración de referencia indirecta prevalece incluso sobre casos de declaraciones a periodistas, y en especial las que se materializan a través de entrevistas, cuando no están relacionadas con el think tank, e incluso cuando se publican entrevistas que corresponden a otros medios de comunicación. Señalar, además, que, en algunos casos, las referencias sólo se localizan en pies de fotografías o incluso únicamente en éstas, así como en la fuente de una tabla o gráfico.

Le sigue, con el 28,06%, el acto público, organizado o en el que participa el think tank junto a otra institución, tanto en sede propia como ajena (*ver imagen 10*). En algunas ocasiones, la referencia al acto no aparece en el texto ni en destacados, quedando patente en vídeos o imágenes. En cambio, sí es un elemento común la mayor notoriedad cuando interviene en el acto una personalidad destacada en cualquier ámbito, tanto institucional (el Rey o algún miembro de la Casa Real), como político, económico, social o de otro tipo. Al final de este apartado, se incluye más información sobre la casuística de los actos públicos, en el punto 3.2.5.1.

Un cuarto de las noticias (25,52%) vendría originado por informes o publicaciones de estas organizaciones o en aquéllos de otras instituciones en los que éstas participan. En esta temática se engloban previsiones, afirmaciones concretas con base de datos argumentada o propuestas, y, en menor medida, otros estudios con mayor alcance político o social (como los derivados de un hipotético escenario de secesión de Cataluña), siendo diversa la forma en la que se difunden (a través de un acto de presentación, de una nota de prensa, de una rueda de prensa o de consultas mediante Internet), si bien no en todos los casos se explica la procedencia del mismo.

Señalar también que la referencia a los informes tiene lugar tanto cuando se realiza su presentación, como cuando ha transcurrido tiempo desde la misma, circunstancias que no siempre se detallan. Asimismo se encuentra la referencia en tablas o gráficos, o en las fuentes de éstos.

Imagen 10. Instituto de Estudios Económicos (Cinco Días, 07-04-2014)

Cinco Días

lunes, 17 de agosto de 2015

Regístrate | Iniciar sesión | f t in +

Buscar artículos

Inicio ▾ Mercados ▾ Empresas ▾ Economía ▾ Tecnología ▾ Mis ahorros ▾ 5 Sentidos ▾

ESTÁ PASANDO > Crisis deuda europea | Grecia | Alexis Tsipras | IBEX 35 | Elecciones generales | BCE | iPhone | MÁS TEMAS >

Feito defiende que se creará más empleo del previsto

CEOE asegura que hay margen para bajar cotizaciones sin subir el IVA

- Tilda de "demagógico" el aumento fiscal a las plusvalías del ahorro
- Reclama una reducción de los impuestos directos

JAUME VIÑAS COLL | MADRID | 07-04-2014 13:31

f t in g+ +

IMPRIMIR

Temas relacionados: [CEOE](#) [Cotización](#) [Seguridad Social](#) [IVA](#) [Organizaciones empresariales](#) [Empleo](#)
[Impuestos](#) [Seguridad Social](#) [Empresas](#) [Relaciones laborales](#) [Tributos](#) [Economía](#)

José Luis Feito, presidente de la Comisión de Economía de CEOE y presidente del Instituto de Estudios Económicos (izquierda) junto al presidente de CEOE, Juan Rosell.

EFE

se recupera el empleo.

El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, prometió durante la campaña electoral una reducción de las cuotas sociales que soporta el empleador, una medida que finalmente no se adoptó ante el deterioro de las cuentas públicas. Para Feito, ahora ya es posible aplicar esta medida. No obstante la Seguridad Social no atraviesa su mejor momento y cerró 2013 con un déficit del 1,16% del PIB (más de 11.000 millones de euros)

Por otra parte, el presidente de la comisión de Economía de CEOE aseguró que la subida de la tributación del ahorro aprobada por el actual Gobierno resulta "populista y demagógica". Hacienda elevó los tipos impositivos en la parte del ahorro del IRPF y también estableció que las plusvalías generadas en menos de un año tributen como un rendimiento del trabajo a un gravamen que puede alcanzar el 52%. CEOE sostiene que la reforma fiscal debe estimular el ahorro interno para estimular la inversión sin necesidad de acudir a la financiación externa.

Ferre, que esta mañana también ha intervenido en foro organizado por APD y PwC, ha insistido en que el Ejecutivo rebajará el IRPF a partir de 2015 para las rentas bajas y medias. "Para los que más votan", señaló con ironía Feito.

Ricardo Martínez Rico, presidente de Equipo Económico, ha defendido que una reducción del IRPF puede generar un aumento de las bases imponibles y, por lo tanto, de la recaudación. En este escenario, Rico entiende que es posible rebajar el IRPF sin subir otros impuestos. Ferre ha señalado que el Ejecutivo trabaja con esta idea e insistió en que la reforma fiscal que aprobará el Ejecutivo este año no contemplará un incremento del IVA.

Fernando Casado, director general del Consejo Empresarial para la Competitividad, ha hecho hincapié en la necesidad de que la reforma fiscal rebaje la alta litigiosidad tributaria actual y también suponga una reducción de las obligaciones formales. En su opinión, las medidas fiscales deben mejorar la competitividad y, para ello, es preciso un sistema fiscal más simple y que genere seguridad jurídica.

Lo más leído

- Claves para ahorrar 190.000 euros para la jubilación
- Los mejores planes de pensiones del mercado
- El Samsung Galaxy S6 Edge Plus ya tiene precio oficial en España y puede reservarse con regalo
- La crisis y la tecnología alejan a los jóvenes de la conducción
- Los españoles, entre los que menos cotizan para su pensión

Destacamos

- Si vuelas con Ryanair, tienes que leer esto ya
- La niña más lista del mundo tiene 12 años, ojos azules... y...
- Las diez 'perlas' de la comparecencia de Fernández Díaz
- Si, soy guapa y viajo sola

LOS ESPECIALISTAS

1 de 3

- EL MAL LLAMADO TERROR O TERREMOTO ASIÁTICO
- UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
- José Luis Martínez Campuzano
- El color de la reputación: Panamá
- EL PULSO DE LATAM
- d+i Lorente & Cuenca

En algún caso, algún diario combina declaraciones efectuadas por expertos de diversas instituciones con opiniones de expertos de un think tank reflejadas en un blog de los mismos, lo que se ha tomado en esta investigación como informe, al no ser unas declaraciones realizadas directamente al diario.

Mientras, el 11,70% tendría su motivación en la declaración realizada directamente al periodista de un medio. Normalmente, se tratan de declaraciones a los propios diarios que publican la información, y, en bastante menor medida, declaraciones realizadas a agencias de noticias (Efe, Europa Press o Servimedia). En algún caso más aislado, se producen a un medio extranjero. Estas declaraciones suelen realizarlas tanto los expertos e investigadores del think tank, lo que se recoge normalmente en el interior de la noticia o con algún destacado o imagen, como los presidentes u otros directivos de la organización, dando lugar a entrevistas, con una mayor visibilidad. En este sentido, se puede afirmar que los think tanks son referencias importantes de mención y consulta en la prensa, tanto por los informes y publicaciones que realizan, como por su accesibilidad al periodista como fuente informativa.

En bastante menor medida, encontramos la nota de prensa o comunicado (2,28%) y la rueda de prensa (1,47%) como origen de la información, aunque no siempre se refleje de forma clara. Respecto a la nota de prensa, se observa que se emplea para anunciar una publicación, algún logro positivo para la institución (un premio, figurar en una buena posición en un ranking, etc.), para reflejar una posición sobre alguna cuestión de actualidad o en particular, o incluso, como forma de defensa ante críticas al organismo o a sus miembros. En ocasiones, en el caso de la rueda de prensa, se advierte por la imagen que aparece en la noticia, con varios micrófonos de medios de comunicación en la mesa.

De los trece think tanks analizados, una buena parte (seis de ellos), tienen como principal origen de sus informaciones en medios el primer factor, el de la referencia indirecta a la organización o a sus miembros. Se trata de Fundación Innovación Bankinter (con el 76,47%), Faes (54,41%), Civismo (42,86%), Fundación Alternativas (37,50%), Círculo de Empresarios (34,74%), Real Instituto Elcano (27,32%). El segundo motivo, el acto público, es primera causa en dos think tanks (Círculo de Economía con 74,53%, y Cotec con 54,32%), mientras que el siguiente, el informe o publicación, es el que predomina en cuatro de las organizaciones, teniendo el restante, la declaración como principal origen (Instituto Juan de Mariana, con 58,34%). Los cuatro think tanks referidos son Instituto de Estudios Fiscales (65,52%), Instituto de Estudios Económicos (47,27%), Funcas (46,77%) y Fedea (40,88%).

En relación al tipo de publicación, se observa equilibrio en las proporciones que representan las causas que motivan las noticias de los think tanks, siendo El País y El Mundo los diarios en donde se localiza como causa predominante el primer factor analizado, la referencia indirecta a la organización, además por encima del nivel medio del conjunto de las noticias (30,97%): 41,19% en El País y 39,75% en El Mundo. El segundo factor, el acto público, predomina en ABC, con el 33,89% de los casos, también por encima de la representación media (28,06%). Los dos diarios económicos tienen en común registrar como principal origen el tercer factor, el informe o publicación, bastante por encima del peso medio y con proporciones similares: 38,76% en el caso del Cinco Días y del 34,98% en Expansión.

En relación a cada uno de los think tanks, siguiendo la clasificación según el origen de la noticia, en Fundación Innovación Bankinter, la que más registra la referencia indirecta a la organización o a sus miembros como causa (76,47%), se aprecia claramente que obedece en buena medida a artículos publicados en El Mundo en los que su autor es un experto del think tank. Los actos y los informes son los factores siguientes, aunque en bastante menor medida (11,76% y 9,81%, respectivamente), con ausencia de notas y ruedas de prensa.

En Faes, el predominio de la referencia indirecta (54,41%) se combina asimismo con el de los actos (31,13%), con ABC, El País y El Mundo, como los medios más activos. En el caso de las referencias indirectas, contribuyen tanto las menciones al conocido como el ‘Pequeño Nicolás’ y su relación con Faes, como a José M^a Aznar, ex Presidente de Gobierno y actual presidente del think tank. Cabe reseñar la referencia al think tank que figura en una entrevista del ‘Pequeño Nicolás’ a El Mundo y también a Tele 5, y que publica Expansión en una información que incorpora vídeo, sin olvidar que El Mundo y Expansión pertenecen al mismo grupo editorial.

En el caso de los actos, se observa una relevante actividad por parte de este organismo, en especial de su campus de verano, Campus Faes. Los informes (8,58%) y, en menor medida, las notas de prensa (2,94%) y declaraciones (2,94%), son los siguientes factores, estando ausente la rueda de prensa. De los informes de Faes que recoge la prensa, destacan aquéllos de más peso político, los realizados sobre el impacto sociopolítico y económico que tendría la situación de independencia de Cataluña. En referencia a las declaraciones a periodistas, cabe señalar la entrevista que concede el presidente de Faes a un medio extranjero, concretamente al diario de Colombia “El Tiempo”.

En Civismo, la referencia indirecta (42,86%) es el principal origen de las informaciones, así como la suma de declaraciones a periodistas (19,05%) y los informes (19,05%), seguido de los actos (14,28%). En el primer caso, contribuyen claramente los artículos cuyos autores son analistas o miembros del think tank, especialmente en El Mundo y ABC. ABC y los diarios económicos son lo que registran la presencia de declaraciones e informes. La nota de prensa es testimonial (apenas un caso) y la rueda de prensa, inexistente.

Las referencias indirectas (37,50%) y los informes (36,11%) representan en similar proporción los principales orígenes de las noticias en el caso de la Fundación Alternativas, seguido de los actos (13,89%) y de las declaraciones a periodistas (9,72%), y, a mayor distancia y de forma simbólica, la nota de prensa y rueda de prensa (una noticia en cada caso). En el primer caso, se trata de artículos firmados por miembros o autores de informes del think tank. De cualquier forma, se advierte un marcado protagonismo de El País, en todos los factores, seguido de ABC y de la prensa económica en el caso de los informes.

Mayor equilibrio se percibe en Círculo de Empresarios y Real Instituto Elcano. En Círculo de Empresarios las referencias indirectas (34,74%) son junto a los actos (34,21%), las principales causas, a lo que contribuye la repercusión o eco que tienen, durante un tiempo y tanto en noticias como en artículos de opinión, unas polémicas declaraciones de la entonces presidenta del think tank en relación al aspecto laboral de las mujeres y jóvenes. En este caso, sí se encuentran algunos artículos de opinión de la presidenta, frente a la tendencia general en otros think tanks de la elaboración de artículos por parte de sus expertos, miembros o investigadores. En algunos de estos artículos, también aparece referencia a la propia organización.

En el capítulo de los actos, pesan tanto los de organización propia y en colaboración, como la participación en los otros promovidos por terceros. La estrategia de la ex presidenta para comunicar su postura y dar mayor explicación tras efectuar las referidas polémicas declaraciones, se manifiesta en declaraciones a periodistas (11,05%) e incluso en notas (5,79%) y ruedas de prensa (4,74%). En este sentido, cabe reseñar como algunos diarios como El Mundo recogen declaraciones de la referida presidenta vertidas a otros medios como la Cadena SER. Asimismo, destacar que junto al comunicado con declaraciones de la presidenta (*ver imagen 11*), el think tank emplea como refuerzo un vídeo publicado en la web con el mismo contenido. Los diarios más activos, en general, son ABC, El País y El Mundo.

Imagen 11. Círculo de Empresarios (Expansión, 26-04-2014)

The screenshot shows the Expansión.com website interface. At the top, there are navigation tabs for various regions (Cataluña, C. Valenciana, Andalucía, País Vasco, Extremadura) and sections like 'Expansion Mercados' and 'Expansion en ORBYT.'. Below the navigation, there's a main menu with categories like 'Mi dinero', 'Empresas', 'Economía', 'Sociedad', 'Opinión', 'Jurídico', 'Directivos', 'Motor', 'Tendencias', 'Multimedia', 'Emprendedores&Empleo', and 'LATAM'. A financial ticker at the top shows market indices: IBEX 35 (10,881.4, -0.16%), I.G. BOLSA MADRID (1,101.5, -0.19%), DOW JONES (17,477.4, +0.40%), and EURO STOXX 3.

The main article is titled "Mónica de Oriol pide disculpas por decir que los jóvenes sin formación "no valen para nada"". The text of the article includes:

Portada » Economía y Política

Más noticias sobre: círculo de empresarios, empleo, jóvenes, salarios

26.04.2014 | EP | 10

La presidenta del Círculo de Empresarios, Mónica de Oriol, ha pedido disculpas por sus polémicas declaraciones sobre los jóvenes sin formación en las que aseguraba que no "valen para nada", y ha reconocido que empleó una expresión "muy poco afortunada".

"Me equivoqué en la manera en que me expresé. Lo siento y pido disculpas. Al hablar de los jóvenes sin formación, utilicé una expresión muy poco afortunada, que ha dado lugar a interpretaciones totalmente contrarias a lo que yo misma pienso", ha explicado De Oriol en un comunicado.

La presidenta del Círculo de Empresarios ha reivindicado que "todas las personas tienen dignidad y valía", con independencia de su formación profesional. De Oriol ha lamentado la situación generada y ha reiterado sus disculpas "a todos a los que haya molestado".

Estas disculpas De Oriol llegan después de que el pasado jueves no considerara acertado que la normativa obligue a pagar a los jóvenes que ni estudian ni trabajan ("ni-nis"), "aunque no valgan para nada", un salario mínimo "que no producen". "Todos compramos cuando lo que se nos ofrece es a precio razonable", aseguró.

La presidenta del Círculo de Empresarios además proponía para acelerar la creación de empleo sueldos inferiores al Salario Mínimo Interprofesional (SMI) para los trabajadores menos cualificados, así como reducir la brecha del coste del despido entre los trabajos temporales y los indefinidos "bunkerizados" hasta el entorno de los 18 días por año, en línea con otros países de la UE.

On the right side, there is a 'Última hora' section with CaixaBank logo and a list of 10 trending topics under 'Lo + leído':

- 1 Borja Domínguez
- 2 ¿En qué países ganarás más y vivirás mejor?
- 3 Siete novedades que debe tener en cuenta si coge una baja laboral a partir de ahora
- 4 La mejor cerveza del mundo es española
- 5 ¿Cuál es la mejor marca de smartphones?
- 6 Los mejores dividendos de 2015
- 7 Metropolitan abrirá seis gimnasios y saltará a París
- 8 Metropolitan se pone en forma con el paro
- 9 ¿Sabes cuánto consume cada electrodoméstico?
- 10 ¿Cuántos megas necesita para navegar por internet desde su smartphone?

Below the list is a section for 'Comentarios mejor valorados'.

Por su parte, en Real Instituto Elcano es prácticamente pareja la presencia de los factores de referencia indirecta (27,32%), declaración a periodista (25,77%), informe o publicación (24,74%) y acto (21,14%). Simbólica es la presencia de notas de prensa (sólo dos) y nula, la de ruedas de prensa. En el primer caso, se advierte abundancia de artículos de investigadores del think tank. En relación a las declaraciones a periodistas, pesan bastantes entrevistas a El País, tanto de forma expresa como de forma que llega a advertirse. Asimismo, se incluye el formato de entrevista en la televisión de El País, de difusión digital (*ver imagen 12*). Cabe señalar la coincidencia en bastantes artículos de la referencia al think tank, fundamentalmente a un informe, junto a que el mismo esté firmado por un investigador de esa organización, situación en la que el origen que prevalece sería el de la firma del artículo (lo que llamamos referencia indirecta). Asimismo, afirmar que, junto a los informes propios, en algunas noticias se advierte que participa en estudios de otras instituciones como la Fundación Bertelsmann.

Respecto a los actos, reseñar las reuniones del patronato del think tank y, en especial, la notoriedad mediática que tuvo la celebrada en la sede de esta organización el día antes de la coronación del actual Rey Felipe VI, ya que, al ser Felipe VI Presidente de honor de esta organización, fue realmente su último acto antes de ser Rey. En concreto, tuvieron bastante alcance las declaraciones que efectuó al comienzo de la reunión a los periodistas que estaban esperando en la puerta del edificio del Real Instituto Elcano. Los medios generalistas concentran el mayor número de noticias, en especial El País y ABC.

Imagen 12. Real Instituto Elcano (El País, 24-09-2014)

EL PAÍS

PORTADA INTERNACIONAL POLÍTICA ECONOMÍA CULTURA SOCIEDAD DEPORTES

EUROPA EE UU MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA BLOGS CORRESPONSALES TITULARES

“La coalición contra el Estado Islámico está cogida con alfileres”

• Félix Arteaga, investigador principal de Seguridad y Defensa del Real Instituto Elcano, analiza los ataques al EI en Siria

BELÉN AYALA | Madrid | 24 SEP 2014 - 16:57 CEST

Archivado en: Estado Islámico Instituto Elcano Barack Obama Conflicto Sunies y Chiés Siria Irak Islam Terrorismo islamista Fundaciones Oriente próximo Grupos terroristas Terrorismo Conflictos

Los ataques aéreos contra posiciones del Estado Islámico en Siria son efectivos "porque limitan su capacidad ofensiva y su logística, pero quizá haga falta la participación de tropas terrestres". Es el análisis de Félix de Arteaga, investigador principal en Seguridad y Defensa del Real Instituto Elcano, que cree que estamos ante una campaña larga y en la que se pondrá a prueba la firmeza de la coalición internacional a medida que los ataques vayan progresando: "puede ocurrir como en el año 2003 en Irak, cuando Estados Unidos terminó quedándose solo".

El Pentágono explicó que uno de los grupos bombardeados en territorio sirio, la facción de Al Qaeda Jorasan, tenía planes para atentar contra intereses occidentales de forma inminente Arteaga, sin embargo, considera que "su capacidad, como la del Frente al Nusra o el propio Estado Islámico es limitada porque están en Irak y Siria. Lo que los servicios de inteligencia temen es que salgan de allí". Su Conversación apunta claves sobre la ofensiva contra el Estado Islámico.

EL PAÍS » Alivio por debajo de los 35 grados

EL PAÍS » El viral que convence a quienes usan el móvil mientras conducen

EL PAÍS » El día que los Simpsons adivinaron que Trump iba para presidente

EL PAÍS

Eskup Belén Ayala

Por su parte, tanto Círculo de Economía como Cotec, tienen en común ser los think tanks que tienen como primera causa de sus noticias el segundo factor analizado, el acto público. En el caso de Círculo de Economía, con el 74,53%, a lo que contribuye la notoriedad mediática que alcanza el encuentro anual que esta organización celebra en la localidad de Sitges y al que invita a personalidades de relieve del mundo político y económico, principalmente. En este escenario, no sólo su imagen corporativa tiene notable visibilidad a través de las imágenes, titulares o subtítulos, sino también la de sus patrocinadores, que se adviertan, La Caixa, Indra y KPMG (*ver imagen 13*). Una visibilidad que se hace palpable en algunas noticias de El Mundo, en la que no se hace mención al encuentro pero se advierte a través de este tipo de imágenes. Asimismo, además de otros actos generales, tienen una especial incidencia las reuniones de esta organización con colectivos localizados como con políticos, determinados empresarios o medios de comunicación. En el caso de las referencias indirectas (19,25%), se encuentra la postura o declaraciones generales del propio think tank, así como de su presidente, entre las que figura las que hace como experto, que llega a salir su nombre propio en titular (solamente), localizándose en el interior de la noticia la mención completa a su cargo en la organización. Reducida es la presencia del resto de factores: informes (3,10%), declaración a periodista (2,50%), rueda de prensa (0,62%) e inexistente la nota de prensa. ABC y El País son los medios con mayor número de noticias.

En Cotec, en donde los actos representan más de la mitad de la casuística del origen de las noticias (54,32%), tiene una especial incidencia, como en el caso de Círculo de Economía, el impacto mediático del Encuentro anual del think tank, pero, en este caso, de carácter europeo, celebrado en Lisboa, actuando como foco de generación de noticias, a raíz de la participación de diverso tipo de expertos y personalidades, especialmente empresarios de España, Italia y Portugal y sus respectivos jefes de Estado. En la *imagen 14* se adjunta una fotografía de una de las noticias que se generaron al respecto, que así lo refleja, en la que se aprecia claramente la identidad corporativa del think tank.

Asimismo, actúa como referente la Jornada de Emprendimiento organizada por Cotec. Las referencias indirectas (22,22%) son la segunda causa de las informaciones localizadas, a lo que contribuyen artículos escritos por analistas o miembros de Cotec. Los informes o publicaciones pesan en menor medida (13,58%), seguidas de declaraciones a periodistas (8,65%) y, de forma testimonial, la rueda de prensa (1,23%, una sola mención), sin presencia alguna el comunicado o nota de prensa. ABC es el medio que más noticias abarca, especialmente en actos públicos, seguido de El País, fundamentalmente en referencias indirectas. Los diarios económicos protagonizan las originadas por los informes y también las de actos públicos.

Imagen 13. Círculo de Economía (El País, 30-05-2014)

Elige Edición
Iniciar sesión
Registrarse

EL PAÍS

CATALUÑA

PORTADA
INTERNACIONAL
POLÍTICA
ECONOMÍA
CULTURA
SOCIEDAD
DEPORTES

TITULARES

TEMAS DEL DÍA
Elecciones catalanas 27-S
Artur Mas
Sanidad pública
Incendios

MÁS TEMAS

Rubalcaba pide a Mas que negocie con PP y PSOE el "problema catalán"

- El líder socialista vaticina que habrá más tensión si Rajoy continúa impasible
- El Círculo de Economía pide a Mas que dé otra oportunidad al diálogo

PERE RÍOS | Barcelona | 30 MAY 2014 - 21:40 CET

Archivado en: Sitges | Alfredo Pérez Rubalcaba | Mariano Rajoy | Provincia Barcelona

Consulta catalana 2014 | PSC | PSOE | Autodeterminación | Generalitat Cataluña | Referéndum

167



De izquierda a derecha, Alfredo Pérez Rubalcaba, Antón Costas y Josep Antoni Duran Lleida. / JUAN BARBIOSA

Pese a la situación de interinidad en la que se encuentra, el secretario general del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba ha reclamado este viernes a Mariano Rajoy y Artur Mas que abandonen el inmovilismo actual y se sienten a negociar con los socialistas una solución al "problema catalán".

Para el líder del PSOE la falta de diálogo es el peor escenario posible y repartió culpas entre el presidente del Gobierno y el de la Generalitat. Al primero le reprochó la creencia de considerar que el encaje de Cataluña en España se arreglará por inacción. "El problema catalán no lo va a arreglar el tiempo", ha dicho Rubalcaba, quien también ha advertido de cuán "profundos y fuertes" pueden ser "los riesgos que genera la tensión entre Cataluña y España si no se arregla. No sé a qué esperamos".

Almuerzo de dos horas con Pere Navarro

Alfredo Pérez Rubalcaba aprovechó su estancia en Barcelona para almorzar con el primer secretario del PSC, Pere Navarro. El encuentro duró dos horas y se celebró en el hotel NH Numància, cerca de la estación de Sants, donde el líder del PSOE tomó un AVE a Madrid. También asistió Miquel Iceta, representante del PSC en la ejecutiva del PSOE.

Durante el almuerzo, Rubalcaba recabó la opinión de Navarro sobre el procedimiento que prefería para elegir al secretario general del PSOE. El líder del PSC se decantó porque fuese elegido entre los militantes. Horas antes dijo en Catalunya Ràdio que el PSC no entraría en esos debates internos, "por precaución y respeto". El congreso de Sevilla, en el que el PSC se posicionó a favor de Carme Chacón, se analiza ahora como un error a evitar. Y más porque se ignora qué candidatos querrán liderar el PSOE. Rubalcaba también pidió a Navarro que siguiera apostando por la reforma federal ante la nueva dirección del PSOE.

Rubalcaba ha realizado estas reflexiones durante un diálogo con Josep Antoni Duran Lleida, presidente del grupo parlamentario de CiU en el Congreso, en las jornadas que anualmente organiza el Círculo de Economía en Sitges. Su presidente, Antón Costas, ha expresado a Rubalcaba "carinho, afecto y reconocimiento" en su presentación ante el auditorio, al que se sumó el líder democristiano. "Yo siento que te vayas, lo has hecho muy bien. Te echaremos en falta para lo bueno y para lo malo, pero más para lo bueno", ha dicho el líder de Unió. El líder del PSOE ha respondido en tono de broma a los elogios: "los españoles enterramos bien".

Rubalcaba ha contrapuesto la propuesta de reforma federal de la Constitución que formula el PSOE al inmovilismo de Rajoy y Mas. "Queremos seguir viviendo juntos y por eso necesitamos reformar la Constitución", ha proclamado Rubalcaba, para quien la reforma debe resolver el encaje de Cataluña y la "singularidad catalán", pero también al resto de comunidades que quieren recentralizar competencias.

Duran ha coincidido con Rubalcaba en la necesidad de explorar la tercera vía pero también marcó distancias. "Yo no quiero irme de España pero tampoco quedarme si me desfiguran mi personalidad", dijo el líder democristiano. En otro momento ha advertido del riesgo de "abrir el melón constitucional" por el temor a que "acabe fatal". El líder democristiano suscribió la propuesta federalista de Rubalcaba, pero también mostró sus reservas sobre "qué tipo de federalismo" se aplica, "porque puede ser muy ancho para algunos y muy corto para Cataluña".

El célebre término de "desafección" de Cataluña con España que acuñó José Montilla en su época de presidente de la Generalitat ha sido evocado por Rubalcaba para hacer una diagnosis de la situación actual. En su opinión, el origen se sitúa en la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el Estatuto. De aquello va a hacer ya cuatro años y

EL PAÍS

EL DIARI GLOBAL
CONSULTAR ELPAIS.CAT

RECIBE LAS NEWSLETTERS DE EL PAÍS APUNTATE

OTRAS INFORMACIONES EN EL PAÍS Ver todas

- "Siempre he visto las movilizaciones de la Diada con mucha simpatía"
- ERC lanza un guiño a CiU y retira el veto a la ley de acompañamiento
- Trenes llenos de psiquiatras
- Duran cree que no habrá elecciones en marzo y critica a Homs

Selección de temas realizada automáticamente

ÚLTIMAS NOTICIAS Ver todo el día



Capturado otro de los 10 fugitivos británicos más buscados en España

La policía arresta a Paul Buchanan, buscado por intento de violación, en Lisboa. Es el quinto huido de la Justicia inglesa que cae en apenas cinco meses.



PP y Ciudadanos critican la falta de liderazgo de la lista independentista

Los partidos cargan contra Romeva por decir que no defenderá la gestión de Mas



Al menos 12 muertos tras la explosión de una bomba en Bangkok

El ataque ha ocurrido cerca de un templo budista en el centro de la capital de Tailandia

LO MÁS VISTO EN... Top 50

EL PAÍS	Twitter	Vimeo	Cataluña
1 El final del camino de Llanne			
2 Romeva: "No importa quién será presidente tras el 27-S"			
3 Junqueras: "Hay independentistas emocionalmente españoles"			
4 Hallan ahorcado en Manchester a la pareja de la parricida de Lloret			
5 Senegal sobre la manta			
6 Los jóvenes de UGT denuncian que la precariedad les deja "en bolas"			
7 Los urbanos piden "soluciones" contra la violencia de los manteros			
8 Nuevo encontronazo entre Mossos y manteros en Tarragona			
9 El Colegio de Médicos propone sancionar a los antivacunas			
10 "Avatar" y Japón hechizan en las fiestas de Gràcia			



ahora es tiempo de negociar, insistió Rubalcaba, quien interpeto directamente a Artur Mas.

"Discrepo de él, porque lo que no puede decir es 'que el PP y el PSOE nos traigan una solución con la reforma de la Constitución', como si no fuera un problema de Cataluña", precisó Rubalcaba. "Admito que es un problema de Estado y que PP y PSOE deben jugar un papel, pero no es solo un problema del Estado, sino también de Cataluña", ha apostillado. "Vamos a sentarnos y ponernos de acuerdo los tres", ha zanjado, en un llamamiento para negociar a tres bandas.

Duran ha negado que Mas se desentendiera del problema y proclamó que el presidente de la Generalitat está abierto a dialogar con todo el mundo. "Pero hay quien no tiene ningún interés en hablar y ese es el problema", remachó. En otro momento coincidió con Rubalcaba en arremeter contra la pasividad de Mariano Rajoy y recordó que hace ya unos meses que le advirtió del riesgo de que se produjera una declaración unilateral de independencia si no abordaba la situación política catalana.

El líder del PSOE ha negado cualquier paralelismo entre la situación catalana y la que vivió Euskadi con el *plan Ibarretxe*. Para Rubalcaba, el PP "no entendió" que el debate sobre el encaje de Cataluña en España no se cerró el 8 de abril, cuando el Congreso rechazó la petición del Parlamento catalán de transferir a la Generalitat la competencia para convocar el referéndum sobre la independencia. "Aquello fue el principio, no el final, como piensa la derecha. Deberían haber dicho que rechazaban esa vía pero que ofrecían otra", ha zanjado.

Imagen 14. Cotec (El País, 12-02-2014)

Elige Edición Iniciar sesión Registrarse Buscar contenido

EL PAÍS

PORTADA INTERNACIONAL POLÍTICA ECONOMÍA CULTURA SOCIEDAD DEPORTES

INTERNACIONAL

EUROPA EE UU MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA BLOGS CORRESPONSALES TITULARES

La Europa del Sur clama por la reindustrialización

- Italia, España y Portugal ven en este sector el vehículo para coger velocidad y sostener la recuperación económica
- El Rey retoma los viajes al extranjero con una visita a Lisboa

ANTONIO JIMÉNEZ BARCA | Lisboa | 12 FEB 2014 - 16:17 CET

Archivado en: Crisis económica Cotec José Manuel Soria Aníbal Cavaco Silva Juan Carlos I Giorgio Napolitano Recesión económica Portugal Jefe de Estado Coyuntura económica Italia



El Rey de España, don Juan Carlos, y los presidentes de Portugal, Aníbal Cavaco Silva (centro), e Italia, Giorgio Napolitano, hoy en Lisboa. / ZUPI (EFE)

La Europa del Sur, esto es, Italia, España y Portugal, tres de los países más golpeados por la crisis, claman por una reindustrialización como vehículo para coger velocidad y sostener los aún débiles signos de recuperación económica. Reunidos en Lisboa, en el foro de la Fundación para la Innovación Tecnológica COTEC (que reúne a empresarios de los tres países presididos por sus respectivos jefes de Estado), tres ministros (el español de Industria, José Manuel Soria; el portugués de Economía, Antonio Pires de Lima; y la Italiana de Educación e Investigación, Maria Chiara Carrozza) además del vicepresidente del Ejecutivo comunitario y comisario europeo de Industria, Antonio Tajani, firmaron un documento en el que recalcan que la industria es el motor de la economía europea y del proyecto europeo, responsable de 35 millones de empleos. Y en el que se añade, también, que el sector industrial decae imparablemente en Europa, en los últimos diez años se han destruido el 10% de puestos de trabajo relacionados con el sector, datos que aún son peores en el Sur de Europa. Por eso, agrega el texto, es preciso actuar.

Ya, antes de hacerse público el documento, Tajani había insistido ante los periodistas presentes en el foro en que después de los "sacrificios tiene que venir el crecimiento", insistiendo en que ha llegado el momento de transformar la trayectoria de la economía a fin de que los recortes y ajustes que han sufrido los tres países tengan sentido.

A fin de que esta reindustrialización sea viable y productiva, los responsables europeos explican que es preciso centrarse en la investigación, en la cualificación de los trabajadores, en la especialización de una marca determinada y, por último, en la financiación, uno de los "más grandes retos de Europa". "El coste de la financiación es uno de los más difíciles impedimentos del sector industrial europeo", reza el texto, que pide una urgente unión bancaria completa.

De cualquier modo, preguntado sobre si Europa traía algún dinero al foro para financiar o subvencionar alguna empresa italiana, portuguesa o española, Tajani respondió asegurando que ese no era el lugar indicado para hacerlo. Ahora bien, elogió a España por "sus sacrificios y sus reformas" y aseguró que el país está mejor que hace un año. Respecto a Portugal recalzó que sus exportaciones han subido pero que ni sus sacrificios ni sus reformas servirán si no van acompañadas "de una política industrial". De Italia especificó que está atrasada en cuanto a "reformas".

Todos los jefes de Estado, tanto el Rey Juan Carlos por parte de España como el italiano Giorgio Napolitano y el portugués Aníbal Cavaco Silva, recalcaron el papel primordial de la industria en la recuperación económica de los países. El presidente portugués, antes de concluir el acto, insistió en su papel primordial en la lucha contra el desempleo: "En comparación con otros sectores, la industria mantiene un nivel más estable de puestos de trabajo".

RECIBE LAS NEWSLETTERS DE EL PAÍS APÚNTATE

OTRAS INFORMACIONES EN EL PAÍS Ver todas

- Felipe VI se refiere al "inaceptable incremento del desempleo"
- La Zarzuela considera superado el bache por la salud del Rey
- El Rey llama a invertir en industria e innovación para crear empleo
- Bruselas y los países del Sur piden un impulso de la reindustrialización

Selección de temas realizada automáticamente

Antonio Jimenez Barca Barca

ÚLTIMAS NOTICIAS Ver todo el día

Betanzos homenajea a su grabador más global

JULIÁN CARRELO | A Coruña
El municipio nombra hijo predilecto a Jesús Núñez, el pintor y escultor que fundó la gran feria de arte seriado de Madrid

La crisis brasileña tiene solución

MILTON SELIGMAN
El PT debe mostrar grandeza, exactamente en el momento en que su atención está en la permanente lucha interna

Cinco historias de este lunes que te sorprenderán

EL PAÍS | Madrid
Te ofrecemos una selección de artículos de EL PAÍS de este 17 de agosto

EL PAÍS RECOMIENDA

- Nazi, traficante de arte, protegido por el franquismo**
MANUEL MORALES | Madrid
Losbichler se refugió en España tras la II GM para comerciar con obras sustraídas
- La stevia conquista el mundo del dulce y acecha al azúcar**
THIAGO FERRER MORINI
Los extractos de esta planta han entrado como un ciclón en el disputado mercado de los edulcorantes

LO MÁS VISTO EN... Top 50

EL PAÍS Twitter Verme Internacional

- ¿Cuánta gente cumple años el mismo día que tú?
- EE UU revela que Kayla Mueller fue esclavizada por el líder del EI
- Hallados los restos del avión indonesio desaparecido en Papúa
- La escasez de billetes asoma a Venezuela al fantasma del corralito
- El Gobierno chino trata de aplacar las críticas por la gestión de Tianjin
- Al menos 12 muertos tras la explosión de una bomba en Bangkok
- Trump promete deportar a los 'sin papeles' si llega a la Casa Blanca
- Rousseff afronta una nueva protesta masiva para su dimisión
- Irán y Rusia intentan buscar una salida diplomática para El Asad
- La carta dirigida al presidente mexicano Enrique Peña Nieto



Los siguientes cuatro think tanks, todos ellos de carácter económico, tienen como principal origen de sus noticias localizadas el siguiente factor, el informe o publicación. El Instituto de Estudios Fiscales es donde más se advierte la influencia de los informes o publicaciones, con el 65,52%. En ocasiones, se concreta cómo se hacen públicos los informes, como cuando se señala que están publicados en su web, y, en otras, se menciona que se ha conocido un informe, sin entrar en más detalle. Sí se percibe el alcance de este tipo de estudios, como los que realizan que sirven de base para las cuentas públicas territorializadas, y que provocan reacción en instancias influyentes como son los presidentes autonómicos. Asimismo, el hecho de que datos de este Instituto sirven de base para un informe de otro think tank, en concreto, Fedea. Este origen se completa únicamente con el de actos públicos y las referencias indirectas tienen idéntico peso, el 17,24% en cada caso, ya que no hay presencia del resto de factores. En los actos, se incluye la participación en aquéllos de organización externa (*ver imagen 15*). En el caso de las referencias, se refieren tanto a menciones generales al think tank, como a artículos escritos por expertos del mismo o incluso algún obituario en donde sale la mención del que fuera presidente de la organización en 1954, Antonio Barrera. En este contexto, el diario que publica más noticias es El País, seguido de ABC, con la significación de las dos publicaciones económicas en el caso de los informes.

En el Instituto de Estudios Económicos, los principales factores que originan las noticias son los informes y los actos, con el 47,27% y 34,55%, respectivamente, con menor peso de declaraciones a medios (9,09%), referencias indirectas (4,54%) e incluso notas de prensa (2,73%) y ruedas de prensa (1,82%). Señalar el protagonismo de su presidente, conocido también –entre otros cargos- como importante directivo de la patronal empresarial CEOE, en declaraciones y entrevistas a los medios de comunicación (tanto de prensa y radio), como se recoge en los diarios analizados. Este papel activo de la principal cabeza del think tank contribuye en un mayor peso de las ruedas de prensa, en relación con otras organizaciones analizadas. En el primer factor, los informes, hay representación de todos los medios, especialmente de ABC y Expansión, mientras que en el segundo, la mayor presencia es en Cinco Días y ABC.

En Funcas, cerca del 70% del origen de las noticias responde a informes (46,77%) y a referencias indirectas (22,31%). El resto se distribuye entre declaraciones a medios (17,20%), actos públicos (8,87%) y, en menor medida, notas de prensa (2,69%) y ruedas de prensa (2,16%). En el caso de los informes y publicaciones, también se incluyen reseñas únicamente a tablas o gráficos, lo que se advierten especialmente en artículos de opinión. Los informes y publicaciones dan bastante notoriedad a este think tank, entre otros efectos, al provocar la mención en titulares, antetítulos o subtítulos directamente (*ver imagen 16*). Parte de esta notoriedad la alcanza a través de los conocidos y prestigiosos “Paneles de Funcas” (estudios de consenso que se realizan de forma bimensual mediante encuesta a un panel o conjunto de diecinueve instituciones de reconocido prestigio del país entre servicios de estudios de entidades financieras, universidades e institutos de análisis independientes), así como mediante

reputadas cabeceras de publicaciones con larga trayectoria, como es el caso de “Papeles de Economía” o “Cuadernos de Información Económica”. Sobre la divulgación de los estudios de Funcas, en bastantes ocasiones no se llega a detallar y se queda una referencia general de que el mismo se ha publicado.

Expertos y asociaciones piden reformar la fiscalidad "verde"

El Gobierno estudia equiparar los impuestos al diésel y a la gasolina

- La rebaja del IRPF se compensará en parte con cambios en la fiscalidad ecológica
- Los impuestos sobre la gasolina son un 33% superiores al gasoil

JAUME VIÑAS | MADRID | 13-06-2014 08:05



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Reforma fiscal](#) [Hidrocarburos](#) [Cristóbal Montoro](#) [IVA](#) [Ministerio de Hacienda](#)
[Política fiscal](#) [Reformas políticas](#) [Sector químico](#) [IRPF](#) [Agencia Tributaria](#)



Un conductor reposta combustible en una gasolinera.

PABLO MORENO

La reforma fiscal que el Gobierno presentará el próximo viernes será, en parte, también ecológica una reforma fiscal ecológica. Las rebajas tributarias en sociedades o el impuesto sobre la renta no se compensarán con un incremento del IVA, pero sí con subidas fiscales a actividades y consumos contaminantes. La recomendación de sacar más partido a los impuestos medioambientales fue defendida ayer en unas jornadas organizadas por Green Budget Europe, una organización alemana, y la Fundación ENT. Participaron desde representantes de Ecologistas en Acción hasta miembros de la comisión de expertos para la reforma fiscal o del Instituto de Estudios Fiscales (IEF) y diputados como la portavoz de Hacienda del Grupo Popular, Ana María Madrazo.

Y todos, sin excepción, reseñaron que España recauda muy poco por impuestos verdes. Los últimos datos de Eurostat, que corresponden a 2012, reflejan que la fiscalidad medioambiental representa en España el 1,57% del PIB, frente al 2,18% de Alemania o el 2,63% del Reino Unido.

La mayor parte de sugerencias de reforma parten de la propuesta de directiva que presentó la Comisión Europea en 2011 y que, entre otras medidas, aboga por un incremento significativo del gravamen de gasóleo. Actualmente, los impuestos sobre la gasolina son un 33% superiores a los que sufre el diésel. Pedro Herrera Molina, catedrático de Derecho Financiero y Tributario de la UNED y miembro de la comisión de expertos liderada por Manuel Lagares recordó que en el informe de los sabios se recomendaba acabar con "el injustificado tratamiento preferencial del diésel respecto a la gasolina". Esta medida tarde o temprano se acabará aprobando, bien por iniciativa del Gobierno, bien por imposición europea. Y tendrá un efecto relevante porque el 67% de los coches que actualmente se compran utilizan como combustible el gasóleo.

Jesús Rodríguez Márquez, subdirector de Estudios del Instituto de Estudios Fiscales (IEF), señaló que al observar la baja recaudación medioambiental existe la tentación de adelantarse a Bruselas y aprobar ya medidas incluidas en el proyecto de directiva. Países como Finlandia o Dinamarca han seguido este camino. Sin embargo, Rodríguez advirtió que adoptar esa decisión podría afectar negativamente la competitividad española y perjudicar a dos sectores importantes como son el transporte y la agricultura.

Una subida fiscal sobre el diésel tendría un efecto relevante porque la mayoría de vehículos utilizan este combustible

En cualquier caso, con o sin directiva, la reforma fiscal que aprobará el Gobierno incluirá incrementos tributarios sobre consumos contaminantes. Así lo sugiere el propio Gobierno en el programa de estabilidad 2014-2017.

Eike Meyer, de Green Budget Europe, defendió que el impacto económico de una subida fiscal medioambiental tiene efectos menos negativos sobre el PIB y el empleo que un incremento de impuestos directos o indirectos. En la medida en que Hacienda ya ha indicado que no se plantea elevar el IVA, la fiscalidad medioambiental surge como un área prioritaria para compensar las reducciones fiscales en el IRPF y Sociedades.

"Necesitamos ingresos si no queremos acometer fuertes recortes del gasto público", señaló Márquez, que recordó que España es uno de los países que menos recaudación obtiene en porcentaje sobre el PIB. Más allá de un posible incremento del impuesto sobre hidrocarburos –cuya base imponible podría vincularse a su potencial contaminante y no, como sucede ahora, al volumen–, la opinión generalizada es que resulta necesario poner cierto orden en el mapa autonómico, donde las comunidades han utilizado de forma intensiva su capacidad normativa para crear nuevas figuras impositivas: cánones eólicos, gravámenes sobre el agua embalsada o impuestos sobre las grandes superficies, entre muchos otros. Márquez señaló que, en muchas ocasiones, son tributos que se "visten de verde", pero tiene un único fin recaudatorio. Por otra parte, el informe Lagares propuso fusionar en un solo tributo el impuesto sobre matriculación y el de circulación, una posibilidad que Hacienda está estudiando.

Lo más leído

- Claves para ahorrar 190.000 euros para la jubilación
- Los mejores planes de pensiones del mercado
- El Samsung Galaxy S6 Edge Plus ya tiene precio oficial en España y puede reservarse con regalo
- La crisis y la tecnología alejan a los jóvenes de la conducción
- Los españoles, entre los que menos cotizan para su pensión

Ver +

Destacamos

- ¿Dónde está la gasolinera con el diésel más barato?
- Si, soy guapa y viajo sola
- La niña más lista del mundo tiene 12 años, ojos azules... y...
- Ikea cambiará toda su gama de iluminación

recomendado por

LOS ESPECIALISTAS

1 de 3

- EL MAL LLAMADO TERROR O TERREMOTO ASIÁTICO**
UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
José Luis Martínez Campuzano
- El color de la reputación: Panamá**
EL PULSO DE LATAM
d+i | Llorente & Cuenca
- 6 ideas rápidas sobre China**
LEALTAD, 1
Nuño Rodrigo
- China: transición hacia un nuevo modelo de crecimiento**
INVERTIR CON ÉXITO
AFI
- Fundamentos para estar en el Eurostox... pese a China**
LA VENTANA A LOS MERCADOS
BNP Paribas Personal



Imagen 16. Funcas (El Mundo, 01-07-2014)

DIRECTO » Siga el acto de renovación de Sergio Ramos.

REFORMA FISCAL Informe de Funcas

Dos de cada tres contribuyentes ahorrarán 31 euros al mes por el IRPF en 2015

- En los próximos dos años, el ahorro total será de 8.400 millones
- La rebaja fiscal media para el 67% de los contribuyentes será de 435 euros el próximo año

FRANCISCO NÚÑEZ > Madrid

Actualizado: 01/07/2014 13:38 horas

20

Unos 13 millones de contribuyentes (67%) **salen ganando** en 2015 con la [reforma fiscal](#) del IRPF presentada por el Gobierno. Lo que equivale a 435 euros anuales, es decir, 31 euros al mes por 14 pagas, según una simulación realizada por la Fundación de Cajas de Ahorro (Funcas).

Otros 5,7 millones (el 30%), **sobre todo aquellos ciudadanos situados en las rentas más bajas que ya no pagaban impuestos, tendrán un efecto neutro**, mientras que un 3%, **unos 600.000 contribuyentes, tendrá una subida media de 310 euros** anuales, unos 22 euros al mes.

En este grupo de perdedores de la reforma se encuentran los colectivos con ingresos superiores a 21.000 euros, ya que resultan afectados no sólo por la reducción de la deducción por trabajo hasta 2.000 sino también por la supresión de la deducción por dividendos hasta 1.500 euros y en particular por la reducción de límite de las participaciones en fondos de pensiones hasta 8.000 euros.

Según Funcas, los cambios en el IRPF tanto para las rentas de trabajo como del ahorro, supondrá un coste fiscal para el Estado de 5.400 millones de euros en 2015 y otros 2.933 en 2016, es decir, 8.400 millones.

El 27% de siempre y cuando las autonomías acepten aplicar la parte de la tarifa que les corresponda sin hacer uso su capacidad normativa.

El tipo medio bajará de media un 8% en el primer año de aplicación.

Desde el punto de vista recaudatorio, un 27% de los ingresos (1.481 millones) que dejarán de percibir corresponde a las rentas superiores a 42.500 euros ya que por la progresividad del impuestos son los contribuyentes que más pagan porque son los que más declaran

¿Le ha resultado interesante? Sí No

Noticias Relacionadas

Avanza la España 'mileurista'

La pensión media en Euskadi sube un 1,4% y se sitúa en 1.076 euros

El lujo de trabajar en la 'troika'

Cevital presenta en el Juzgado una oferta de 18 millones de euros por Fagor Electrodomésticos

Las agencias privadas cobrarán hasta 200 millones de euros por insertar a parados

IBEX 35

10.906,000 ↑ +0,25% Var. +26,70

Más leídas

- Denuncia haber sufrido acoso sexual al alojarse con Airbnh en Madrid
- ¿Tienes un euro? Ya puedes viajar a Londres en un autobús 'low cost'
- Turismo, alimentación, energía... Esta es la Grecia que sí funciona
- Sonia cuestiona los sueldos 'estratosféricos' del Ibox
- Rebajas sin ropa interior
- El alto coste de alquilar en Londres impulsa la mudanza a las barcasas
- El beneficio de los bancos sube un 40% en España pero el crédito no termina de repuntar
- Tsipras pone a Grecia en manos de un ex Lehman Brothers
- Los bajos precios del petróleo apuntalan la recesión en Rusia
- ¿Relevo generacional? La cúpula del Ibox se resiste a la jubilación

Los blogs

Billonarios

Cuatro mujeres y un jeque en El Corte Inglés

JOSE F. LEAL

04/08/2015

ContraOpa

El papelón de Margallo y Guindos en el 'caso Wert'

CARLOS SEGOVIA

01/08/2015

El Gadgetoblog

Este otoño, vídeo en 360 grados

ÁNGEL JIMÉNEZ DE LUIS

31/07/2015

Cabe reseñar la coincidencia en la misma noticia de alusión a informe y a una declaración periodística del mismo think tank, si bien el informe ha prevalecido sobre la declaración, al ocupar más espacio de la información y más al principio de la misma, y al aparecer las declaraciones como una explicación al final, de forma complementaria, con detalle concreto de las mismas. Asimismo, la declaración a periodistas se advierte fácilmente en noticias de este think tank, tanto cuando se concreta como otras veces por el contexto, al ser esta organización muy empleada por los medios de comunicación como fuente informativa.

Respecto al predominio de la referencia indirecta al think tank, viene originada por muchos artículos escritos por expertos de Funcas, y, en muchos de estos artículos, asimismo, se observan referencias a esta Fundación, bien a informes o a tablas o gráficos del mismo. Señalar que se han tomado en consideración como referencias indirectas, situaciones de imprecisiones en el origen, en el que no queda claro que pudiera ser una declaración o un informe. Respecto a la presencia de los medios, predomina El País, seguido de ABC, en los principales factores que originan las informaciones, con especial protagonismo de Expansión y Cinco Días, con datos muy parejos, en el caso de las originadas por informes, como sucede en otros think tanks analizados.

En Fedea, el 40,88% de las noticias se generan por los informes y cerca de otro 40% por las declaraciones a periodistas (21,38%) y también por los actos públicos, tanto públicos como ajenos (18,87%). Las referencias indirectas originan el 13,21% de las informaciones y el resto se reparte, en menor medida, entre las ruedas de prensa (3,77%) y las notas de prensa (1,89%). Respecto a los informes, como ocurre en otros think tanks, los diarios no dan demasiado detalle de cómo se divulgan. Asimismo, figuran tanto referencias más generales y otras más concretas hasta facilitar el año del estudio o el tipo de informe, también en el caso de un blog que inicialmente estaba auspiciado por Fedea. También cabe advertir que, en una noticia, el diario Cinco Días combina declaraciones efectuadas por expertos de diversas instituciones con opiniones de especialistas de este think tank reflejadas en un blog de los mismos, lo que se ha tomado en consideración como informe, al no ser unas declaraciones realizadas directamente al diario.

Fedea es uno de los think tanks en los que las declaraciones periodísticas son origen de las informaciones en mayor medida (después del Instituto Juan de Mariana y del Real Instituto Elcano), lo que supone que los medios de comunicación lo consideran como una fuente de referencia y utilidad en su trabajo informativo. Como ocurre también en otros casos, en ocasiones no se da detalle de que se trata de una declaración a un medio, pero se advierte por el contexto. Cabe reseñar entre ese tipo de declaraciones, las vertidas por el director del think tank a El País, así como por su subdirector o por la directora del Observatorio Laboral de la Crisis. Asimismo, destaca la notoriedad de ese director, al ser elegido por el Gobierno como experto para calcular las balanzas fiscales de las Comunidades Autónomas. De hecho, participa en la presentación que realiza el Instituto de Estudios Económicos, de informe elaborado por

él mismo, no como director, sino como reconocido experto en la materia. Coincide con su reciente nombramiento como director de Fedea (*ver imagen 17*).

Respecto a las referencias indirectas, proceden de artículos cuyos autores son investigadores del think tank, del que fuera antes director del mismo con motivo de su actual nombramiento como nuevo presidente de Renfe, así como, en algún caso, de las preguntas que formulan los propios periodistas, lo que da idea de la notoriedad o influencia de esta organización. Esto último se advierte, concretamente, en una entrevista que publica El País, en la que el mismo periodista incluía en la pregunta la propuesta que hizo en su día Fedea sobre el contrato único. Como en otros think tanks con presencia destacada de los informes como origen de informaciones, se observa procedencia de noticias de forma importante de los dos diarios económicos, así como de ABC y El País de forma muy similar. Los medios que más emplean a Fedea como fuente informativa, a través de declaraciones, son El País y Expansión. En el resto de factores, es de resaltar el peso de El País y El Mundo, en general.

Por último, el único think tank que tiene la declaración periodística como principal origen de las informaciones y, concretamente, con más del 58,34%, es Instituto Juan de Mariana. Uno de los ejemplos más visibles es la entrevista a su director, en calidad de experto en economía y derecho y profesor, donde su cargo en el think tank figura en tercer lugar, en la que habla de su opinión sobre la televisión y su colaboración en un programa de este tipo (*ver imagen 18*). También un cuarto de las noticias procede de actos, mientras que más del 16% restante se origina, en la misma proporción, por referencias indirectas y por informes y publicaciones. No aparecen noticias que tengan su causa en ruedas de prensa y comunicados.

En el caso de las declaraciones, no viene detallado que así lo sea, se deduce por contexto (58% de noticias son de contenido económico). Muy curioso el caso de El Mundo, del que aparecen dos noticias (más del 16% del total, teniendo en cuenta el bajo número de noticias localizadas de este think tank). El director de esta organización cuenta a ese periódico que TVE veta la colaboración de este director como economista liberal, no como director del think tank. Se centra todo en sus consideraciones como economista, no como la imagen del mismo. Y todo por su opinión de que hay que privatizar las televisiones públicas. ABC y El Mundo son los diarios que más recogen las noticias originadas por los factores mencionados, junto a una mención en Expansión en referencia a un acto. Ninguna mención en este contexto en El País ni en Cinco Días, en donde no se han localizado noticias de ese think tank.

Imagen 17. Fedea (El Mundo, 30-04-2014)

ELMUNDOTV » Siga en directo el debate parlamentario sobre el tercer rescate de Grecia.

El director de Fedea dice que el sistema de financiación no se dedica 'a putear a nadie'

- El sistema de financiación no se "dedica a putear a nadie", afirma Ángel de la Fuente
- Lo que ocurre es que tiene un problema de "exceso de arbitrariedad" y es "un galimatías"

EFE > Madrid

Actualizado: 30/04/2014 12:54 horas

4

El director de la Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea) y uno de los expertos designados por Hacienda para elaborar las balanzas fiscales, Ángel de la Fuente, ha denunciado "la persistente campaña de marketing" en Cataluña "con la idea" de que España "de alguna forma" les maltrata fiscalmente.

De la Fuente, también investigador del CSIC, ha considerado que Cataluña "no se puede quejar" del trato que le da el Estado y ha comentado que lo que ocurre es que "el sistema de financiación es malo" pero no sólo para Cataluña sino para todas las comunidades.

Durante la presentación en Madrid del informe del Instituto de Estudios Económicos (IEE) "La Cuestión Catalana II. Balanzas

fiscales y tratamiento fiscal de Cataluña", De la Fuente ha explicado que el sistema de financiación español de régimen común tiene un problema "de exceso de desigualdad, de **exceso de arbitrariedad**", además de "ser perfectamente opaco" y un "galimatías **indescifrable**".

"No es un sistema que tenga sesgo anticatalán o antimadrileño. Es un sistema malo, pero no **dedicado a putear a nadie**", ha dicho De la Fuente.

En la presentación del informe, el presidente del IEE, José Luis Feito, ha dicho que "España en su conjunto está mal financiada" y ha explicado que la diferencia de opiniones entre los economistas sobre el coste que tendría para Cataluña la independencia se debe principalmente al horizonte temporal que se analice, ya que sería muy grande en cuatro o cinco años e irrelevante a la vuelta de 200 años

¿Le ha resultado interesante?

Te recomendamos



Cinco preguntas sin respuesta sobre la tragedia de Tianjin



Un ex convicto chino muestra con dibujos las torturas padecidas...



El arquitecto atracador de bancos, a cara descubierta

a+ a- [icon] [icon]

Comunidad

f 3

t 47

g+ 0

k in g t

Todo lo que necesita saber sobre los contadores digitales de la luz

Cruz: 'Sufro una venganza política; si quieren canto la manimorena'

El INE mejora una décima el crecimiento del PIB interanual del primer trimestre y lo eleva al 0,6%

El puerto de Cádiz, en riesgo por la financiación de la ampliación

Cepal reduce al 2,7 % la proyección de crecimiento para Latinoamérica en 2014

IBEX 35

10.838,900 ↓ -0,37% Var. -40,40

Más leídas

- Denuncia haber sufrido acoso sexual al alojarse con Airbnb en Madrid
- ¿Tienes un euro? Ya puedes viajar a Londres en un autobús 'low cost'
- Soria cuestiona los sueldos 'estratosféricos' del Ibex
- Turismo, alimentación, energía... Esta es la Grecia que sí funciona
- Rebajas sin ropa interior
- El alto coste de alquilar en Londres impulsa la mudanza a las baratas
- El beneficio de los bancos sube un 40% en España pero el crédito no termina de repuntar
- Tsipras pone a Grecia en manos de un ex Lehman Brothers
- ¿Relevo generacional? La cúpula del Ibex se resiste a la jubilación
- Los bajos precios del petróleo apuntalan la recesión en Rusia

Los blogs

Billonarios

Cuatro mujeres y un jeque en El Corte Inglés

JOSE F. LEAL

04/08/2015

ContraOpa

El papelón de Margallo y Guindos en el 'caso Wert'

CARLOS SEGOVIA

01/08/2015

El Gadgetblog

Este otoño, vídeo en 360 grados

ÁNGEL JIMÉNEZ DE LUIS

31/07/2015

Espíritus animales

Cuatro claves sobre la muerte del

Imagen 18. Instituto Juan de Mariana (El Mundo, 03-09-2014)

ELMUNDOTV » Siga en directo el debate parlamentario sobre el tercer rescate de Grecia.

TV Entrevista a Juan Ramón Rallo

'Si Mariló me pregunta, le diré que hay que privatizar las TV públicas'

EDUARDO FERNÁNDEZ > Madrid
Actualizado: 03/09/2014 03:26 horas

12

"No existe ni un solo motivo razonable para mantener abierta ninguna televisión pública", es la opinión de Juan Ramón Rallo. Sin modificar su postura, el economista liberal explica por qué ha aceptado su nuevo reto: desde este miércoles colabora con *La mañana*, el magazine matutino de la televisión estatal.

Rallo conducirá un apartado centrado en la economía doméstica y, tal y como ha comentado a este diario, no cambiará de punto de vista: "Si Mariló Montero me pregunta, le diré que habría que privatizar las televisiones públicas".



"No voy a modular mi discurso", ha asegurado Rallo, dispuesto a "transmitir ideas liberales" en todos los medios en los que colabora (esRadio, Vozpópuli y *El Economista*). "Sigo defendiendo que las televisiones públicas dejen de financiarse con el dinero del contribuyente y dejen también de tener privilegios en comparación con las privadas", expone Rallo.

Así lo ha plasmado en los últimos años en diferentes columnas de opinión. Se lo han recordado esta semana algunos usuarios de la red social Twitter, que han criticado la decisión del economista de incorporarse a la pública, para la que conducirá un espacio semanal sobre "cómo la economía afecta el ámbito doméstico, por ejemplo una bajada de tipos de interés o una modificación en el recibo de la luz", según detalla a EL MUNDO.

"Pago muchos más impuestos de lo que recibo del Estado. Decir que voy a vivir del Estado es una simpleza", sostiene Rallo, doctor en Economía por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia, además de director del Instituto Juan de Mariana y profesor en el centro de estudios OMMA y en el ISEAD. "Si el Estado me paga algo, es evidente que no lo obtengo de los demás, sino que estoy recuperando una parte de todo lo que he dado", dice.

"Colaborar con TVE no es incompatible con tener ideas liberales. Ésta no va a ser mi fuente de ingresos principal. **Se pueden defender las ideas liberales en el sector público**, de lo contrario, sólo aparecerían ideas antiliberales. Hay que aceptar las críticas internas", agrega Rallo, que contará con unos minutos cada miércoles en torno a las

Noticias Relacionadas

- El Govern buscará solución ante la competencia desleal en peluquería y estética
- La industria española cumple en agosto nueve meses de expansión
- La 'milla de oro' de Castellón se rearma con nuevos comercios
- Pizarro, nuevo consejero del grupo
- Europa en una encrucijada política y económica clave para su futuro

Más leídas

- 1 La Operación Púnica salpica a la presentadora Cristina Tárrega
- 2 Will Smith resucita a 'El Príncipe de Bel Air'
- 3 El nuevo 'Dragon Ball' indigna a Japón
- 4 Muere Santi Trancho, cámara de 'Frank de la Jungla', en un accidente
- 5 El colaborador de 'Sálvame' Kiko Hernández, condenado a seis meses de prisión
- 6 'Fear The Walking Dead' se estrenará en España en la madrugada del 23 al 24 de agosto
- 7 Alexandra Jiménez en El club de la comedia: 'No me veo como presentadora en absoluto'
- 8 Sandra Bullock, la chica del verano en televisión
- 9 Lucy Liu, la mujer detrás de Sherlock Holmes
- 10 Sofia Carson, de 'Los descendientes': 'Soy una chica Disney y me encanta'

Ahorro en el hogar



EN ENERGÍA

Ofertas en las eléctricas: descuentos de hasta el 20 %

Las promociones también existen en las eléctricas. Descubre qué descuentos aplican las comercializadoras de luz y su letra pequeña.

▢ Más artículos en economía del hogar

Comparador de ADSL

¿QUÉ NECESITAS EN TU CONEXIÓN ADSL?

La máxima velocidad



11.00 horas.

Sobre el sistema de financiación de la pública, sin anuncios desde 2010, Rallo tiene una preferencia clara, a falta de la privatización por la que abogaría: "Soy partidario, de que pueda haber publicidad para que se reduzca la aportación del Estado, aunque sea polémico para las empresas privadas que compiten en ese mismo sector".

[@eduardfdz](#)

¿Le ha resultado interesante?

Calculadoras personalizadas

¿Dónde conseguir hasta 600 € en 15 min.?

¿Cuánto pagaré con IRPH entidades?

¿Comprar o alquilar?

Servicios

Guía TV

Sorteos y loterías

Estrenos

Cartelera

3.2.5.1.-La casuística de los actos públicos

Los actos públicos son el segundo motivo que origina las noticias de los think tanks analizados, en una proporción del 28,06%, como se ha señalado anteriormente.

Dentro de los actos públicos, propios o ajenos, en sede propia o externa, se ha establecido en este estudio una casuística con una clasificación de diecisiete tipos de actos.

De las 530 noticias que tienen su causa en un acto público, algo más del 71% (71,13%) corresponden a cuatro clases, según se observa en la parte final de la Tabla 8. Y dentro de estas cuatro clases, las dos primeras suman algo más del 44% (44,15%): la presentación de informes (y los anuncios correspondientes que se publican en la prensa), con casi una cuarta parte (24,53%), y el encuentro interno del think tank pero con repercusión pública. Habitualmente, la presentación de informes se corresponde con estudios del propio think tank, o en colaboración con otra institución, si bien hay casos en los que el informe es de otra organización, de prestigio y normalmente extranjera, con la que no hay conflicto de intereses. Señalar también que estas presentaciones son aludidas en las prensa aunque haya transcurrido tiempo desde su celebración, especialmente si se centra la atención en el informe. Asimismo, a la prensa se le facilita la cobertura cuando en este tipo de presentaciones cuentan con presencia de personalidades destacadas del Gobierno, o del mundo político o socioeconómico. Los otros dos tipos que alcanzan casi el 27% restante (26,98%) son los campus o escuelas de verano (16,60%) y los encuentros, seminarios, foros o jornadas (10,38%).

Los think tanks con más noticias a raíz de una presentación de informe son Funcas (con 26), Instituto de Estudios Económicos (24), Fedea (23), Real Instituto Elcano (19) y Círculo de Empresarios (12), lo que pone de manifiesto su actividad en este terreno, así como el interés que son capaces de generar en la prensa, por la temática de sus informes o por la influencia y credibilidad de los mismos. Si bien, los diarios generalistas reúnen mayor número de noticias por la presentación de informes, destaca el Cinco Días con el Instituto de Estudios Económicos, y este diario y Expansión, en el caso del Círculo de Economía. Reseñar cómo aumenta el atractivo mediático cuando en este tipo de presentaciones cuentan con presencia de personalidades destacadas. Entre otros casos, sucede con una presentación que realiza Círculo de Empresarios, a la que asiste el Gobernador del Banco de España, según recoge Expansión, u otra de Funcas, con la misma asistencia, publicada en el mismo diario (*ver imagen 19*).

Respecto al encuentro interno de estas organizaciones, origina mayor número de noticias en los casos de Círculo de Economía (74) y Cotec (29). En el primer caso, contribuye el elevado impacto mediático de su tradicional encuentro anual que celebra en la localidad barcelonesa de Sitges, en lo que pesa su notable poder de convocatoria cada año, con participación de personalidades del mundo político, económico y social (concretamente en 2014 el think tank celebró la 30 edición de estos informes). En el caso de Cotec, influye la celebración anual del Encuentro Cotec Europa en Lisboa, si

bien el número de menciones son menores, en cierta medida, al ser una reunión celebrada fuera de España.

Imagen 19. Funcas (Expansión, 13-06-2014)

Expansión.com
Viernes, 13.06.14. Actualizado a las 12:53

Expansión Mercados | **Expansión en ORBYT.**

Mi dinero | Empresas | **Economía** | Sociedad | Tecnología | Jurídico | Directivos | Motor | Tendencias | Multimedia | Pymes | **Emprendedores&Empleo** | Más

Agenda de hoy | Datos macroeconómicos | Política | Función Pública | Diccionario Económico

IBEX 35 10.897,1 (+0,16%) | I.G. BOLSA MADRID 1.105,1 (+0,14%) | DOW JONES 17.477,4 (+0,40%) | EURO STOXX 3

Portada » **Economía y Política**

Linde aplaude las medidas del BCE

Menéame | Twitter | Compartir | +5 | g+1 | kcy it! | Compartir

Más noticias sobre: **luis maria linde, banco de españa, mario draghi**

13.06.2014 | MADRID | Efe

El gobernador del Banco de España ha dicho hoy que las medidas adoptadas la semana pasada por el BCE "contribuyen a facilitar la acción de otras herramientas de política económica que pueden tener un efecto más potente y duradero sobre el crecimiento y el empleo".



El gobernador del BdE, Luis María Linde

Linde se ha expresado así durante el acto de inauguración del Número de Papeles de Economía: la política monetaria tras la gran recesión" de Funcas, en la que ha recordado que la semana pasada, el BCE aprobó varias medidas para luchar contra la baja inflación. Entre ellas, un nuevo recorte de los tipos de interés hasta el mínimo histórico del 0,15%, u otras medidas no convencionales que prevén impulsar el crédito a las empresas y hogares.

Así, el BCE penalizará a los bancos por depositar su dinero en su ventanilla y llevará a cabo este año dos inyecciones de liquidez a largo plazo por 400.000 millones de euros, con un vencimiento de cuatro años.

Para Linde, aunque "ni el BCE ni la política monetaria pueden, por sí solos, resolver los problemas que se encuentran en la base de la crisis que todavía está atravesando la zona euro", decisiones como las adoptadas por el organismo, pueden contribuir a facilitar la acción de otras herramientas que, por su naturaleza, pueden tener un efecto más potente y duradero sobre el empleo y el crecimiento.

En su intervención, el gobernador ha hecho referencia a la política monetaria, y ha asegurado que la actuación de los bancos centrales debería ser preventiva y no solo reactiva, para lo que sería preciso una política de supervisión macroprudencial. Así, ha abogado por desarrollar una nueva política macroprudencial, a la que se debe dotar de nuevos objetivos e instrumentos.

No obstante, ha reconocido que la interrelación entre las políticas monetarias y macroprudenciales suscitarán retos complejos a los bancos centrales, ya que la acción de una incidirá sobre los objetivos de la otra, según Linde, quien no obstante, ha considerado que las ventajas derivadas entre ambas sugerirían asignar al Banco Central un papel central en el ejercicio de las segundas. Sin embargo, ha explicado que concentrar en una sola institución diferentes objetivos de política económica puede entrar en conflicto, y puede hacer más ambiguo el mandato.

"Sin duda este es un debate complejo y con indudables connotaciones políticas", ha dicho Linde, que, pese a ello, ve más ventajas que inconvenientes en la aproximación europea, ya que para lograr una buena coordinación entre ambas políticas y asegurar una suficiente capacidad y velocidad en las respuestas, "el BCE debe tener un papel muy importante en el diseño y gestión de nuevos instrumentos y medidas macroprudenciales.

Noticias Relacionadas

- ¿Y si no funciona la estrategia del BCE?

Última hora

13:07 PSOE: el Gobierno tiene "una estrategia para salvar a Rato"

12:59 Las 'tarifas planas' de la Seguridad Social han generado 265.000 contratos indefinidos

12:37 El número de afiliados a la Seguridad Social del sector turístico crece un 4,9% en julio

Lo + leído

- 1 Borja Domínguez
- 2 ¿En qué países ganarás más y vivirás mejor?
- 3 Siete novedades que debe tener en cuenta si coge una baja laboral a partir de ahora
- 4 La mejor cerveza del mundo es española
- 5 ¿Cuál es la mejor marca de smartphones?
- 6 Metropolitan abrirá seis gimnasios y saltará a París
- 7 Los mejores dividendos de 2015
- 8 Metropolitan se pone en forma con el paro
- 9 ¿Sabes cuánto consume cada electrodoméstico?
- 10 ¿Cuántos megas necesita para navegar por internet desde su smartphone?

Síguenos en...

Me gusta 147.294

Follow @expansioncom

Seguir 3.470

Comentarios mejor valorados

joviap | 16.Ago.2015 | 22:21
Madre mía estos dicen que son liberales o de centr ...

ue ventu ...

zas000 | 17.Ago.2015 | 01:46
#5 Espera, que aun te voy a dar otro ZASCA, correo ...

alessandro01960 | 16.Ago.2015 | 17:33
se ve que hay escándalo, y hay que aprovechar. Lo ...

chanes | 16.Ago.2015 | 19:27
Los españoles estamos cansados de sufrir malos gob ...

zas000 | 17.Ago.2015 | 01:37
#4 ¿de donde te has sacado la TONTERIA de un virus ...

En relación al campus o escuela de verano, es un factor que pesa en la generación de informaciones, prácticamente sólo en el caso de Faes, con 86 (de las que 54 aparecen en ABC, seguido de once en El País), ya que los otros casos donde se aprecia son testimoniales: Fedea (1) en este caso es un curso de verano ajeno (de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo), Instituto Juan de Mariana (1). El mayor seguimiento que realiza ABC de este tipo de acontecimiento, en relación al que llevan a cabo el resto de diarios analizados, puede deberse a la afinidad ideológica entre el mencionado periódico y la que subyace de este tipo de reunión, ya que es un foco de interés informativo por la participación especialmente de personalidades políticas y, en concreto, del Partido Popular, la fuerza política a la que pertenece el presidente de Faes, y desde la que ocupó la Presidencia del Gobierno en su día. El Campus Faes cuenta con un despliegue amplio de imagen en escenarios y lugar de celebración (*ver imagen 20*).

Los encuentros, seminarios, foros o jornadas originan informaciones especialmente en el caso de Real Instituto Elcano (11), Círculo de Economía (10), Círculo de Empresarios (7), Instituto de Estudios Fiscales (7), Faes (6), Fedea (3), Instituto de Estudios Económicos (3) y Cotec (3), aunque no igual en todos los diarios.

Las cinco clases siguientes de actos representan en su conjunto el 20,75% del total. Se trata de: conferencia (5,66%), encuentro del think tank con terceros (4,34%), entrega de premio (3,96%), presentación de libro o publicación (3,96%), acto en general (2,83%). En los encuentros del think tank con terceros, se incluyen tanto como empresarios, instituciones, políticos o medios de comunicación.

La conferencia origina informaciones, en mayor medida, en Círculo de Economía (9), Instituto de Estudios Económicos (7), Faes (5), Círculo de Empresarios (4), con seguimiento diverso y más reducido que en factores anteriores. En el caso del encuentro del think tank con terceros, la influencia se advierte, principalmente, en Círculo de Economía, con doce noticias sólo en El País y, en menor medida, en El Mundo; así como en Círculo de Empresarios, con nueve, focalizadas en ABC y El Mundo. En el Círculo de Economía, aparecen noticias de reuniones tanto con el Presidente del Gobierno catalán (con motivo del planteamiento de la situación de independencia), como con el PSOE, a lo que influye el ser una organización económica de origen catalán.

La entrega de premios es motivo de noticia fundamentalmente en Faes (10), Círculo de Empresarios (6) y Círculo de Economía (5), cubierto en el primer caso en ABC, El País y El Mundo, y en los dos últimos, también en Expansión. Los premios son relativos a la libertad de expresión (Faes) y a la mejor trayectoria empresarial (en el caso de los otros dos think tanks, ya que es un premio en el que colaboran las dos organizaciones junto a otras instituciones).

Respecto a la presentación de libro o publicación es origen de informaciones, principalmente, en Círculo de Empresarios (9), Faes (3), Funcas (3), Elcano (2) y Cotec (2). En el último caso se advierte algún ejemplo de publicación en colaboración con otra

institución de renombre, como Google (*ver imagen 21*). El seguimiento en los diarios es más generalizado en el primer caso, siendo dispar, en el resto. La referencia a un acto en general se encuentra en mayor medida en Faes (6), Funcas (2), Círculo de Economía (3) y Fedea (2). En dos casos sólo aparecen en dos diarios (Faes, en El País y El Mundo, y Círculo de Economía, en El País y Expansión) y en los otros dos (Funcas y Fedea), en un diario (El País).

Imagen 20. Faes (El País, 30-06-2014)

DIRECTO Sigue en EL PAÍS TV el acto de renovación de Ramos con el Real Madrid >

Schäuble alaba las reformas españolas aunque subraya el reto del paro juvenil

El ministro de Finanzas alemán afirma que asumir una "generación perdida" lleva al populismo

THOMAS GUALTIERI | Madrid | 30 JUN 2014 - 19:44 CET
Archivado en: Wolfgang Schäuble, Luis de Guindos, Reformas políticas, Telefónica, Alemania, Impuestos, Tributos, Empresas, UE, España, Finanzas públicas, Economía



Wolfgang Schäuble y Luis de Guindos este lunes en el Campus FAES 2014. / J.J. GUILLÉN (EFE)

"En los últimos años España ha tomado las decisiones correctas y se ha encauzado en un camino exitoso. Madrid ha conseguido grandes resultados después de la burbuja inmobiliaria, ha habido mejoras, las exportaciones han aumentado y se han consolidado como motor de la economía". El juicio sobre la política económica española del ministro de Finanzas de Alemania, Wolfgang Schäuble, es sin duda positivo. Pero en su visita de este lunes a España, el político alemán ha subrayado también la lacra del desempleo juvenil: si se asume una "generación perdida", ha explicado, se crearán las condiciones para que se fomenten nacionalismos y populismos.

El ministro se ha dicho convencido de que la reforma fiscal española será compatible con los objetivos de déficit público. También el ministro de Economía y Competitividad, Luis de Guindos, que ha acompañado su homólogo alemán en su visita, ha asegurado que los indicadores adelantados en el segundo trimestre del año confirman que "el crecimiento ha continuado su aceleración" y puede hasta superar el incremento del primero, cuando avanzó un 0,4%.

Tras una reunión con el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, y la apertura del Campus FAES, Schäuble ha asistido a un encuentro empresarial en la sede de Telefónica titulado "El desafío económico de Europa en 2014 y 2015". A lo largo de este último acto, en el que también han participado el consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, y el presidente de CEOE, Juan Rosell, el ministro alemán ha explicado que los problemas económicos europeos tienen que ver "más con la necesidad de avanzar en ámbito tecnológico que con el funcionamiento de las instituciones continentales. El mercado se está mundializando y por eso tenemos que hacer que Europa sea competitiva a nivel global. Europa solo cuenta con el 10% de la población mundial, y vamos a ir a menos, así que tenemos que concretar nuestros esfuerzos en otros ámbitos para ser competitivos".

Schäuble ha insistido en que Europa "es importante, pero también tiene sus debilidades. Se nos suele calificar como ricos y con muchísimas necesidades de seguridad, con una condición demográfica complicada, poca reservas energéticas y pocas materias primas". Sin embargo, ha matizado: "nuestro sistema político no está en una situación de desventaja a nivel mundial, no hemos salido muy mal parados en los últimos años y hemos conseguido resultados también durante la crisis".

"Ahora" ha añadido el titular de Finanzas alemán, "tenemos que reformar nuestras instituciones para que Europa siga haciéndose valer. Y tenemos que empezar por la nueva Comisión, que tiene la importante tarea de hacer realidad el principio de subsidiariedad. La legislación se tiene que desarrollar en los niveles adecuados, sean éstos nacionales o incluso regionales, tenemos instrumentos poco completos para luchar contra la crisis, hace falta que las medidas que van en esta dirección se incorporen en la legislación comunitaria. Así se difundirá confianza a lo largo y ancho de Europa".

Entre los desafíos que la UE tiene que enfrentar, ha subrayado, "no hay que olvidar la creación puestos de trabajo. Como ha subrayado el BCE, la política monetaria no puede sustituir las reformas necesarias para un crecimiento sostenible". Schäuble ve en la unión bancaria una medida que va a conseguir que haya bancos más estables que puedan emitir crédito. Hay pequeñas y medianas empresas que necesitan liquidez". En todo caso, Schäuble ha recomendado "paciencia" y ha recordado que las cifras de desempleo son las que mejoran en último lugar, tras las reformas y la recuperación económica.

Sobre las start-ups, el ministro alemán ha subrayado que hace falta "ponernos las pilas en las nuevas tecnologías para fomentarlas. Hay que mejorar la concesión de créditos hacia este tipo de empresas, y en general reformar el mercado financiero para que los jóvenes se puedan subir al carro. El sistema de formación dual alemán ha tenido éxito en este sentido".

Schäuble ha remarcado que hay que seguir desarrollando el mercado interior europeo, mucho más útil para amortiguar los shocks económicos que las medidas estatales. Para eso es necesario incentivar los acuerdos comerciales, el acuerdo comercial transatlántico va a ser fundamental. "Tenemos que unirnos en una unión energética inteligente e implementar una estrategia para impulsar las energías renovables y reducir así la dependencia de las importaciones", ha concluido.

RECIBE LAS NEWSLETTERS DE EL PAÍS APÚNTATE

OTRAS INFORMACIONES EN EL PAÍS Ver todas >

- El BCE da un apoyo vital a la banca griega en plena fuga de depósitos
- Más de 40 "start-ups" españolas estrenan el nuevo Campus de Google
- El hogar de Google para la España "startup" abre sus puertas
- Guindos avala su candidatura al Eurogrupo con la recuperación

Thomas Gualtieri | Eskup | Twitter

ÚLTIMAS NOTICIAS Ver todo el día >

12 muertos en la operación de tráfico más masiva del verano
3.3.0. | Madrid
Más de la mitad de los accidentes suceden en carreteras secundarias, según la DGT

Las prisiones valencianas albergan un 63% más de los reclusos previstos
JOAQUÍN FERRANDES | Valencia
El sindicato de funcionarios Acaip alerta del envejecimiento de la plantilla mientras que los internos cada vez son más jóvenes

Castella ofreció en El Puerto una tarde de torería en solitario
EFE
Enrique Ponce, El Juli y Miguel Ángel Perera salieron a hombros de la plaza de Gijón

EL PAÍS RECOMIENDA

- Nazi, traficante de arte, protegido por el franquismo
MANUEL MORALES | Madrid
Lobschliger se refugió en España tras la II GM para comerciar con obras sustraídas
- Quiero ser piloto de drones
AITOR BENGOA
Crece el interés por aprender a formar parte de un negocio de 15.000 millones

LO MÁS VISTO EN... Top 50

- EL PAÍS | Twitter | Verme | Economía
- 1 La stevia conquista el mundo del dulce
- 2 A la playa con la familia (y el inspector de Hacienda)
- 3 Quiero ser piloto de drones
- 4 ¿Has cotizado más de lo que debías? Solicita una devolución
- 5 Las "telecos" se unen por necesidad
- 6 Las promesas rotas de Google
- 7 Los argentinos tiran de tarjeta para viajar fuera más barato
- 8 Crece la presión en EE UU para que se permita la exportación de crudo
- 9 Descubre en dos pasos si te están robando el WIFI
- 10 La devaluación salarial se ceba en las empresas más pequeñas



La guía señala los pasos que debe seguir una pyme para aprovechar las oportunidades que ofrece la web

Google y Cotec lanzan un manual de internet para microempresas

El buscador advierte que el 30% de las empresas españolas de menos de 10 trabajadores no hace uso de las nuevas tecnologías, pese a su impacto en la productividad

CARLOS OTINIANO PULIDO | MADRID | 04-06-2014 18:45



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Cotec](#) [Internet](#) [Microcréditos](#) [Economía](#) [Google](#) [Pymes](#) [Banca ética](#) [Telecomunicaciones](#) [Banca](#) [Buscadores](#) [Comunicaciones](#) [Empresas](#) [Finanzas](#)



De izquierda a derecha, Miguel Castillo, coautor del libro; Bárbara Navarro, directora de políticas y asuntos públicos de Google, y Juan Mulet, director general de Cotec.

Google y la Fundación Cotec presentaron ayer una guía práctica para animar a los pequeños negocios a utilizar internet, ya que en España menos del 30% de las microempresas tiene página web y sólo el 14% vende a través de canales electrónicos.

"Las microempresas, aquellas que tienen menos de 10 trabajadores, están 30 puntos por detrás de las pymes y grandes empresas en uso de internet", afirmó en la presentación del libro Bárbara Navarro, directora de políticas y asuntos públicos de Google para el Sur de Europa.

Prueba de esta brecha digital es que, en plena ebullición de las aplicaciones móviles y las redes sociales, todavía tres de cada 10 microempresas en España trabaja sin acceso a la web o hace un uso poco productivo de las nuevas tecnologías.

Navarro sostuvo que impulsar la digitalización de las microempresas es crucial para aumentar la productividad de un sector que representa el 96% del tejido empresarial del país.

"Aquellas pymes que usan internet exportan dos veces más que las que no lo hacen, crecen el doble en términos de empleo y registran un aumento del 10% en productividad", aseguró.

Agregó, además, que el uso de las nuevas tecnologías ayuda a los pequeños negocios a dar el salto a otros mercados y a tener visibilidad en un mundo en el que el 80% de los consumidores busca información en la web antes de comprar.

Por eso, para ayudar a pymes, autónomos y emprendedores a abrirse paso en el ecosistema digital, Google, en colaboración con la Fundación Cotec, de la que es uno de sus patronos, ha editado *Diario de una pyme en internet*.

El libro, escrito por Miguel Castillo Holgado, fundador de varias *start-ups*, y Rita María Fernández Iglesias, experta en marketing online de El Corte Inglés, es un manual práctico, escrito a modo de diario y de una forma muy divulgativa, que recoge 17 pasos que debería de seguir una pequeña empresa para aprovechar las oportunidades que ofrecen internet, desde cómo conseguir un dominio hasta cómo utilizar las redes sociales.

"Si solo el 10% de las pymes utilizan tecnologías como el *cloud computing* es porque la mitad de ellas no las conocen. Ese es el gran problema. De ahí la importancia de este libro", señaló Navarro.

De hecho, Castillo comentó que se da la paradoja de que muchos empleados hacen más uso de los nuevos recursos digitales que sus propias compañías.

El emprendedor defendió también que la crisis no debe de ser una excusa para permanecer ajenos a estos avances porque ahora, por 600 euros al año y con tan solo registrarse en una web, es posible acceder a softwares de servicio para tener ficheros de clientes o previsiones de venta.

TE RECOMENDAMOS

- + ¿Funcionan realmente las cremas anticelulíticas?
- + Ocho claves para alargar la vida de tu móvil

Lo más leído

- Claves para ahorrar 190.000 euros para la jubilación
- Los mejores planes de pensiones del mercado
- El Samsung Galaxy S6 Edge Plus ya tiene precio oficial en España y puede reservarse con regalo
- La crisis y la tecnología alejan a los jóvenes de la conducción
- Los españoles, entre los que menos cotizan para su pensión

Ver +

Destacamos

- La niña más lista del mundo tiene 12 años, ojos azules... y...
- Si, soy guapa y viajo sola
- Lengua e incesto
- Bencic se deshizo de Serena y jugará la final frente a Halep

recomendado por

LOS ESPECIALISTAS

1 de 3

- EL MAL LLAMADO TERROR O TERREMOTO ASIÁTICO**
UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
José Luis Martínez Campuzano
- El color de la reputación: Panamá**
EL PULSO DE LATAM
d+i Llorente & Cuenca
- 6 ideas rápidas sobre China**
LEALTAD, 1
Nuño Rodrigo
- China: transición hacia un nuevo modelo de crecimiento**
INVERTIR CON ÉXITO

La tipología del 8,12% restante de actos está más dividida aún. Corresponde, a su vez, a ocho tipos: congreso, convención, asamblea (1,70%); presentación de proyecto propio o en colaboración (1,70%); mesa redonda, coloquio, debate (1,51%); reunión del patronato del think tank (1,32%); fallo de premio (0,94%); encuentro en el extranjero (0,38%); homenaje (0,38%), y presentación de querrela (0,19%).

Así, el congreso, la convención o la asamblea es origen de noticias en Círculo de Empresarios (6, en ABC, El Mundo y Cinco Días), Faes (1, en El País), Instituto de Estudios Económicos (1, ABC) y Cotec (1, El País). Las referencias a una presentación de proyecto son comunes en Círculo de Empresarios (4 en los dos diarios económicos), Fundación Innovación Bankinter (4 en El Mundo y los dos periódicos económicos) y Cotec (1 en Cinco Días). Fundamentalmente, se trata de la presentación de un proyecto de promoción y ayuda empresarial compartido entre estos think tanks y otras instituciones (denominado 'Cre100do').

La mesa redonda, el coloquio o el debate dan lugar a informaciones en el caso de Círculo de Empresarios (3 en ABC y El Mundo), Real Instituto Elcano (2 en ABC), Círculo de Economía (1, ABC), Instituto de Estudios Económicos (1, Cinco Días), Fundación Alternativas (1, El País), tanto de organización propia como ajena. Por su parte, la reunión del patronato del think tank se hace evidente en Real Instituto Elcano (5 noticias en ABC, El País y El Mundo), Faes (1 en ABC), así como Cotec (1, ABC). Es de señalar que alcanza mayor notoriedad en el caso del Real Instituto Elcano, por la particularidad de ser el último acto público del Príncipe Felipe –Presidente de honor del think tank- antes de su proclamación como Rey de España, lo que causó elevada expectación en la prensa (*ver imagen 22*).

El interés que suscita en la prensa, por lo general, el fallo de un premio se manifiesta en su reflejo en ABC, El País y Expansión, en el caso de Círculo de Empresarios (3 noticias), y en ABC y Expansión, en Círculo de Economía (2). Se trata del mismo acto, ya que es un premio a la mejor trayectoria empresarial, convocado por una serie de entidades, entre las que figuran estos dos think tanks. El encuentro en el extranjero sirve de base para la información en el caso de Faes, con dos noticias. Una en ABC (el think tank participa en el 30 aniversario de la asociación Cedice Libertad y mantiene encuentros con la oposición venezolana) y la otra en El País (encuentro organizado por Faes junto a otra fundación en Brasil).

Respecto al homenaje, es fuente de noticias en ABC, solamente en dos casos. El rendido por Faes a un disidente cubano fallecido líder movimiento cristiano de liberación y el de Círculo de Economía al economista y humanista José Luis Sampedro. En el caso de la presentación de querrela, es un motivo de generación de información muy puntual, ya que sólo le da cobertura en El Mundo en una noticia. Corresponde a la presentación de una querrela por parte de una fundación y una asociación contra la que fuera presidenta del Círculo de Empresarios, así como contra el mismo think tank, por discriminación por razón de género a raíz de unas polémicas declaraciones sobre la preferencia de contratación de mujeres con menos de 25 años o con más de 45.

Imagen 22. Real Instituto Elcano (ABC, 18-06-2014)

ABC.es DEPORTES CULTURA VIAGAR GENTE & ESTILO TV VIDEO SALUD BLOCS HEMEROTECA SERVICIOS COPE

 **ABC** Proclamación de Felipe VI 

REY FELIPE VI REINA LETIZIA PROCLAMACIÓN OPINIÓN

NUEVO REY

Último acto de Don Felipe como Príncipe

S.E. / MADRID | Día 18/06/2014 - 08:51h

 ▶ Preside una reunión del patronato del Real Instituto Elcano pocas horas antes de que Don Juan Carlos firme su abdicación



Último acto de

SAN BERNARDO
Don Felipe

Don Felipe celebra este miércoles su último acto oficial como Príncipe de Asturias, pocas horas antes de que el Rey Juan Carlos sancione la ley orgánica que hará efectiva su abdicación en una solemne ceremonia que tendrá lugar en el Palacio Real.

▶ IMPRIMIR

COMPARTIR

El Príncipe presidirá a las 12:30 horas una reunión del **patronato del Real Instituto Elcano**, al que se incorporan nuevos patronos. También hoy, a las seis de la tarde, Don Juan Carlos firmará en el Palacio Real su última ley, la de su **abdicación**, en presencia de unos doscientos invitados institucionales, encabezados por las máximas autoridades del Estado.

En esta ceremonia de sanción y promulgación de la ley de abdicación, el presidente del Gobierno, **Mariano Rajoy**, refrendará la norma, una vez que el jefe del Estado haya estampado su firma.

La reunión del Real Instituto Elcano presidida por el Príncipe de Asturias es el único acto oficial incluido esta semana en la agenda de la Familia Real. La Casa del Rey no ha incluido en su agenda la sanción de la ley de abdicación ni los actos de **proclamación de Felipe VI**, al día siguiente, en el Palacio de la Zarzuela, el Congreso y el Palacio Real.

Según las publicaciones analizadas, ABC es la que más noticias causadas por actos alberga (37,73%), seguida de El País (21,70%) y El Mundo (18,49%). Los diarios económicos superan el 20% (22,08%) entre los dos, con el 11,89% Cinco Días y el 10,19% Expansión.

Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Faes						
Nota de prensa / Comunicado	6	2	3	1	-	12 (2,94%)
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (1)	70	21	22	9	5	127 (31,13%)
Declaración a periodista	3	-	7	1	1	12 (2,94%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	79	69	52	18	4	222 (54,41%)
Informe o publicación del think tank	18	8	6	2	1	35 (8,58%)
Funcas						
Nota de prensa /Comunicado	2	1	1	6	-	10 (2,69%)
Rueda de prensa	6	1	-	1	-	8 (2,16%)
Acto público (2)	11	9	4	5	4	33 (8,87%)
Declaración a periodista	18	17	6	17	6	64 (17,20%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	16	55	3	1	8	83 (22,31%)
Informe o publicación del think tank	46	51	13	30	34	174 (46,77%)
Real Instituto Elcano						
Nota de prensa /Comunicado	-	1	1	-	-	2 (1,03%)
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (3)	18	9	12	-	2	41 (21,14%)
Declaración a periodista	17	22	7	4	-	50 (25,77%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	16	19	11	4	3	53 (27,32%)
Informe o publicación del think tank	21	11	7	3	6	48 (24,74%)

Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank						
Círculo de Empresarios						
Nota de prensa /Comunicado	1	3	3	3	1	11 (5,79%)
Rueda de prensa	2	2	-	3	2	9 (4,74%)
Acto público (4)	21	7	13	13	11	65 (34,21%)
Declaración a periodista	13	3		1	1	21 (11,05%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	15	26	3	11	4	66 (34,74%)
Informe o publicación del think tank	4	8	2	-	4	18 (9,47%)
Círculo de Economía						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	-	-	-
Rueda de prensa	1	-	-	-	-	1 (0,62%)
Acto público (5)	39	33	23	16	9	120 (74,53%)
Declaración a periodista	-	1	1	2	-	4 (2,50%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	10	12	4	3	2	31 (19,25%)
Informe o publicación del think tank	2	-	1	2	-	5 (3,10%)
Fedea						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	2	1	3 (1,89%)
Rueda de prensa	3	-	1	1	1	6 (3,77%)
Acto público (6)	3	10	7	3	7	30 (18,87%)
Declaración a periodista	-	15	6	11	2	34 (21,38%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	3	10	5	2	1	21 (13,21%)
Informe o publicación del think tank	16	15	6	20	8	65 (40,88%)

Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Económicos						
Nota de prensa /Comunicado	2	-	-	1	-	3 (2,73%)
Rueda de prensa	1	-	-	1	-	2 (1,82%)
Acto público (7)	11	7	5	2	13	38 (34,55%)
Declaración a periodista	3	-	1	2	4	10 (9,09%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	2	1	1	1	-	5 (4,54%)
Informe o publicación del think tank	17	7	11	13	4	52 (47,27%)
Cotec						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	-	-	-
Rueda de prensa	1	-	-	-	-	1 (1,23%)
Acto público (8)	22	7	6	3	6	44 (54,32%)
Declaración a periodista	1	5	-	-	1	7 (8,65%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	6	9	1	1	1	18 (22,22%)
Informe o publicación del think tank	3	1	-	1	6	11 (13,58%)
Fundación Alternativas						
Nota de prensa /Comunicado	-	1	-	-	-	1 (1,39%)
Rueda de prensa	-	1	-	-	-	1 (1,39%)
Acto público (9)	2	6	1	-	1	10 (13,89%)
Declaración a periodista	-	6	1	-	-	7 (9,72%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	5	20	2	-	-	27 (37,50%)
Informe o publicación del think tank	7	13	-	4	2	26 (36,11%)

Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Fiscales						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	-	-	-
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (10)	1	6	-	1	2	10 (17,24%)
Declaración a periodista	-	-	-	-	-	-
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	2	7	1	-	-	10 (17,24%)
Informe o publicación del think tank	8	16	3	8	3	38 (65,52%)
Fundación Innovación Bankinter						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	-	-	-
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (11)	-	-	3	1	2	6 (11,76%)
Declaración a periodista	-	-	1	-	-	1 (1,96%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	1	1	31	3	3	39 (76,47%)
Informe o publicación del think tank	-	1	3	1	-	5 (9,81%)
Cívismo						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	1	-	1 (4,76%)
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (12)	1	-	1	-	1	3 (14,28%)
Declaración a periodista	2	-	-	2	-	4 (19,05%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	3	-	6	-	-	9 (42,86%)
Informe o publicación del think tank	2	-	-	1	1	4 (19,05%)

Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto Juan de Mariana						
Nota de prensa /Comunicado	-	-	-	-	-	-
Rueda de prensa	-	-	-	-	-	-
Acto público (13)	1	-	1	1	-	3 (25,00%)
Declaración a periodista	5	-	2	-	-	7 (58,34%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	-	-	1	-	-	1 (8,33%)
Informe o publicación del think tank	1	-	-	-	-	1 (8,33%)
TOTAL						
Nota de prensa /Comunicado	11 (1,86%)	8 (1,44%)	8 (2,49%)	14 (5,76%)	2 (1,12%)	43 (2,28%)
Rueda de prensa	14 (2,38%)	4 (0,72%)	1 (0,31%)	6 (2,47%)	3 (1,69%)	28 (1,47%)
Acto público	200 (33,89%)	115 (20,68%)	98 (30,43%)	54 (22,22%)	63 (35,39%)	530 (28,06%)
Declaración a periodista	62 (10,51%)	69 (12,41%)	35 (10,87%)	40 (16,46%)	15 (8,43%)	221 (11,70%)
Referencia indirecta al think tank o a sus miembros	158 (26,78%)	229 (41,19%)	128 (39,75%)	44 (18,11%)	26 (14,61%)	585 (30,97%)
Informe o publicación del think tank	145 (24,58%)	131 (23,56%)	52 (16,15%)	85 (34,98%)	69 (38,76%)	482 (25,52%)

Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Faes Acto público (1)						
-Acto en general	-	2	4	-	-	6 (4,72%)
-Campus de verano	54	11	8	8	5	86 (67,72%)
-Conferencia	2	3	-	-	-	5 (3,94%)
-Congreso, convención, asamblea	-	1	-	-	-	1 (0,79%)
-Encuentro, seminario, foro, jornada	4		2	-	-	6 (4,72%)
-Encuentro en el extranjero	1	1	-	-	-	2 (1,57%)
-Encuentro del think tank interno	-	-	1	-	-	1 (0,79%)
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	1	-	-	1 (0,79%)
-Entrega de premio	4	3	3	-	-	10 (7,89%)
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	1	-	-	-	-	1 (0,79%)
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	1	-	2	1	-	4 (3,15%)
-Presentación libro, publicación	2	-	1	-	-	3 (2,36%)
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	1	-	-	-	-	1 (0,79%)
TOTAL	70	21	22	9	5	127 (100%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Funcas Acto público (2)						
-Acto en general	-	2	-	-	-	2 (6,06%)
-Campus de verano	-	-	-	-	-	
-Conferencia	1	-	-	-	-	1 (3,03%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	
-Encuentro, seminario, foro, jornada	1	-	-	-	-	1 (3,03%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	9	6	4	5	2	26 (78,79%)
-Presentación libro, publicación	-	1	-	-	2	3 (9,09%)
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	11	9	4	5	4	33 (100%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Real Instituto Elcano Acto público (3)						
-Acto en general	1	-	-	-	-	1 (2,44%)
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	1	-	-	-	-	1 (2,44%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	4	2	5	-	-	11 (26,83%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	2	-	-	-	-	2 (4,88%)
-Presentación informe	8	4	5	-	2	19 (46,34%)
-Presentación libro, publicación	1	1	-	-	-	2 (4,88%)
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	1	2	2	-	-	5 (12,19%)
TOTAL	18	9	12	-	2	41 (100,00%)

Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Círculo de Empresarios Acto público (4)						
-Acto en general	-	1	-	-	-	1 (1,54%)
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	2	1	-	1	-	4 (6,15%)
-Congreso, convención, asamblea	3	-	2	-	1	6 (9,23%)
-Encuentro, seminario, foro, jornada	2	1	2	2	-	7 (10,77%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	6	-	3	-	-	9 (13,85%)
-Entrega de premio	2	1	2	1	-	6 (9,23%)
-Fallo de premio	1	1	-	1	-	3 (4,61%)
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	2	-	1	-	-	3 (4,61%)
-Presentación informe	-	1	1	5	5	12 (18,46%)
-Presentación libro, publicación	3	1	1	1	3	9 (13,85%)
-Presentación proyecto	-	-	-	2	2	4 (6,16%)
-Presentación querrela	-	-	1	-	-	1 (1,54%)
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	21	7	13	13	11	65 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Círculo de Economía Acto público (5)						
-Acto en general	-	2	-	1	-	3 (2,50%)
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	5	2	2	-	-	9 (7,50%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	3	7	-	-	-	10 (8,33%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	25	12	16	13	8	74 (61,67%)
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	8	4	-	-	12 (10,00%)
-Entrega de premio	2	1	1	1	-	5 (4,17%)
-Fallo de premio	1	-	-	1	-	2 (1,67%)
-Homenaje	1	-	-	-	-	1 (0,83%)
-Mesa redonda, coloquio, debate	1	-	-	-	-	1 (0,83%)
-Presentación informe	1	1	-	-	1	3 (2,50%)
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	39	33	23	16	9	120 (100,00%)

Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fedea						
Acto público (6)						
-Acto en general	-	2	-	-	-	2 (6,67%)
-Campus de verano	-	-	-	-	1	1 (3,33%)
-Conferencia	-	-	1	-	-	1 (3,33%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	2	-	-	1	3 (10,00%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	3	6	6	3	5	23 (76,67%)
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	3	10	7	3	7	30 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Económicos Acto público (7)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	2	2	1	-	2	7 (18,42%)
-Congreso, convención, asamblea	1	-	-	-	-	1 (2,63%)
-Encuentro, seminario, foro, jornada	2	-	-	1	-	3 (7,90%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	1	1 (2,63%)
-Presentación informe	5	5	4	1	9	24 (63,16%)
-Presentación libro, publicación	1	-	-	-	1	2 (5,26%)
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	11	7	5	2	13	38 (100,00%)

Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Cotec						
Acto público (8)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	-	-	-	-	-	-
-Congreso, convención, asamblea	-	1	-	-	-	1 (2,27%)
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	2	1	-	-	3 (6,82%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	16	4	4	3	2	29 (65,91%)
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	1	-	-	-	-	1 (2,27%)
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	3	-	1	-	2	6 (13,64%)
-Presentación libro, publicación	1	-	-	-	1	2 (4,55%)
-Presentación proyecto	-	-	-	-	1	1 (2,27%)
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	1	-	-	-	-	1 (2,27%)
TOTAL	22	7	6	3	6	44 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fundación Alternativas Acto público (9)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	-	-	-	-	-	-
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	2	-	-	-	2 (20,00%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	1	-	-	-	1 (10,00%)
-Presentación informe	2	3	1	-	1	7 (70,00%)
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	2	6	1	-	1	10 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Fiscales Acto público (10)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	-	-	-	-	-	-
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	1	4	-	1	1	7 (70,00%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	-	2	-	-	1	3 (30,00%)
- Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	1	6	-	1	2	10 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fundación Innovación Bankinter Acto público (11)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	-	-	-	-	-	-
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	-	1	-	-	1 (16,67%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	-	-	1	-	-	1 (16,67%)
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	1	1	2	4 (66,66%)
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	3	1	2	6 (100,00%)

**Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS
EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014**
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Civismo						
Acto público (12)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	-	-	-	-	-	-
-Conferencia	1	-	-	-	-	1 (33,33%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	-	-	-	-	-
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	-	-	1	-	1	2 (66,67%)
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	1	-	1	-	1	3 (100,00%)

Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014
- Número de noticias -

Nombre del think tank \ Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto Juan de Mariana Acto público (13)						
-Acto en general	-	-	-	-	-	-
-Campus de verano	1	-	-	-	-	1 (33,33%)
-Conferencia	-	-	1	-	-	1 (33,33%)
-Congreso, convención, asamblea	-	-	-	-	-	-
-Encuentro, seminario, foro, jornada	-	-	-	1	-	1 (33,33%)
-Encuentro en el extranjero	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank interno	-	-	-	-	-	-
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	-	-	-	-	-	-
-Entrega de premio	-	-	-	-	-	-
-Fallo de premio	-	-	-	-	-	-
-Homenaje	-	-	-	-	-	-
-Mesa redonda, coloquio, debate	-	-	-	-	-	-
-Presentación informe	-	-	-	-	-	-
-Presentación libro, publicación	-	-	-	-	-	-
-Presentación proyecto	-	-	-	-	-	-
-Presentación querrela	-	-	-	-	-	-
-Reunión patronato	-	-	-	-	-	-
TOTAL	1	-	1	1	-	3 (100,00%)



Ampliación Tabla 8. ORIGEN QUE DA SOPORTE A LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Nombre del think tank						
TOTAL						
Acto público (1 al 13)						
-Acto en general	1	9	4	1	-	15 (2,83%)
-Campus de verano	55	11	8	8	6	88 (16,60%)
-Conferencia	14	8	5	1	2	30 (5,66%)
-Congreso, convención, asamblea	4	2	2	-	1	9 (1,70%)
-Encuentro, seminario, foro, jornada	17	20	11	5	2	55 (10,38%)
-Encuentro en el extranjero	1	1	-	-	-	2 (0,38%)
-Encuentro del think tank interno	41	16	21	16	10	104 (19,62%)
-Encuentro del think tank con terceros (empresarios, instituciones, políticos, prensa)	7	8	8	-	-	23 (4,34%)
-Entrega de premio	8	5	6	2	-	21 (3,96%)
-Fallo de premio	2	1	-	2	-	5 (0,94%)
-Homenaje	2	-	-	-	-	2 (0,38%)
-Mesa redonda, coloquio, debate	5	1	1	-	1	8 (1,51%)
-Presentación informe	32	28	26	15	29	130 (24,53%)
-Presentación libro, publicación	8	3	2	1	7	21 (3,96%)
-Presentación proyecto	-	-	1	3	5	9 (1,70%)
-Presentación querrela	-	-	1	-	-	1 (0,19%)
-Reunión patronato	3	2	2	-	-	7 (1,32%)
TOTAL	200 (37,73%)	115 (21,70%)	98 (18,49%)	54 (10,19%)	63 (11,89%)	530 (100,00%)

4. CONCLUSIONES

Tras el desarrollo y elaboración de la investigación objeto de esta tesis, en torno a la comunicación de los think tanks de contenido económico en España, se han alcanzado las siguientes conclusiones que ahora se relacionan, que nos acercan a detectar tendencias y aportaciones teóricas y prácticas de la cuestión abordada, cuya bibliografía existente no es abundante. Podemos distinguir entre conclusiones teóricas y conclusiones de la investigación.

4.1.- Conclusiones teóricas

Desde el punto de vista teórico, el objetivo planteado en la introducción de la investigación era el análisis teórico general de los think tanks, a través de bibliografía específica para contextualizar el estudio realizado, dirigido a abordar, ampliamente y con carácter general en diferentes países y circunstancias, cuatro aspectos básicos como su concepto, historia, tipología y comunicación.

Respecto al primer aspecto, el de concepto de think tank, podemos llegar a las siguientes conclusiones.

1. La expresión think tank, un término anglo-americano, es ampliamente empleada y reconocida en la comunidad social y científico-académica internacional, entre otros motivos, por la dificultad de hallar un término equivalente que se refiera a una realidad tan amplia como la que abarca esta figura de instituciones (ambigüedad terminológica y funcional). En las diversas definiciones de think tank de diferentes autores, hay puntos coincidentes como la investigación sobre asuntos y problemas actuales, ser intermediario entre las instancias que toman decisiones políticas y la sociedad, y la difusión de su actividad (transformación de ideas en debates políticos). Algunos autores establecen distinciones sobre otras instituciones. A diferencia de las universidades, no tienen estudiantes, ni son expertos en todo, sino en temas importantes de política pública. Tampoco son fundaciones al no dar dinero a terceros sino tratar de captarlo para su función. No son corporaciones, pese a vender sus productos y servicios, al ser entidades sin ánimo de lucro. Y no son grupos de interés porque su objetivo primordial es la investigación, no hacer presión (*lobby*); ni ONGs, al encontrarse entre academia y política.
2. La ubicación temporal y de lugar condiciona su actuación, aparte del tamaño, número de personas, presupuesto y áreas de especialización. Entre las funciones que se les asignan, figuran: selección de personal de la Administración y gobiernos, estudio especializado de diversos ámbitos, investigar problemas sociales y políticos, evaluar acciones del gobierno,

concienciar a la opinión pública de aspectos concretos, formación a investigadores e intelectuales, asesorar acciones gubernamentales de políticas públicas o consultoría corporativa, defender la ideología en la entidad. La combinación de funciones favorece su independencia y estabilidad financiera. Los expertos señalan como destinatarios o “clientes” al gobierno, legisladores, políticos, público, medios de comunicación y comunidad empresarial.

3. Varios autores tratan las amenazas para los think tanks, como los cambios en el liderazgo y la agenda política, y su inestabilidad financiera. También ven como fortalezas las oportunidades del proceso político de gobernanza global.
4. Respecto a los think tanks y el mundo económico, cabe reseñar su importante papel al proporcionar una interconexión entre la investigación política y la actual práctica. Adquieren especial significación sus páginas web como fuente de una adecuada perspectiva de sus actividades.
5. Los think tanks, pese a su concepción sin ánimo de lucro, necesitan la búsqueda de financiación para realizar su labor, proceso que está condicionado por su estructura y su origen. La mayor fuente de apoyo son las empresas y las fundaciones privadas. Un apoyo adicional puede proceder de asociaciones o del gobierno. Pocos son los que recaudan fondos del público general. La investigación por contrato es otra vía de ingresos.

En relación con el segundo aspecto del análisis teórico general de la tesis, la historia de los think tanks, se pueden enumerar las siguientes conclusiones:

1. Existen 6.618 think tanks catalogados en el mundo, de los que el 30,05% se encuentran en América del Norte; el 27,53%, en Europa; el 16,71%, en Asia; el 10,18%, en América Central y del Sur; el 7,87%, en Oriente Medio y Norte de África; el 7,06%, en África Subsahariana, y el 0,59% en Oceanía.
2. Diferentes autores coinciden en determinar las fases de evolución de los think tanks: Hasta principios del siglo XX (referidos en el contexto de investigación universitaria como “universidades sin estudiantes”); a partir de la II Guerra Mundial (instancias de investigación aplicada, como “institutos de investigación contratados por el gobierno”); la década de los años 70 (como *advocacy think tanks* por la defensa de sus ideas con un objetivo adicional de difusión y de influencia). En la última parte de los 40, surgió el término think tank, lo que dio paso a su empleo gradual con el tiempo.
3. Tras la Primera Guerra Mundial, proliferaron los institutos de investigación de un área política particular con perspectiva no partidista. Hasta la Segunda Guerra Mundial, eran localizados en Europa y Norte América, como

entidades basadas en el estado dirigidas a audiencias de elite. Los cambios más intensos llegaron sobre la Guerra Fría, en la última parte de los años 40. Surgió una tercera clase de think tank: el instituto de investigación, a menudo en cooperación con instancias gubernamentales, igual que con académicos, periodistas, líderes religiosos y gente de negocios, convirtiéndose en el prototipo del think tank moderno del siglo XXI. En países como Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y Austria, su número creció en respuesta a las hostilidades de la Guerra Fría. Surgieron menos en países en desarrollo.

4. La tercera etapa es la que los think tanks actúan transnacionalmente, impulsados por la crisis del petróleo de 1974, la caída de regímenes autoritarios, y, de forma más significativa, por la expansión de las agendas internacionales, los cambios en la soberanía de los estados, el creciente poder de las comunidades políticas transnacionales, el mayor apoyo de fundaciones y ayudas, y el fenómeno mundial del crecimiento asociacional del llamado “tercer sector”. El patrón de nuevos think tanks responde a los existentes como en los años 70 y 80, principalmente, en Estados Unidos, en Gran Bretaña y Canadá. La Europa del Este, Latinoamérica y los países de Asia adoptaron este concepto. De ahí que no se prodiguen tanto en Alemania o Francia. En las últimas décadas del siglo XX se acentuó en Estados Unidos la escalada de la fuerza conservadora, que se trasladó también a los think tanks. Su estrategia y el respaldo económico a los mismos ha permitido una mayor influencia en la política pública que los más vinculados a la fuerza progresista o liberal. Un cambio de estrategia de estos think tanks desde mediados de los 70, contribuyó a su predominio en Estados Unidos, Reino Unido y Australia.
5. La situación de los think tanks en Latinoamérica es diversa, según el contexto de cada país. Presentan una relación natural con la política. Su origen es anterior a 1958, más acentuado a final de los años 70 como respuesta a las dictaduras. Los think tanks han jugado y tienen potencial de jugar un mayor papel en el diseño de los debates políticos. La consolidación democrática, el desarrollo económico y las perspectivas de estabilidad política en Asia y América Latina proporcionan un entorno fértil para su desarrollo.

Las conclusiones en torno a la tipología de los think tanks, tercer asunto del análisis teórico general abordado, se relacionan como sigue.

1. Según los orígenes y evolución de los think tanks, hay autores que los clasifican en: *universities without students* (instituciones con condición universitaria dedicadas a la investigación, sin docencia reglada); *contract research organizations* (organismos de investigación con contraprestación económica); *advocacy tanks* (con la defensa de sus ideas como principal objetivo). Otros autores añaden los think tanks de partidos políticos (en torno a éstos e intelectualmente autónomos). Bajo el enfoque de mejora del diseño de políticas, cabe también esta tipología: grupos orientados a la defensa (con

recomendaciones o críticas) y los orientados a la educación (orientación del debate intelectual e influir en la percepción de futuros líderes).

2. Existe una considerable diversidad de think tanks en función de su tamaño, recursos, calidad y cantidad de su investigación. La mayoría de los existentes en todo el mundo son organizaciones pequeñas, con escasos ejemplos de carácter transnacional. Sus objetivos, disposición ideológica y funciones, también condicionan su tipología. Asimismo, algunos especialistas proponen la existencia de tradiciones nacionales distintas: la anglo-americana (como organizaciones relativamente autónomas con identidad legal separada), la de países asiáticos como Japón, Corea del Sur y China (corporaciones internas, muchas respaldadas por el gobierno; otros, semi-independientes).
3. Atención especial requiere la distinción entre think tanks conservadores y liberales en Estados Unidos por su referencia en el estudio de estas figuras. Los puntos clave de la estrategia, más efectiva, de los think tanks conservadores frente a la de los liberales, se basan en el aumento de intelectuales conservadores, financiación estratégica, predominio de ideología sobre ciencia, unidad y claridad en el mensaje, conocimiento y manejo de los medios de comunicación, así como la acción también con el Congreso. Así, quedan planteados los retos de los think tanks progresistas: definir su papel de activismo, apelar a la sensibilidad moral del público difundiendo en los medios un discurso de justicia social y económica, mejorar la gestión y la forma de realizar su comunicación y trasladarlo a estudiantes vía formación.
4. En el caso de los think tanks latinoamericanos, sus actividades o modos de trabajo reflejan su tipología de generadores de conocimiento, de análisis o solución de problemas, de crítica o abogacía y de investigación rigurosa y fundamental. Otros autores diferencian entre think tanks externos e internos, en el amplio espectro de relaciones entre aquéllos y los partidos políticos.

Por último, se exponen las conclusiones en relación con los think tanks y la comunicación:

1. La comunicación y la difusión es una actividad inherente a la mayor parte de los think tanks, según su contexto histórico y zona donde opere. La actuación comunicativa pretende dar a conocer las investigaciones que realizan, a través de informes, documentos y publicaciones, talleres o seminarios, así como del acceso a los medios de comunicación que permiten una amplia difusión e influencia social. Junto a estas vías, figura Internet, que abarca acciones específicas a través de la red, con acceso más directo a los públicos objetivos. También las estrategias de comunicación persiguen difundir su pensamiento y propuestas. A partir de los años 70, su finalidad de alcanzar influencia de sus investigaciones se refleja en un aumento de las estrategias de comunicación.

2. Es necesaria una estrategia en la comunicación para la efectividad de su impacto. Existe una guía para ayudarles a alcanzar este objetivo en su función investigadora, sobre las instancias responsables de la formulación política. La guía, desarrollada por uno de los directivos y asesores de CIPE (Center for International Private Enterprise), está basada en: toma de decisiones (elección de las prioridades de investigación), dirección (enfocar la investigación política para dar soluciones a problemas), diseño y producción (comunicar la investigación de forma atractiva), distribución (recomendaciones para el mayor impacto de la difusión). Entre estas propuestas, figuran: dirigir los resultados a audiencias seleccionadas, identificar los medios de comunicación adecuados y facilitarles artículos preparados, reforzar la información a los medios con un contacto, y hacer seguimiento de las recomendaciones para identificar oportunidades y ganar en efectividad.
3. Los think tanks también adoptan estrategias con la opinión pública. Uno de los ejemplos más significativos es el uso por los think tanks conservadores de técnicas de saturación de la opinión pública con propaganda y su manipulación masiva, tanto en Estados Unidos como en Australia. Asimismo, cabe citar la acción de los think tanks de la Europa Central y del Este en la época del post Comunismo, dirigida a modelar la opinión pública. Los think tanks de muchos lugares del mundo utilizan diferentes formas de interacción con sus públicos, como conferencias, seminarios, presentaciones, debates políticos o publicación de artículos.
4. La comunicación se encuentra entre los servicios que ofrecen los think tanks a través de guías o recomendaciones, así como proporcionar evaluaciones. Se suma el de la producción de conocimiento y gestión de información, referida a la labor de su interpretación, actuando como filtros de la misma.
5. También en las sociedades menos desarrolladas se constata la importancia de la comunicación en los think tanks como una forma para llegar a las audiencias de interés y grandes audiencias, a pesar de la calidad de la investigación; el que sólo pocos think tanks emprendan estrategias de comunicación bien diseñadas, y las limitaciones y los cambios de los think tanks y las organizaciones de investigación política.
6. Existen varios métodos empleados por think tanks de referencia, como los de Estados Unidos, que contribuyen a un amplio alcance de su investigación. Según los autores: celebración de almuerzos, foros, presencia en medios de comunicación; propiciar las apariciones públicas; acceso a políticos; testimonio ante el Congreso; tener paneles de asesores; contactos personales; experiencia con el gobierno o difusión efectiva de estudios y publicaciones.

4.2.- Conclusiones de la investigación

Desde el punto de vista de la investigación, se ha pretendido estudiar la comunicación de los think tanks de contenido económico en España. Por un lado, a través del análisis de su funcionamiento y de la comunicación que realizan de su actividad a través de su página web; y por otro, del estudio de la influencia que ejercen en la sociedad a través de la prensa escrita y su presencia en la misma.

Respecto al análisis del funcionamiento y de la comunicación de los think tanks analizados a través de sus páginas web, se alcanzan las siguientes conclusiones.

1. La financiación de los think tanks de contenido económico es mayoritariamente de carácter privado. De los trece think tanks de la muestra, sólo uno es de carácter público (Instituto de Estudios Fiscales) y tres cuentan con apoyo privado y público (Real Instituto Elcano, Faes e Instituto de Estudios Económicos), sin que se constate el porcentaje de cada tipo de financiación en la mayor parte de estas organizaciones. A este respecto, se advierte como característica general la ambigüedad y la falta de información en los think tanks en lo referente a su financiación, en unos aspectos u otros.
2. La forma más habitual de financiación de los think tanks es la de ayuda o colaboración, canalizada como patrocinio en general, en diez de los mismos (cerca del 77% de la muestra total de la investigación). Dentro de estas diez últimas entidades, en cuatro (40% de éstas), el patrocinio se canaliza a través de ayudas, colaboraciones o contribuciones; en tres (30%), mediante aportaciones privadas y públicas, y en las tres restantes (30%), se advierte algún tipo de colaboración por el contexto de la información proporcionada aunque no se explicita.

Respecto al origen del patrocinio, en la mitad de las diez entidades, procede de empresas e instituciones, con distinta vinculación (patrocinador, colaborador, empresa vinculada, como miembro o como patrono). En tres think tanks de los diez, el apoyo es mixto. En la parte privada, desde particulares e instituciones a empresas de su Patronato; y, en la parte pública, instituciones públicas como diversos Ministerios. En los dos think tanks restantes, el patrocinio se origina de personas e instituciones privadas. Cabe reseñar en estos casos de entidades con apoyo del público y de instituciones privadas sin especial vinculación, la mayor utilización de apartados especiales en la web con formularios para promover la colaboración (como amigo, patrocinador especial, simpatizante, benefactor, etc.).

3. Otra vía de financiación de los think tanks es a través de las cuotas de socios, lo que se observa en algo menos de la mitad, seis de ellos (el 46,15%). De éstos, sólo una entidad concreta el número de socios. En tres, se refiere a aportaciones anuales de empresas miembros y en las dos restantes, no

concreta información, aunque sí es abundante la que ofrece para la inscripción de socios (con tipología y derechos).

Tres think tanks (23,08% de las entidades analizadas) emplean otras formas de financiación. Es el caso de Funcas y del Instituto de Estudios Fiscales, que reconocen financiarse como única vía a través de otros organismos, la Confederación Española de Cajas de Ahorros y el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, respectivamente. En la entidad restante (Instituto Juan de Mariana), se trata de ingresos adicionales por la venta de su tienda *on line* (publicaciones y objetos).

Asimismo, se advierte la suscripción a publicaciones como vía de financiación, aunque con menor uso, en dos de los think tanks (el 15,38%), el Instituto de Estudios Económicos y el Instituto Juan de Mariana.

4. Los medios o instrumentos que emplean los think tanks en su actividad se centran en publicaciones, informes, memorias, actos públicos, concesión de premios, así como otras actuaciones como observatorios, bases de datos, encuestas, vídeos, simuladores, actividades con colectivos y con medios de comunicación. En publicaciones e informes, se advierten que, en ocasiones, no existen límites claros en las clasificaciones de las diferentes entidades, ni incluso en la misma web, que llega a reproducir alguna duplicidad.

El empleo de publicaciones es generalizado en los trece think tanks estudiados y, dentro de éstas, los libros y las revistas, en nueve de ellos en cada caso (69,23%). Le siguen las publicaciones especiales como índices, rankings o audiovisuales (en el 46,15% de las entidades), los artículos (en el 38,46%) y los boletines o *newsletters*.

Asimismo, está extendida la utilización de los informes, en doce de las trece organizaciones (incluidas las áreas de trabajo que diferencian tres de ellos). En esta clasificación, se advierte, a su vez, el uso de informes (en las doce entidades que los emplean), de análisis y estudios (75% de aquéllas), documentos de trabajo (66,67%), informes de los Observatorios adscritos a think tanks (50%) y comentarios (41,67%). Por su parte, las memorias son realizadas por diez de los think tanks analizados, de los que siete publican las correspondientes a más de un ejercicio y el resto, a uno solo.

5. Los actos públicos son práctica común en todos los think tanks analizados, si bien no todos ellos ofrecen suficiente información o de forma destacada y específica, respecto a la mayor actividad que se percibe en este sentido en su reflejo en la prensa escrita (es el caso de Círculo de Economía, Círculo de Empresarios o Cotec). Los actos que más predominan son los encuentros, seminarios, foros o jornadas, en once think tanks de los trece, así como las conferencias, en la misma proporción. Le siguen las mesas redondas, las presentaciones de publicaciones y los cursos y talleres, en siete de estas

entidades, en cada caso, y las presentaciones en general, en seis de ellas. Los encuentros internos y los cursos de verano aparecen en dos think tanks respectivamente, si bien en algunos casos llegan a ser motivo destacado de generación de noticias como se advierte por su reflejo en prensa.

La concesión de premios es otro instrumento utilizado por los think tanks en su actividad, en cinco de las trece entidades (el 38,46%), que lo destacan en sus páginas web en apartados independientes en algunas ocasiones.

Otros medios también son empleados por diez de los think tanks (el 76,92%), como los observatorios (en seis de ellos), y, en menor medida, las bases de datos (en tres) y las encuestas, vídeos, simuladores fiscales, actividades con colectivos y colaboraciones en programas de medios de comunicación (cada uno en dos think tanks). El campo virtual se advierte sólo en un caso.

6. La comunicación de los think tanks en la web es un aspecto al que, en términos generales, éstos destinan atención tanto en contenido como en la forma, lo que está en línea con sus objetivos de alcance e influencia. Sí cabe reseñar la no existencia de límites claros en las estructuras de comunicación en algunas entidades, con casuística y dispersión dentro del mismo think tank a pesar de estar consignados apartados específicos, lo que se aprecia especialmente en las cuestiones de difusión y medios de comunicación.

Las páginas web de este tipo de organizaciones están actualizadas en su mayoría, en doce de las trece entidades estudiadas, detectándose algún caso de actualización parcial en la parte informativa a diferencia de otros apartados de convocatorias de actividades.

Los think tanks cuidan especialmente las formas de contacto con los mismos en su web. Todos ellos ofrecen sus datos de contacto. Además, diez de ellos incluyen un plano de acceso; nueve, la opción de realizar consultas; seis, la posibilidad de recepción de boletín de actividades y novedades; cuatro, la de realizar suscripciones, y otros cuatro presentan un acceso restringido a documentos. Otras opciones se incluyen, asimismo, aunque en menos casos: la de hacerse socio (en dos) y las de hacer pedidos, recomendar artículos o acceso a blog y redes sociales (en una entidad cada una).

Asimismo, otro elemento común a todos ellos es el empleo mayoritario de material audiovisual, en once entidades de forma completa y en dos, de forma parcial (sólo fotografía). El uso de la fotografía está presente en todos. Además, se advierte el empleo simultáneo de vídeo, en once; seguido por el de audio, en siete, y de recursos gráficos, en dos.

7. Más de las dos terceras partes de los think tanks (nueve de los trece) estudiados cuentan con Sala de Prensa en su web, si bien tres más incluyen parte del contenido habitual de estos espacios pero en diferentes apartados. La

entidad restante (Instituto de Estudios Fiscales) no ofrece ningún elemento de este tipo (lo más aproximado, son actos y agenda).

Más de la mitad de los think tanks que ofrecen los contenidos de una Sala de Prensa virtual (el 58,33%, siete de los doce referidos), lo hacen de forma actualizada, de los que seis son a través de las Salas de Prensa localizadas, aunque cuatro de éstas presentan una actualización parcial.

Más del 80% de los think tanks con contenidos de una Sala de Prensa de este tipo (diez de doce) incluye notas de prensa, y el 40% de los mismos ofrece, además junto a éstas, y, en cada caso, otros aspectos como indicadores, imagen corporativa, eventos, convocatorias y algunos informes. De los dos restantes, uno no las incluye, y el otro muestra publicaciones propias. Un 75% de las entidades con contenidos de prensa (nueve de doce) incorpora una galería audiovisual. Asimismo, la presencia en los medios de comunicación es común a ocho de ellos (el 66,66%), con acceso restringido en un caso.

8. Con relación a la traducción de la página web, cerca del 77% de los think tanks (diez de trece) disponen de esta posibilidad, con el inglés como principal idioma ofrecido, en el 80% de los casos. En las dos entidades restantes, las opciones mostradas son el inglés y el catalán (Círculo de Economía) y catalán, vasco, gallego, inglés y francés (Instituto de Estudios Fiscales), en lo que pesa la naturaleza de los dos think tanks (el primero, de origen catalán, y el segundo, que incluye las lenguas oficiales en el país dada su naturaleza pública).

La opción a enlaces a otras instituciones es un aspecto empleado por la mayoría de los think tanks (once de trece), siendo diverso su número. Así, tres de las entidades muestran un único enlace; dos, entre dos y diez enlaces; otras tres, entre once y 30, y las tres restantes, entre 100 y 175 vínculos.

Sin embargo, en otros elementos de la comunicación como los blogs, su utilización en las páginas web de los think tanks es minoritaria, al estar presente en menos de un tercio de los mismos (en cuatro de los trece), y poco desarrollada, al plantear la opción básica de buscador en dos de los cuatro.

En relación a la inclusión de buscador en la web, se puede afirmar que es común en todas las entidades analizadas, si bien, en un caso (Faes) sólo lo emplea para la localización de publicaciones.

También está generalizada la adopción de una agenda de actividades en la web, aunque no en todos (diez de trece). Puede resultar llamativo que no todos ellos dispongan de una herramienta que facilite la difusión de su actividad e influencia, siendo éste uno de los objetivos que suele presentar en general cualquier think tank. No hay una tendencia definida en la ubicación de la Agenda. En tres casos, se presenta en el apartado de Eventos. En los

siete restantes, tiene algún tipo de presencia en la home, con variedad de formas de localización: sólo en la home (una entidad), en la home y en apartado propio (en dos), calendario en la home y en apartado de Actividades (dos), anuncios en la home y en apartado propio (una), y selección en la home y en apartado de Actos (la entidad restante).

9. Nueve de los trece think tanks analizados (cerca del 70%) presentan acceso específico a las redes sociales. De los cuatro restantes, en tres, se advierten situaciones de aproximación, respectivamente: sólo referencia a RSS para boletines, acceso a varias redes como uno de los destinos con los que compartir publicaciones, y como uno de los destinos con los que compartir y votar artículos y actos, con RSS para conferencias y artículos.

La ubicación del acceso a las redes sociales tiene visibilidad en la home de ocho de los nueve think tank (en el restante, se localiza en el apartado de Eventos). La mayor coincidencia es en la home parte superior (en cuatro), seguida de la home lateral (centro e izquierda en dos entidades, respectivamente), junto a la home inferior izquierda y todas las páginas (en las dos restantes). En los cuatro casos en la home superior, tres son a la derecha (dos de ellos también en todas las páginas), y uno en el centro.

Los think tanks presentan una media de accesos a entre tres ó cuatro redes por entidad. En su conjunto, figuran dos accesos (en tres entidades), cuatro (en dos), y de tres, cinco, seis y siete (éste último en Real Instituto Elcano) en cada una de las cuatro entidades restantes.

Las redes más empleadas por los think tanks son YouTube y RSS (en siete entidades cada una), Twitter (en seis y en algún apartado de otra entidad), Facebook (en cinco), Flickr (en cuatro), Google+ y Slideshare (en dos cada una), Vimeo (en una y en algún apartado de otra) y Scribd, en una. Asimismo, se advierte testimonialmente la presencia de redes como Delicious, Digg, Menéame y Tecnorati en algunos apartados de una entidad.

10. En relación al número de seguidores, el think tank con mayor número es Real Instituto Elcano (con 13.518), seguido de Faes (8.009) y Fundación Alternativas (3.573), teniendo en cuenta la terminología de seguidores en las redes que así la reflejan. Puede advertirse un paralelismo de las dos primeras entidades al figurar entre los tres think tanks que generan mayor número de noticias en prensa escrita, según se recoge también en esta investigación. Por número de visitas (igualmente en las redes que recogen en este término), figuran Real Instituto Elcano (16.265), Faes (4.091) y Círculo de Empresarios (4.089). Si referimos los 'me gusta', se encuentran Faes (7.168), Real Instituto Elcano (3.328) y Fundación Innovación Bankinter (1.395). Por mensajes tuits (*tweets*), Real Instituto Elcano (13.000), Fundación Alternativas (4.450) y Civismo (3.703). Asimismo, por visualizaciones de

vídeos (en los casos que los incluyen y teniendo en cuenta las de los primeros pantallazos), figuran Fedea (con 9.259), Círculo de Empresarios (4.135) y Círculo de Economía (3.729).

La actualización en los contenidos de los think tanks en las redes sociales presenta distintas frecuencias. En más de un 28% de los casos (refiriéndose a cuántas veces se emplea cada red por cada uno de los think tanks), la frecuencia es diaria; en el 25,71% no se advierte; en el 11,42%, es diaria y semanal; en el 8,57%, mensual, y en el 25,73% restante, repartido entre semanal, semanal y quincenal, semanal y mensual, quincenal, cada 2-3 semanas, cinco meses, anual, año y un mes, y año y medio.

Por tipo de redes empleadas en los think tanks, la que presenta mayor actualización (diaria) es Twitter, seguida de Facebook, en donde también se observa frecuencia semanal y mensual. En función de los think tanks, ninguno presenta una actualización completa de los contenidos de sus redes. La ofrecen al 50% de forma diaria tres de ellos (Círculo de Economía, Fundación Alternativas, Faes) y en menor proporción el resto, también según la red social de que se trate (Flickr y YouTube suelen centrar las actualizaciones quincenales o mensuales). Los casos menos actualizados corresponden a Fedea y Funcas, con períodos superiores al año.

11. La temática de los contenidos en las redes sociales de los think tanks tiene un componente económico generalizado junto a otros temas, en donde se advierte. Así, en el 31,42% de las veces se observan contenidos económicos, sociales y políticos; en el 22,86% de las casos no se constata; en el 22,86%, sólo económicos; en el 8,57%, económicos y sociales, y en el 14,29% restante, la casuística se divide entre económicos y políticos; económicos, innovación, educación; económicos, educación, laboral y otros; económicos, políticos y culturales, y económicos y políticos. El contenido en redes se refleja, fundamentalmente, a través de informes, noticias, actos, imágenes, vídeos, entrevistas y proyectos.

Por tipo de redes, el tema que más se observa es el económico, seguido del político y el social, además de otros como educativo, cultural, laboral o innovación. Respecto a los think tanks, la tendencia es similar. Siete de los nueve suelen incluir más de una temática de las referidas junto a la económica (salvo Funcas y Círculo de Empresarios). Éstas suelen ser sociales y políticas, seguidas, en menor proporción, de las educativas, laborales, culturales o de innovación. El eje político se observa, entre otros, en cuatro entidades: Faes, Real Instituto Elcano, Fundación Alternativas y Círculo de Economía, lo que guarda relación con el contenido de las noticias publicadas en prensa analizadas en esta investigación.

12. La interactividad en las redes sociales de los think tanks se puede calificar como baja y testimonial, ya que sólo se advierte en seis ocasiones (el 17,14% de las veces), en dos de las redes (Twitter y YouTube), en cuatro entidades (Faes, Real Instituto Elcano, Civismo y Fundación Alternativas). Asimismo, cabe señalar que no se trata de una interactividad completa, en el sentido de responder a los mensajes que los think tanks reciben, ya que se limita a reenviar mensajes (en cuatro ocasiones, sólo en el caso de Twitter) y a compartir vídeos (en dos, en el caso de YouTube).

En relación al objetivo perseguido por esta tesis del estudio de la influencia que los think tanks analizados ejercen en la sociedad a través de la prensa escrita y su presencia en la misma, se pueden realizar estas conclusiones.

1. El número de noticias en prensa de los think tanks de contenido económico presenta una significativa concentración en un número reducido de think tanks. Así, del total de 1.889 informaciones que durante 2014 se han generado por estas organizaciones en los cinco diarios mencionados en la investigación, más del 50% (51,55%) se concentra en tres de ellos (Faes, Funcas y Real Instituto Elcano). Se puede observar que, según el tipo de publicación escrita, los medios de carácter generalista son los más activos, con bastante relación con el nivel de difusión en cada caso. Así, dos de ellos (ABC y El País) publicaron cerca de dos tercios de las noticias analizadas (60,66%), quedando cerca del 40% restante en los otros tres diarios. El mayor empleo de recursos gráficos como noticias (fotonoticias) contribuye en buena medida al cómputo más elevado, como ocurre con ABC.

Si la atención se dirige a la media anual de informaciones publicadas por el número de think tanks, aumenta ligeramente la proporción de los think tanks, si bien algo menos de la mitad de las organizaciones analizadas (seis de trece) se encuentran por encima de la media. En el caso de las publicaciones, no varía el análisis, ya que los dos diarios generalistas citados fueron también los que superan, y ampliamente, la media anual de noticias por publicación. El resto sigue el mismo orden señalado en el planteamiento de las cifras de forma absoluta.

Descendiendo a la consideración de cada uno de los think tanks analizados, se puede apreciar que el mayor carácter económico de los think tanks se traduce en un mayor reflejo en la prensa económica. Así ocurre principalmente con Funcas, Fedea, el IEE, y, en menor medida, el IEF. Asimismo, se advierte que la tendencia tecnológica observada en dos de los think tanks analizados, Cotec y Fundación Innovación Bankinter, tiene una mayor atención en medios que cuidan especialmente este tipo de información, como son Cinco Días y El Mundo, en cada caso. Desde el plano ideológico, sucede algo similar: los think tanks con mayor sesgo político, encontraron mayor concentración de noticias en los diarios con mayor inclinación ideológica

(Faes, con más del 40% de las informaciones en ABC; y Fundación Alternativas, con más del 60% de las referencias en El País) una mayor acogida de noticias.

2. En referencia al tipo de comunicación, la mayoría de informaciones de los think tanks analizados corresponde al género informativo (con cerca del 81% del número total de noticias) frente al de opinión, con mayor predominio de las noticias sobre las entrevistas y de artículos sobre editoriales, en cada caso. La tendencia general es que estos artículos son elaborados por parte de los expertos o miembros de los think tanks, y sus cargos directivos, cuando hay algún motivo especial, cuando quieren reforzar la posición de su organización o suya a nivel personal como experto, o en defensa de alguna crítica.

El predominio del género informativo se percibe con claridad también según el número de think tanks analizados, siendo siete de los trece los que superan el nivel total referido. Se observa una relación entre el tipo de think tank y el tipo de información. Así, los de mayor contenido económico presentan un mayor número de noticias del género informativo y viceversa.

En los diarios que más cultivan el género informativo en las informaciones, existe una significativa presencia de la prensa económica. Las noticias resultan reforzadas por el recurso audiovisual con videos complementarios, que suelen contar con canales propios de emisión en su web.

Así, respecto a cada think tank, señalar que los que tuvieron menos reflejo a través del género de opinión, del conjunto de noticias localizadas en cada caso, fueron Instituto Juan de Mariana (con ausencia del mismo), Círculo de Economía, Fedea; IEE y Cotec. Por el contrario, destaca Fundación Innovación Bankinter, con más del 70% de los casos localizados de la misma del género de opinión, aunque no de forma generalizada en los medios analizados. Entre los siguientes, destacar Fundación Alternativas y Civismo, en niveles aún inferiores al 50% de las noticias de cada uno, y con ausencia de opinión en la prensa económica, Real Instituto Elcano y Funcas.

De forma absoluta, por número total de noticias, los think tanks con mayor número de informaciones de opinión, teniendo en cuenta el menor porcentaje de presencia de las mismas, tanto en general, como en particular, fueron Funcas, Faes, Real Instituto Elcano, Círculo de Empresarios y Fundación Innovación Bankinter.

3. Las noticias de los think tanks de contenido económico reflejadas en prensa no suelen destacar su denominación en los titulares. En un porcentaje muy elevado, el 87,82% de las noticias analizadas, el nombre del think tank no aparece en el titular, mientras que en el 12,17% restante, sí. Cerca del 70% de los think tanks analizados muestran un claro predominio de la ausencia de la denominación en el título al superar el nivel total referido. En tres casos, no

aparece ninguna vez (IEF, Fundación Innovación Bankinter e Instituto Juan de Mariana), a pesar de sí observarse en antetítulos o subtítulos. La tendencia puede considerarse generalizada ya que los think tanks con menor ausencia en los titulares (Funcas, Fedea, Círculo de Empresarios y Faes) lo son en una proporción superior al 80% en cada caso.

Los titulares tienden a concentrarse en pocos think tanks. Así, Funcas y Faes, que figuran entre los más mencionados en los titulares y entre aquéllos con mayor número de noticias localizadas, suponen más de la mitad de los titulares que sí reflejan el nombre del think tank. También de forma absoluta, le siguen como think tanks con mayor número de informaciones con mención en el titular, teniendo en cuenta el bajo porcentaje de presencia: Círculo de Empresarios, Fedea y Círculo de Economía.

En el origen del titular contribuyen diversos factores que influyen para destacar la notoriedad del think tank: su capacidad de generación de informes y actuaciones de tipo económico (lo que se advierte especialmente en Funcas o Fedea), los de tipo político y polémico (como Faes), o laboral y también polémico en ocasiones (como Círculo de Empresarios).

Sí se constata el empleo por algunos diarios de los antetítulos y subtítulos, o incluso de las denominaciones de apartados concretos, para resaltar los think tanks, incluso en casos en los que la mención en el titular es nula o muy reducida. El Mundo y El País son los medios que más emplean este tipo de consideraciones. También se observa, tanto en títulos como en antetítulos y subtítulos, la utilización sólo del nombre propio de algún presidente o director, sin la mención del cargo o del propio think tank, aspecto que sí se refleja en el cuerpo de la noticia (caso de Círculo de Empresarios a raíz de una polémica por unas controvertidas declaraciones). También cabe destacar, aunque en menor medida, los casos de referencias indirectas al think tank en el titular, con una carga de contenido, pero sin que aparezca su mención de forma explícita (un ejemplo es la referencia “el think tank del PSOE”, en Expansión en un titular en alusión de Fundación Alternativas).

En relación al tipo de publicación, existe una homogeneidad en el trato de los think tanks en los titulares, siendo Expansión la que más destaca su mención en éstos, a lo que parece contribuir el mayor carácter económico de los think tanks con más presencia en titulares, seguido de ABC y Cinco Días, a diferencia de la tendencia contraria de El Mundo y El País.

4. Cerca de la mitad de las noticias de los think tanks de este estudio (49,81%), tiene contenido sólo económico y el 50,19% restante, de diverso tipo. La mayoría de los que superan el nivel referido del 49,81% de representatividad económica en el contenido hasta el 100%, seis de los trece, son organizaciones de tipo económico (en orden ascendente: Instituto Juan de

Mariana, Fedea, IEE, IEF, Funcas y Civismo). Los think tanks de carácter más social y general son los que más peso tienen de las noticias restantes (de menos a más: Cotec, Círculo de Empresarios, Fundación Innovación Bankinter, Círculo de Economía, Fundación Alternativas, Real Instituto Elcano y Faes).

De las noticias generales, la temática más abundante (con el 39,34%) es la política, a lo que contribuye especialmente la actualidad informativa. A mayor distancia, le sigue la de sociedad (12,76%), y, dentro de esta clasificación, las cuestiones de personajes del espectro social, las de índole institucional del Estado, fallecimientos de personalidades de renombre y actos públicos de relieve. Con una menor representatividad (inferior al 10%), el resto de contenidos analizados, en orden descendente, son: laboral, social, innovación-tecnología, terrorismo islámico, noticias del propio think tank, internacional, política exterior, mujer y trabajo, corrupción, educación-formación, industria y energía, imagen exterior-marca España, inmigración-emigración, sanidad, cultura, jurídico y pobreza.

Conviene indicar la concentración o identificación temática que se produce en buena parte de think tanks. Siguiendo la escala de mayor a menor predominio económico, es el caso de la concentración de contenidos económicos en think tanks de corte económico antes señalada; de sociedad e innovación-tecnología en Cotec; de carácter laboral y específico mujer y trabajo, en Círculo de Empresarios; de innovación-tecnología en Fundación Innovación Bankinter; de corte político en Círculo de Economía y Fundación Alternativas; de contenido internacional, política exterior, imagen exterior-marca España e inmigración en Real Instituto Elcano, y de claro peso político en Faes (sus noticias con corte político suponen más de la mitad de las informaciones localizadas del think tank y más del 60% del total de noticias de corte político de toda la investigación).

Cabe reseñar que, con carácter general, la imagen de los think tanks se beneficia o se perjudica por cuestiones difundidas que afectan a las organizaciones, sus dirigentes, colaboradores y expertos, e incluso de anteriores directivos del mismo por su notoriedad (figuran como ejemplos, la vinculación política de Faes, o la notoriedad como expertos del director de Fedea o del presidente del IEE).

En relación al tipo de publicación, los dos diarios económicos son los que concentran mayor porcentaje de noticias con contenido económico. Por debajo de la mitad, figuran El País, ABC y El Mundo, éste último con dos tercios de las noticias no económicas. Por número de noticias, es ABC el que más noticias publica, en ámbito económico (seguido de El País y Expansión), como en el general (seguido de El País y El Mundo).

Se constata la tendencia, expresada en la conclusión 1, de vinculación entre los think tanks con mayor sesgo político y los diarios con mayor inclinación ideológica (como ejemplo, Fundación Alternativas, por la mayor publicación de noticias en el diario que le es más afín, como es El País, y por ser sólo un diario con menor vinculación -como ABC- el que dan cabida a las informaciones más críticas).

5. En cerca de un tercio de las noticias de los think tanks analizados (el 30,97%), el origen de la misma procede como referencia indirecta a la organización o a sus miembros. El siguiente motivo (28,06% de los casos) es el acto público, organizado o en el que participa el think tank junto a otra institución. Sí es un elemento común la mayor notoriedad que adquiere el think tank cuando interviene en el acto una personalidad destacada en cualquier ámbito. Un cuarto de las noticias (25,52%) viene originado por informes o publicaciones de estas organizaciones o en aquéllos de otras instituciones en los que éstas participan, siendo diversa la forma en la que se difunden (a través de una presentación, nota de prensa, rueda de prensa o de consultas en Internet), si bien no en todos los casos se explica la procedencia del mismo, y el reflejo en la prensa es amplio ya que alcanza también la referencia en tablas, gráficos, sus fuentes, y en pies de fotografía.

El resto de la procedencia de las noticias se encuentra en la declaración realizada directamente al periodista (11,70% de los casos), y, en menor medida, en la nota de prensa (2,28%) y rueda de prensa (1,47%). Dada las diversas formas en que las declaraciones a los periodistas pueden reflejarse y la visibilidad que pueden alcanzar -especialmente, la entrevista-, cabe afirmar que los think tanks son referencias importantes de mención y consulta en la prensa, tanto por sus informes y publicaciones, como por su accesibilidad al periodista como fuente informativa. Respecto a la nota de prensa y la rueda de prensa, no siempre se refleja su origen de forma clara en la información, especialmente en el último caso. La nota de prensa suele emplearse para anunciar una publicación o algún logro positivo, reflejar una posición sobre alguna cuestión, o incluso como defensa ante críticas.

De los trece think tanks analizados, una buena parte (seis de ellos), tienen como principal origen el primer factor, la referencia indirecta. Se trata de Fundación Innovación Bankinter (76,47%, a lo que contribuyen los artículos publicados en El Mundo por expertos del think tank), Faes (54,41%, ante el alto número de noticias del conocido como 'Pequeño Nicolás' y su relación con Faes, así como a José M^a Aznar, ex Presidente de Gobierno y actual Presidente del think tank), Civismo (42,86%, por los artículos publicados), Fundación Alternativas (37,50%, igualmente por los artículos), Círculo de Empresarios (34,74%, ante unas declaraciones polémicas de su presidenta y por artículos), Real Instituto Elcano (27,32% por abundancia de artículos).

El segundo motivo, el acto público, es primera causa en dos think tanks (Círculo de Economía con 74,53%, y Cotec, 54,32%, a lo que influyen sus encuentros anuales); mientras que el siguiente, el informe o publicación, es el que predomina en cuatro de ellos; teniendo el restante, la declaración como principal origen (Instituto Juan de Mariana, 58,34%). Los cuatro think tanks referidos son Instituto de Estudios Fiscales (65,52%), Instituto de Estudios Económicos (47,27%), Funcas (46,77%) y Fedea (40,88%). Destaca la notoriedad de los think tanks en la difusión de sus informes, en bastantes ocasiones, por servir de base a decisiones económicas del Gobierno (caso del IEF), o por su alcance (como ejemplo, los influyentes “Paneles de Funcas” o las tradicionales cabeceras “Papeles de Economía” o “Cuadernos de Información Económica”). Como se apuntaba en la conclusión 3, esta notoriedad se traduce frecuentemente en la mención al think tank en titulares, antetítulos o subtítulos.

En relación al tipo de publicación, se observa equilibrio en las proporciones que representan las causas que motivan las noticias de los think tanks, siendo El País y El Mundo los diarios en donde se localiza el primer factor analizado, la referencia indirecta a la organización. El segundo factor, el acto público, predomina en ABC. Los dos diarios económicos tienen en común registrar como principal origen el tercero, el informe o publicación.

Cabe realizar una mención sobre los actos públicos por su amplia casuística, que esta tesis fija en diecisiete tipos. De las noticias originadas por actos públicos, más del 71% corresponden a cuatro clases: presentación de informes y encuentros internos, y campus o escuelas de verano, y encuentros, seminarios, foros o jornadas. Otros cinco tipos suponen el 20,75%: conferencias, encuentros con terceros, entregas de premios, presentaciones de publicaciones y actos en general. La tipología del 8,12% restante está más fraccionada aún, y se plasma en ocho variedades: congresos, convenciones, asambleas; presentaciones de proyecto propio o en colaboración; mesas redondas, coloquios, debates; reuniones del patronato; fallos de premios; encuentros en el extranjero; homenajes, y presentaciones de querellas.

5. FUENTES

- AHMAD, M. y MUGHAL, R. A. (2011): “The Foreign Policy Think Tanks in China: Input, Access, and Opportunity” en *Asian Affairs: An American Review*, Vol. 38, nº 3, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 143-155.
- CASTILLO ESPARCIA, A. (2009): “Relaciones públicas y “Think Tanks” en América Latina. Estudio sobre su implantación y acción”, en *Razón y palabra*, nº 70.
- DEVAUX, S. (2006): “Old networks, new roles? The role of environmental think tanks in the Czech Republic” en *Perspectives on European Politics and Society*, Vol. 7, nº 2, Junio 2006, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 221-235.
- JOHNSON, E. C. (1996): “How Think Tanks improve public policy”, en *Economic Reform Today*, nº 3: pp. 34-38.
- KRASSTEV, I. (2001): “Think Tanks: Making and faking influence” en *Southeast European and Black Sea Studies*, Vol. 1, nº 2, Mayo 2001, Londres, Frank Cass: pp. 17-38.
- MCGANN, J. G. (2015): *2014 Global Go To Think Tank Index Report*, University of Pennsylvania.
- MENDIZÁBAL, E. y SAMPLE, K. (2009): *Dime a quién escuchas... Think tanks y partidos políticos en América Latina*, Perú, IDEA Internacional y ODI.
- MILLER-CRIBBS, J. E.; CAGLE, B. E.; NATALE, A. P. y CUMMINGS, Z. (2010): “Thinking about Think Tanks: Strategies for Progressive Social Work” en *Journal of Policy Practice*, Vol. 9, nº 2-3, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 284-307.
- O’NEILL, R. (2008): “Think Tanks and Their Impact”, en *Asia-Pacific Review*, Vol. 15, nº 2, Noviembre 2008, Routledge Publishing, Taylor and Francis: pp. 9-12.
- RASHID, A. K. (2013): “Efficacy or Think Tanks in Influencing Public Policies: The Case of Bangladesh” en *Asian Journal of Political Science*, Vol. 21, nº 1, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 62-79.
- SEARBY, R.; RAVENHILL, J.; STONE, D. y JACKMAN, L. (1997): “Communications: A think tank in evolution or decline?” en *Australian Journal of International Affairs*, Vol. 51, nº 1, Australian Institute of International Affairs: pp. 109-117.
- SMITH, M. y MARDEN, P. (2008): “Conservative Think Tanks and Public Politics”, en *Australian Journal of Political Science*, Vol. 43, nº 4, Diciembre 2008, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 699-717.



- STONE, D. (2000): “Think Tank Transnationalisation and Non-profit Analysis, Advice and Advocacy” en *Global Society*, Vol. 14, nº 2, Carfax Publishers, Taylor & Francis Group: pp. 153-172.
- TELLO BENEITEZ, M. (2013): *Guía de Think tanks en España*, Valencia, Centro Francisco Tomás y Valiente-UNED Alzira.
- WIARDA, H. J. (2008): “The New Powerhouses: Think Tanks and Foreign Policy” en *American Foreign Policy Interests: The Journal of the National Committee on American Foreign Policy*, Vol. 30, nº 2, NCAFP (National Committee on American Foreign Policy): pp. 96-117.
- WOMACK, R. (2009): “Business News and Think Tanks” en *Journal of Business & Finance Librarianship*, Vol. 15, nº 1, Routledge Taylor & Francis Group: pp. 24-30.

Recursos digitales

Webs sites de los think tanks analizados en la investigación:

- 1- <http://www.circuloeconomia.com>
- 2- <http://www.circulodeempresarios.org>
- 3- <http://www.civismo.org>
- 4- <http://www.cotec.es>
- 5- <http://www.fundacionalternativas.org>
- 6- <http://www.fedea.net>
- 7- <http://www.funcas.es>
- 8- <http://www.fundacionbankinter.org>
- 9- <http://www.fundacionfaes.org>
- 10- <http://www.ief.es>
- 11- <http://www.iiemadrid.es>
- 12- <http://www.juandemariana.org>
- 13- <http://www.realinstitutoelcano.org>

6. ANEXOS

6. 1.- Anexo 1. Plantilla de análisis ‘Los think tank y la comunicación’

1- Quiénes son

- Descripción
- Vinculación
 - Pública
 - Privada
 - Mixta
- Por qué surgen
- Cuándo nacen
- Objetivos
- Equipo directivo
 - Número de miembros
 - Composición
- Órganos de gobierno (organización interna)
- Redes propias
 - Número
 - Cuáles son
 - No las hay
- Empresas vinculadas

2 -Financiación

- Cuotas de socios
- Patrocinios
- Suscripciones
- Otras formas de financiación

3-Áreas que abordan (ámbitos de actuación)

- Sólo aspectos económicos y derivados
- De más de una temática, incluida la economía

4 - Medios (instrumentos que emplean)

- Informes
- Publicaciones
- Memorias
- Actos
- Concesión de premios
- Otros (observatorios, encuestas, etc.)

5 - Su comunicación

- Periodicidad de los medios que emplean
- Función de la página web
 - Formas de contacto con los socios o suscriptores, y, con el público en general
 - Empleo de material audiovisual
 - Sala de Prensa virtual
 - Principales aspectos de su contenido
 - Si está actualizada
 - Traducción de la página a otros idiomas
 - Enlaces a otras instituciones relacionadas
 - Inclusión de blogs
 - Inclusión de buscador
 - Inclusión de agenda
 - Acceso a redes sociales
 - Número de seguidores
 - Frecuencia de la actualización
 - Temática de los contenidos
 - Interactividad (si responde a los mensajes que reciben)

6. 2.- Anexo 2. Plantilla de análisis ‘Los think tanks y la presencia en prensa’

Nombre del think tank

Diario (URL <http://www.xxxx.es>)

Año

Titular de la noticia: “---” (fecha)

ASPECTOS ANALIZADOS	Sí	No	Observaciones
Tipo de comunicación: información (género informativo)			
Tipo de comunicación: opinión (género de opinión)			
El nombre del think tank aparece en el titular			
Contenido sólo económico			
Contenido mixto (económico, social, político u otro)			
Origen que da soporte a la noticia:			
- nota de prensa o comunicado			
- rueda de prensa			
- acto público (jornada, seminario, conferencia, presentación u otro)			
- declaración en respuesta a un periodista			
- referencia indirecta al propio think tank o a sus miembros			
- informe o publicación del think tank			

Fecha de la consulta: --

6.3.- Anexo 3. Desarrollo de la Tabla 7

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014						
- Número de noticias -						
Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Faes						
-Corrupción	3	9	3	-	1	16
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	5	1	1	1	1	9
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	1	2	-	-	-	3
-Jurídico	1	-	-	-	-	1
-Laboral	-	-	3	5	3	11
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	11	1	3	-	1	16
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	106	56	50	11	1	224
-Política exterior	-	2	-	-	-	2
-Sanidad	-	3	-	-	-	3
-Social	5	2	1	-	2	10
-Sociedad:	22	14	21	6	-	63
-Acto-agenda	(3)	-	-	-	-	(3)
-Fallecimiento	(6)	(3)	(4)	(3)	-	(16)
-Institucional	(1)	-	(1)	-	-	(2)
-Otro	(12)	(11)	(16)	(3)	-	(42)
-Terrorismo islámico	-	2	-	-	-	2
Sólo económico	22	8	8	8	2	48 (11,76%)
Mixto o general	154	92	82	23	9	360 (88,23%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANK EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario \ Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Funcas						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	1	-	-	1
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	2	2	1	-	5
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	1	-	-	-	-	1
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	-	-	-	-	-	-
-Política exterior	-	-	-	-	1	1
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	-	-	-	-	1	1
-Sociedad:	-	-	-	-	1	1
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	(1)	(1)
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	98	132	24	59	49	362 (97,31%)
Mixto o general	1	2	3	1	3	10 (2,69%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Real Instituto Elcano						
-Corrupción	1	-	-	-	-	1
-Cultura	-	1	-	-	-	1
-Educación-formación	-	-	-	-	1	1
-Imagen ext.-marca España	6	2	5	-	2	15
-Inmigración-emigración	2	7	2	-	1	12
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	4	4	1	-	1	10
-Internacional	4	12	7	-	-	23
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	1	-	-	-	1
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	4	2	1	-	-	7
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	3	4	1	1	-	9
-Política exterior	14	2	6	-	-	22
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	6	2	-	-	-	8
-Sociedad:	11	3	3	1	2	20
-Acto-agenda	(2)	-	(1)	-	-	(3)
-Fallecimiento	(1)	(1)	(1)	(1)	(2)	(6)
-Institucional	(8)	(2)	(1)	-	-	(11)
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	12	13	12	-	-	37
Sólo económico	5	9	0	9	4	27 (13,92%)
Mixto o general	67	53	38	2	7	167 (86,08%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Círculo de Empresarios						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	1	-	-	-	-	1
-Imagen ext.-marca España	-	1	-	-	-	1
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	1	1	-	-	2
-Industria y energía	-	-	1	-	-	1
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	4	15	3	6	4	32
-Mujer y trabajo	7	10	10	-	-	27
-Noticias del think tank	6	-	-	-	1	7
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	4	2	3	-	-	9
-Política exterior	-	1	-	-	-	1
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	4	5	-	-	1	10
-Sociedad:	4	3	3	-	-	10
-Acto-agenda	(2)	-	(3)	-	-	(5)
-Fallecimiento	-	(1)	-	-	-	(1)
-Institucional	-	(2)	-	-	-	(2)
-Otro	(2)	-	-	-	-	(2)
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	26	11	10	25	17	89 (46,84%)
Mixto o general	30	38	21	6	6	101 (53,16%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Círculo de Economía						
-Corrupción	-	1	-	-	-	1
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	1	-	1	-	-	2
-Industria y energía	1	2	-	-	-	3
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	1	-	2	-	3
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	1	1
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	26	25	18	9	3	81
-Política exterior	-	1	-	-	-	1
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	3	3	1	-	-	7
-Sociedad:	4	1	1	-	-	6
-Acto-agenda	(3)	-	(1)	-	-	(4)
-Fallecimiento	(1)	(1)	-	-	-	(2)
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	17	12	8	12	7	56 (34,78%)
Mixto o general	35	34	21	11	4	105 (65,22%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANK EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fedea						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	3	-	-	3
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	1	12	2	2	2	19
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	1	-	1	1	1	4
-Pobreza	-	-	1	-	-	1
-Política	-	1	3	-	1	5
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	1	-	-	-	1
-Social	-	3	-	-	-	3
-Sociedad:	-	1	-	-	-	1
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	-	(1)	-	-	-	(1)
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	23	32	15	36	16	122 (76,73%)
Mixto o general	2	18	10	3	4	37 (23,27%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Económicos						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	2	2	-	4
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	2	2	3	4	2	13
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	-	-
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	3	2	-	-	-	5
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	-	1	-	-	1	2
-Sociedad:	-	-	-	-	-	-
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	31	10	13	14	18	86 (78,18%)
Mixto o general	5	5	5	6	3	24 (21,82%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Cotec						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	4	3	1	6	14
-Industria y energía	-	3	-	-	-	3
-Internacional	-	1	-	1	-	2
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	2	-	1	-	3
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	2	-	-	-	-	2
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	-	-	1	-	-	1
-Política exterior	-	1	-	-	-	1
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	-	-	-	-	-	-
-Sociedad:	14	3	-	-	-	17
-Acto-agenda	(4)	(2)	-	-	-	(6)
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	(9)	(1)	-	-	-	(10)
-Otro	(1)	-	-	-	-	(1)
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	17	8	3	2	8	38 (46,91%)
Mixto o general	16	14	4	3	6	43 (53,09%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fundación Alternativas						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	2	-	-	-	2
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	2	-	-	-	2
-Innovación-tecnología	-	-	-	1	-	1
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	7	1	-	-	8
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	-	-	2	2	4
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	1	-	-	-	1
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	10	21	3	-	-	34
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	1	3	-	1	-	5
-Sociedad:	1	1	-	-	-	2
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	(1)	-	-	-	(1)
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	(1)	-	-	-	-	(1)
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	2	10	0	0	1	13 (18,06%)
Mixto o general	12	37	4	4	2	59 (81,94%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto de Estudios Fiscales						
-Corrupción	1	-	-	-	-	1
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	1	1	-	-	-	2
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	-	-
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	-	1	1	-	-	2
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	1	-	-	-	1
-Social	-	-	-	-	-	-
-Sociedad:	-	1	-	-	-	1
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	(1)	-	-	-	(1)
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	9	25	3	9	5	51 (87,93%)
Mixto o general	2	4	1	0	0	7 (12,07%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Fundación Innovación Bankinter						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	3	-	-	3
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	2	18	-	1	21
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	-	2	-	-	2
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	-	-
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	-	-	-	-	-	-
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	1	-	3	-	-	4
-Sociedad:	-	-	-	-	-	-
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	0	0	12	5	4	21 (41,18%)
Mixto o general	1	2	26	0	1	30 (58,82%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANK EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Civismo						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	-	-	-
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	-	-	-	-	-
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	-	-
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	-	-	-	-	-	-
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	-	-	-	-	-	-
-Sociedad:	-	-	-	-	-	-
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	8	0	7	4	2	21 (100,00)
Mixto o general	0	0	0	0	0	0 (0,00%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
Instituto Juan de Mariana						
-Corrupción	-	-	-	-	-	-
-Cultura	-	-	-	-	-	-
-Educación-formación	-	-	-	-	-	-
-Imagen ext.-marca España	-	-	-	-	-	-
-Inmigración-emigración	-	-	-	-	-	-
-Innovación-tecnología	-	-	-	-	-	-
-Industria y energía	-	-	-	-	-	-
-Internacional	-	-	-	1	-	1
-Jurídico	-	-	-	-	-	-
-Laboral	-	-	-	-	-	-
-Mujer y trabajo	-	-	-	-	-	-
-Noticias del think tank	-	-	-	-	-	-
-Pobreza	-	-	-	-	-	-
-Política	1	-	2	-	-	3
-Política exterior	-	-	-	-	-	-
-Sanidad	-	-	-	-	-	-
-Social	-	-	1	-	-	1
-Sociedad:	-	-	-	-	-	-
-Acto-agenda	-	-	-	-	-	-
-Fallecimiento	-	-	-	-	-	-
-Institucional	-	-	-	-	-	-
-Otro	-	-	-	-	-	-
-Terrorismo islámico	-	-	-	-	-	-
Sólo económico	6	0	1	0	0	7 (58,33%)
Mixto o general	1	0	3	1	0	5 (41,67%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla

Tabla 7. CONTENIDO DE LAS NOTICIAS DE LOS THINK TANKS EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PRENSA ESCRITA EN EL AÑO 2014

- Número de noticias -

Nombre del diario Nombre del think tank	ABC	El País	El Mundo	Expansión	Cinco Días	TOTAL
TOTAL						
-Corrupción	5	10	3		1	19 (2,00%)
-Cultura		3				3 (0,32%)
-Educación-formación	6	1	8	1	2	18 (1,90%)
-Imagen ext.-marca España	6	3	5		2	16 (1,69%)
-Inmigración-emigración	2	9	2		1	14 (1,48%)
-Innovación-tecnología	1	7	25	4	7	44 (4,64%)
-Industria y energía	5	9	2		1	17 (1,79%)
-Internacional	5	22	8	2		37 (3,90%)
-Jurídico	1					1 (0,11%)
-Laboral	8	36	15	23	13	95 (10,02%)
-Mujer y trabajo	7	10	10			27 (2,85%)
-Noticias del think tank	25	4	5	1	4	39 (4,11%)
-Pobreza			1			1 (0,11)
-Política	153	112	82	21	5	373 (39,34%)
-Política exterior	14	7	6		1	28 (2,95%)
-Sanidad		5				5 (0,54%)
-Social	20	19	6	1	5	51 (5,38%)
-Sociedad:	56	27	28	7	3	121 (12,76%)
-Acto-agenda	(14)	(2)	(5)			(21) (17,35%)
-Fallecimiento	(8)	(8)	(5)	(4)	(2)	(27) (22,31%)
-Institucional	(18)	(6)	(2)		(1)	(27) (22,31%)
-Otro	(16)	(11)	(16)	(3)		(46) (38,01%)
-Terrorismo islámico	12	15	12			39 (4,11%)
Sólo económico	264	257	104	183	133	941 (49,81%)
Mixto o general	326	299	218	60	45	948 (50,19%)

Las noticias de tipo "Mixto o general" totalizan las correspondientes a las categorías listadas en esta tabla