

EL PAPEL Y LA CAPACIDAD DE INFLUENCIA DE LOS THINK TANKS EN ESPAÑA

GRADO EN PERIODISMO

Autor: José Manuel Molina García

Tutor: Héctor Fouce Rodríguez

Curso académico: 2020/2021

Departamento: Periodismo y Nuevos Medios



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

RESUMEN

El presente estudio trata de averiguar el papel que desempeñan los *think tanks* en España. Las tareas que llevan a cabo estos organismos apenas son conocidas por la mayor parte de los ciudadanos a pesar de que son agentes que participan activamente en las dinámicas que influyen en la toma de decisiones que ejercen los representantes públicos. Mediante el análisis de cuatro laboratorios de ideas se pretende reconocer la función esencial de estos organismos y su estrecha relación con los núcleos de poder de este país.

PALABRAS CLAVE

Think Tanks, laboratorios de ideas, centros de pensamiento, medios de comunicación, comunicación política, ecosistema mediático.

ABSTRACT

This study tries to find out the role of think tanks in Spain. The tasks carried out by these bodies are hardly known by most citizens, despite the fact that they are agents that actively participate in the dynamics that influence the process of decision making exerted by public representatives. Through the analysis of four laboratories of ideas, it is intended to recognize the essential function of these organisms and their close relationship with the power cores of this country.

KEY WORDS

Think Tanks, idea labs, thought centers, media, political communication, media ecosystem.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	5
DESARROLLO	5
ESTRUCTURA	5
METODOLOGÍA	6
DEFINICIÓN Y RECORRIDO HISTÓRICO DE LOS THINK TANKS	7
EI ECOSISTEMA DE LOS THINK TANKS EN ESPAÑA	9
PRINCIPALES PROBLEMAS: FINANCIACIÓN Y SISTEMA MEDIÁTICO	9
EL CONDICIONAMIENTO DEL SISTEMA DE PARTIDOS	10
REAL INSTITUTO ELCANO	10
DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS	10
IMAGEN DE ESPAÑA: REALIDAD Y PERCEPCIÓN	11
PRESENCIA MEDIÁTICA DEL REAL INSTITUTO ELCANO	12
LA INMIGRACIÓN Y VOX	13
FUNDACIÓN FAES	13
DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS	13
LA PRESENCIA MEDIÁTICA DE FAES	15
CAPACIDAD PARA CREAR EL MARCO: CONCEPTO ‘BUENISMO’	16
FUNDACIÓN ALTERNATIVAS	18
DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS	18
PRESENCIA MEDIÁTICA DE LA FUNDACIÓN ALTERNATIVAS	19
INFLUENCIA DE LA FUNDACIÓN ALTERNATIVAS	21
INSTITUTO 25 DE MAYO PARA LA DEMOCRACIA	22
DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS	22
EL PAPEL MEDIÁTICO Y LA RED TRANSFORM EUROPE	23
INFLUENCIA DEL I25M Y EL CONCEPTO ‘LAWFARE’	24
CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	28

1. INTRODUCCIÓN

En España, los *think tanks* o laboratorios de ideas son organizaciones poco conocidas a nivel general. El conocimiento de la existencia de estos centros está relegado a sectores muy específicos y profesionalizados, ligados al entorno académico y político. Sin embargo, son organizaciones fundamentales que los representantes políticos suelen tener en cuenta para la elaboración y el desarrollo de políticas públicas. Estos centros también son una fuente de asesoramiento para los Gobiernos que buscan atender a los problemas y desafíos que surgen día a día (Ponsa y González-Capitel, 2015).

La influencia de los centros de pensamiento en España, en general, suele estar muy limitada, aunque existen casos en los que el desarrollo de ideas y la creación de nuevos conceptos, que después se han difundido con el resto de actores sociales, han tenido un profundo éxito por su impacto social, que, además, ha perdurado con el paso de los años. No obstante, una de las carencias del ecosistema de *think tanks* en España es su escasa presencia en los medios de comunicación, razón por la que estas instituciones apenas consiguen visibilidad para tener influencia mediática, más allá de la labor intelectual que llevan a cabo en un ámbito apartado de los focos y de las cámaras.

1.1. JUSTIFICACIÓN

Los estudios sobre *think tanks* en España son escasos —la mayoría de los trabajos son estadounidenses, anglosajones o latinoamericanos— a pesar de que son organizaciones con cierta capacidad para influir en la toma de decisiones y en la gestión de políticas públicas. De hecho, muchos de ellos están estrechamente vinculados a los partidos políticos, que al fin y al cabo son los grupos de interés que participan en la lucha por el poder y que, entre sus funciones, está la selección de élites profesionalizadas para gobernar (Castromil, 2018). Como se detalla más adelante en el presente estudio, los partidos políticos poseen sus propios *think tanks* o mantienen relaciones muy cercanas con algunos de ellos, por lo que con frecuencia recurren a estos centros, seleccionando a profesionales (élites) para obtener consejos y recomendaciones que sirvan para la gestión de los recursos. Asimismo, estas entidades también han conseguido construir marcos en España; es decir, estructuras mentales que moldean el modo de ver el mundo de los ciudadanos (Lakoff, 2006). En ese contexto, es relevante intentar reflejar una fotografía general del entorno de los laboratorios de ideas en nuestro país.

1.2. OBJETIVOS

La intención de investigar sobre este asunto es tratar de dilucidar el comportamiento y funciones de los *think tanks* en España, mostrando una imagen general del papel que ejercen, especialmente, en el mundo de la política, donde son agentes con capacidad para influir en la toma de decisiones y en la gestión de las políticas públicas. Para ello se aborda la importancia de la normativa aprobada en 1994 que comenzó a regular la asignación de subvenciones a fundaciones dependientes de partidos políticos que difundan el conocimiento del sistema democrático. De igual forma se plasman en este estudio los principios de algunos de los centros de pensamiento más relevantes de nuestro país y se pretende conocer el proceso de constitución de un *think tank*, cuyas aspiraciones pasan por situarse en un puesto relevante en el ámbito de las ideas para convertirse en un espacio de referencia. Otra de las finalidades de este análisis es atender a la capacidad mediática de estas entidades para detallar el impacto directo —o indirecto— que sus informes, análisis u opiniones pueden tener en la ciudadanía.

2. DESARROLLO

2.1. ESTRUCTURA

Este análisis está estructurado en tres partes. El primer apartado (formado por los epígrafes 3 y 4) está reservado para contextualizar, definiendo el concepto de *think tank* y cuál ha sido el recorrido histórico de los laboratorios de ideas, que surgieron en Estados Unidos con fines militares. Asimismo, se concreta, brevemente, el funcionamiento y la historia de los centros de pensamiento en España para conocer el ecosistema de los laboratorios de ideas —sobre todo, los problemas y retos a los que deben hacer frente— en nuestro país.

En el segundo apartado (formado por los epígrafes 5, 6, 7 y 8) se destacan y analizan algunos de los centros de pensamiento españoles más importantes. La primera entidad que se aborda es el Real Instituto Elcano, que es el centro que posee mayor independencia política de los organismos estudiados en el presente trabajo. Seguidamente, se abordan las claves de la Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES) y de la Fundación Alternativas, que, aunque son instituciones independientes formalmente, mantienen estrechos vínculos con el Partido Popular (PP) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) respectivamente. Finalmente se recogen las principales ideas del *think tank* más joven considerado en este estudio: el Instituto 25 de mayo para la democracia (i25M), dependiente íntegramente de Podemos.

El último apartado está dedicado a las conclusiones (epígrafe 9). Tras los datos recabados y las consideraciones extraídas de las entrevistas a profesionales del sector llevadas a cabo para este estudio, se procede a detallar los resultados de esta investigación, con el objetivo de reflejar las deducciones más importantes de cada una de las anteriores secciones.

2.2. METODOLOGÍA

Para analizar la influencia y la importancia de los centros de pensamiento en España se han recopilado distintos informes y estudios que abordan la materia desde diversas organizaciones académicas y de investigación de nuestro país, especialmente del Observatorio de Think Tanks (OTT). Del mismo modo, se ha hecho un seguimiento mediático, tanto en formatos convencionales como en redes sociales, de algunos de los trabajos, informes e ideas (presentes y pasadas) planteadas por los *think tanks* estudiados.

Aun así, la información de mayor relevancia se ha extraído de las entrevistas realizadas a cinco profesionales del sector. Las claves más importantes que se han tenido en cuenta para el objeto de estudio las han proporcionado Francesc Ponsa, director del Observatorio de Think Tanks; Carmen González, investigadora del Real Instituto Elcano; José Manuel de Torres, director de publicaciones de FAES; Inmaculada Ballesteros, directora del Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas; y Vesselina Vateva, asistente de dirección del i25M.

3. DEFINICIÓN Y RECORRIDO HISTÓRICO DE LOS THINK TANKS

Los *think tanks* son organizaciones dedicadas a la investigación intelectual de multitud de campos y materias de las ciencias sociales. Estas instituciones —normalmente sin ánimo de lucro— se encargan de asesorar y fomentar ideas en el mundo de la política, la economía, el derecho, las relaciones internacionales o el medio ambiente (Lakoff, 2006). Son, por lo tanto, multidisciplinarios y nacen de formas diversas y con naturalezas diferentes. Estos organismos pueden estar vinculados a partidos políticos. En este caso, los laboratorios de ideas se encargan de aconsejar y pensar las líneas estratégicas y de acción de la formación política. Según John Gaffney (Gaffney, 1991), estas estructuras tienen “la intención de acceder a la toma de decisiones gubernamentales” (Ponsa y González-Capitel, 2015).

Estas organizaciones surgieron en Estados Unidos, bajo intereses militares, tras la Segunda Guerra Mundial y, por lo tanto, en el marco de la Guerra Fría. De hecho, estaban constituidas por grupos de científicos y militares que trabajaban de forma confidencial para desarrollar estrategias de opinión y de creación de marcos mentales que debían ser predominantes tras un conflicto bélico. Al ser dependientes de los ministerios y de las agencias gubernamentales, tenían una clara vocación de asesorar al poder para provocar cambios materiales. Sin embargo, más adelante, comenzaron a surgir laboratorios de ideas ligados a organizaciones privadas con una inclinación intelectual y reflexiva; en algunos casos, alejados de la toma de decisión política y centrados exclusivamente en el estudio y en la investigación social.

En España, la joven democracia ha comenzado a premiar la labor de estos grupos, a medida que el fenómeno de la americanización también ha bañado el panorama político, social y mediático. Para el experto en comunicación y doctor en periodismo Roberto Rodríguez Andrés, “Estados Unidos ejerce un papel de ‘laboratorio social’ en el que se ensayan tendencias culturales, sociales y políticas que acaban implantándose con el tiempo en el resto del mundo” (Rodríguez Andrés, 2012).

Uno de los laboratorios más influyentes en España es el Real Instituto Elcano, inaugurado en 2001 y cuyos ejes de discusión son, sobre todo, la energía y el cambio climático, la seguridad y la defensa, la economía global, el terrorismo internacional, la imagen de España, y la demografía y las migraciones. Este *think tank* se define como defensor de la democracia, el

multilateralismo, la economía social de mercado, la libertad y los derechos humanos. Su presidente de honor es el rey Felipe VI.

En los últimos años, han aparecido más centros de pensamiento. Atendiendo a lo que recoge el trabajo *Think tanks españoles: análisis longitudinal de su presencia en medios nacionales e internacionales (2004-2018)*, España en 2018 tenía registrados 66 laboratorios de ideas. Desde ese año hasta el 2020, la cifra de estas organizaciones se ha incrementado un 43,93%, pasando a ser 95 los centros registrados, según el Observatorio de Think Tanks. Además, muchos de ellos, con una clara y estrecha relación con el mundo de la política y ligados a formaciones políticas de todo tipo de ideologías. Por ejemplo, la fundación FAES está estrechamente relacionada con el Partido Popular mientras que el Instituto 25M está conectado con Podemos.

Los *think tanks* tienen una tarea fundamental: desarrollar y debatir ideas que finalmente acaben llegando a la sociedad por medio de los principales agentes de comunicación. El papel de los medios de comunicación y de las redes sociales es esencial para que estas formas de pensamiento sean asumidas por la sociedad, constituyendo los marcos que condicionen la manera de comportarse y actuar de los ciudadanos. Los laboratorios de ideas juegan, de esta forma, un papel fundamental en las estructuras culturales y cambios sociales que se producen en un país. Son el lugar en el que nacen las armas retóricas, que más adelante emplearán líderes de opinión y representantes públicos en los debates mediáticos. Los expertos en comunicación y profesionales de multitud de ramas del pensamiento intentarán que sus ideas y mensajes formen parte de la conocida ventana de Overton; es decir, que acaparen el debate público.

En este trabajo, por lo tanto, se indaga en el recorrido por el que circulan las ideas desde que empiezan a ser concebidas o planteadas en los *think tanks* hasta que acaban siendo asumidas por parte de amplios núcleos sociales. Los laboratorios de ideas que se destacan son el Real Instituto Elcano, la fundación FAES, la Fundación Alternativas y el Instituto 25 de mayo para la democracia. Los dos primeros se caracterizan por tener unas bases ideológicas conservadoras mientras que los dos siguientes se enmarcan en principios socialdemócratas y progresistas.

4. EL ECOSISTEMA DE LOS THINK TANKS EN ESPAÑA

4.1. PRINCIPALES PROBLEMAS: FINANCIACIÓN Y SISTEMA MEDIÁTICO

Los *think tanks* en España tienen la misión de hacer propuestas en relación a las políticas públicas, propuestas de valor que permitan avanzar a la sociedad, según reconoce Francesc Ponsa, consultor de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y director del Observatorio de Think Tanks (OTT). Los laboratorios de ideas, por tanto, deben ser un aliado de los Gobiernos para poder impulsar medidas en un contexto global cada vez más complejo (Ponsa y González-Capitel, 2015). No obstante, en España, estas instituciones no tienen una gran capacidad de influencia a diferencia de otros lugares, donde sí son actores políticos relevantes como en la cultura anglosajona (F. Ponsa, comunicación personal, 16 de abril de 2021).

Ponsa considera que el problema de los laboratorios de ideas en España es que “tienen un presupuesto bajo” y recalca que, si recibieran mayor financiación, tendrían mayor capacidad para aparecer en los medios de comunicación. De esta forma, señala el consultor, “cuanto más aparecen en los medios de comunicación”, existen más posibilidades de que estos centros sean percibidos como influyentes, despertando el interés no solo de la ciudadanía, también de los representantes públicos.

“La supervivencia de los *think tanks* está ligada a su capacidad presupuestaria”, defiende Ponsa, que apunta que “en España hay un modelo híbrido” de financiación: público y privado. “Lo habitual es recurrir a las empresas del Ibex, pero eso tiene un riesgo, que su patrocinio pueda conllevar un cambio o reorientación de la labor del centro y de las investigaciones que se desarrollan en él”, afirma el consultor.

Otro aspecto relevante para Ponsa es que el sistema mediático español se configura de tal forma que dificulta que los *think tanks* “tengan cabida” en él. Los motivos son, entre otros, que el modelo mediático “está muy polarizado y la figura del tertuliano tiene más peso e importancia que la del experto”. De hecho, el contenido de los medios en España está muy centrado en el *infotainment* o *politainment*, complicando la presencia de espacios para un formato más sosegado y reflexivo.

4.2. EL CONDICIONAMIENTO DEL SISTEMA DE PARTIDOS

En España, los *think tanks* están muy ligados a los partidos políticos; de hecho, el sistema de partidos ha condicionado la trayectoria de los laboratorios de ideas (Ponsa y González-Capitel, 2015). Este contexto viene propiciado por la Orden de 28 de marzo de 1994 por la que se regula la concesión de subvenciones a fundaciones dependientes de partidos políticos que difundan el conocimiento del sistema democrático. La norma determina que pueden acceder a estas subvenciones “las fundaciones dependientes de los partidos políticos con representación parlamentaria, distribuyéndose su cuantía en proporción al número de votos válidos obtenidos en cada legislatura”.

Ponsa añade que esto difumina el verdadero motivo por el que los partidos deciden crear su propio *think tank*: o están preocupados por el proceso estructurado de comunicación y por los retos de las sociedades democráticas, por lo que necesitan de nuevos argumentarios, recetas y soluciones para repensar las políticas públicas; o simplemente constituyen fundaciones de este tipo para poder acceder a la financiación.

5. REAL INSTITUTO ELCANO

5.1. DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS

El Real Instituto Elcano es un *think tank* creado en 2001, pionero en la promoción y formulación de ideas relacionadas con el papel de España en el ámbito internacional. Este laboratorio de ideas tiene el objetivo de “fomentar en la sociedad el conocimiento de la realidad internacional y las relaciones exteriores de España” (Real Instituto Elcano, s.f.). Uno de sus cometidos principales es “generar ideas que resulten útiles para la toma de decisiones de los responsables políticos, los dirigentes de empresas privadas e instituciones públicas, agentes sociales y académicos”. Sus principios están basados en la defensa de la paz, el multilateralismo, la democracia, la economía social de mercado, la libertad y los derechos humanos. Los trabajos y publicaciones que realiza este organismo están elaborados desde el punto de vista de los intereses de España y de la Unión Europea.

Las líneas temáticas de este laboratorio de ideas son el cambio climático; la ciberseguridad; la cooperación internacional y desarrollo; demografía y migraciones internacionales; economía; energía; imagen de España y opinión pública; política exterior de España; lengua y cultura

española; presencia global; radicalización violenta y terrorismo global; seguridad y defensa; y tráficos ilícitos y redes criminales.

El Real Instituto Elcano no mantiene relaciones concretas y directas con ningún partido político. No obstante, sí sustenta una estrecha colaboración con el Gobierno de España, pues su patronato está integrado por los ministros de las carteras de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; Defensa; Cultura y Deporte; y Economía. Asimismo, también forman parte de él los exvicepresidentes Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, además de un representante propuesto por el principal partido de la oposición. En este caso, el Partido Popular presentó en 2018 a la exministra de Defensa María Dolores de Cospedal, actual vicepresidenta del Real Instituto Elcano. El presidente de honor de la institución es el rey Felipe VI.

5.2. IMAGEN DE ESPAÑA: REALIDAD Y PERCEPCIÓN

Carmen González, catedrática de Ciencia Política en la UNED e investigadora del Real Instituto Elcano, donde dirige las áreas de Opinión Pública y de Migraciones, señala que las tareas fundamentales, en su caso, como trabajadora de esta institución, es ofrecer instrumentos de análisis y elaborar informes para que los poderes públicos e, incluso, las empresas puedan recurrir a ellos para definir su propia actuación para mejorar la imagen del país (C. González, comunicación personal, 16 de abril de 2021). Un ejemplo de esto es el Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad (SIDIR), una herramienta del Observatorio Imagen de España, dependiente del *think tank* y dirigido por la propia González, que compara la realidad del país respecto a las percepciones en el exterior. El SIDIR recoge datos relacionados con 19 indicadores, entre ellos, la seguridad, la cultura, la tecnología y la innovación, el estilo de vida o el sistema educativo. Después, compara los resultados extraídos de informes y fuentes oficiales de cada indicador con las percepciones sociales que existen sobre estos temas para conocer en qué aspectos la imagen de España corresponde o no con la realidad.

González menciona el ejemplo de la seguridad. El último trabajo publicado indica que, en 2019, la imagen de la seguridad en España salió perjudicada respecto a las cifras reales. La media de respuestas de los encuestados colocó a España en la posición número 15 mientras que la Oficina de Naciones Unidas para Crímenes y Drogas fija al país en el lugar número 13. La catedrática subraya que este dato lo deberían tener en cuenta los gestores públicos, aquellos que toman las decisiones, para mejorar la imagen de España internacionalmente,

desarrollando planes que promocionen la realidad de este país como uno de los más seguros del mundo. El Real Instituto Elcano colabora con el Ministerio de Asuntos Exteriores, encargado de atender la imagen de España en el exterior.

5.3. PRESENCIA MEDIÁTICA DEL REAL INSTITUTO ELCANO

Las publicaciones de este *think tank*, como asegura González, llegan continuamente a los medios de comunicación, tanto nacionales como europeos, pues muchos de ellos se interesan por la labor que se realiza en este organismo. De hecho, en 2019, según la memoria anual del Instituto Real Elcano de 2019 (la última publicada), registraron un total de 4.180 menciones de medios de comunicación. De ellas, 652 procedían de medios extranjeros, incrementando la cifra un 52% respecto al año anterior. El laboratorio de ideas recalca cabeceras como *The Washington Post*, *Les Echos*, *The Telegraph*, *Financial Times*, *BBC*, *Jeune Afrique*, *Pravda*, *AFP*, *BBC* o *Frankfurter Allgemeine*.

El 25 de febrero de 2021, el Real Instituto Elcano publicó el estudio *España en el mundo en 2020: perspectivas y desafíos para el año del coronavirus* donde avisaba de que la imagen de España puede verse afectada por las disputas producidas en el Ejecutivo nacional. “El arranque de 2021 ha evidenciado que no es fácil proyectarse fuera con cierta solvencia ni gestionar una diplomacia sin sobresaltos cuando, desde el seno del propio Gobierno, el socio menor le da la razón nada menos que a la autoritaria Rusia en un incidente entre los ministros de Exteriores de los dos países a cuenta de la calidad democrática de España”, señala el texto.

Esta parte de la novena edición del trabajo fue recogida y destacada por el diario *El País* al día siguiente de su publicación en un artículo titulado “El Instituto Elcano advierte de que las diferencias en el Gobierno dañan la imagen exterior de España” (González, 2021). Las reacciones a esta noticia reflejan la polarización política y social que se extiende, sobre todo, en las redes sociales. Atendiendo a los comentarios que generó la publicación en su versión online (11 en total) y las citas y respuestas que ocasionó su difusión en Twitter (20 repuestas y 15 retuits), los internautas defensores del Gobierno de coalición descalificaron al laboratorio de ideas mientras que los usuarios contrarios al Ejecutivo, en ese momento, de Pedro Sánchez y Pablo Iglesias usaron la noticia para criticar al Gabinete conformado por el PSOE y Unidas Podemos.

5.4. LA INMIGRACIÓN Y VOX

En sus principios, el Real Instituto Elcano aclara su compromiso en la defensa de la democracia y de los derechos humanos. En el marco de esas inclinaciones, González menciona algunas preocupaciones que han surgido recientemente en el seno de la institución debido al cambio del ecosistema de partidos en España, con el surgimiento de formaciones radicales que han contribuido a modificar el debate público, complicando la discusión sobre algunos temas de vital importancia para España y la Unión Europea. El incremento del apoyo de Vox, su llegada a los parlamentos y la presencia constante de sus discursos en los medios de comunicación han dificultado el debate racional relacionado con la inmigración (González, 2021). El Análisis del Real Instituto Elcano (conocido como ARI) bajo el título *La opinión pública ante la inmigración y el efecto de VOX* parte de un proyecto de investigación previo y ajeno al laboratorio de ideas en el que González participa. La autora destaca la importancia de este asunto porque reconoce que la inmigración es uno de los elementos más sustanciales y que genera tensiones internas tanto en el plano nacional como en la Unión Europea. La investigadora apunta que la discusión sobre esta cuestión no es racional y está alejada de los argumentos y contraargumentos basados en datos. A esto hay que sumar el riesgo de que a los ciudadanos, al expresar una opinión sobre este campo, se les adjudiquen fobias o filias partidistas, obstruyendo que las personas puedan opinar libremente. Para González, esto entorpece que se debata sin prejuicios sobre el tema, algo que puede ser preocupante para la calidad a la hora de la elaboración de políticas públicas.

6. FUNDACIÓN FAES

6.1. DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS

La Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (por sus siglas, FAES) es un *think tank* constituido en 1989 que se define como un centro de pensamiento “al servicio de España y de sus ciudadanos”, con el propósito de “crear, promover y difundir ideas basadas en la libertad política, intelectual y económica, así como fortalecer los valores de la libertad, la democracia, el Estado de derecho, el libre mercado y el humanismo occidental” (FAES, s.f.). Las preocupaciones o líneas de investigación de este organismo muestran un claro sesgo ideológico ligado a ideales liberales y conservadores. José Manuel de Torres, director de publicaciones de FAES, señala cuatro elementos que son clave para entender los principios de este organismo: libertad del individuo, economía de libre mercado, democracia liberal y

Constitución del 78. Asimismo, revela el afán de la institución por construir sociedades abiertas, con clases medias más amplias, que vivan en libertad sin que el Estado interfiera de forma excesiva en la vida de los sujetos. De Torres no se opone al Estado, pero manifiesta que debe tener un poder limitado. En la defensa de estos aspectos se enmarca la actividad del laboratorio. Uno de los objetivos de este centro de pensamiento es incidir en la sociedad para que la visión liberal conservadora penetre en la ciudadanía.

Las investigaciones que desarrollan giran en torno a conceptos como Constitución, libertad, fiscalidad, economía, populismo, Venezuela, Cataluña, centroderecha, entre otros. Los asuntos en los que trabajan y vuelcan su conocimiento responden a “las preocupaciones de la sociedad en un momento determinado”. Cuando detectan un problema que puede afectar a un gran número de ciudadanos, deciden plantearlo y analizarlo (J.M. de Torres, comunicación personal, 26 de mayo de 2021).

La institución está presidida por el expresidente del Gobierno y exlíder del Partido Popular (PP), José María Aznar. El patronato está conformado por figuras de la política y el mundo empresarial, como Alberto Ruiz-Gallardón, expresidente de la Comunidad de Madrid; Cayetana Álvarez de Toledo, diputada en el Congreso de los Diputados; Jaime Mayor Oreja, exministro del Interior; o Manuel Pizarro, expresidente de Endesa. La mayoría de miembros que integran el patronato están —o han estado— vinculados al PP.

Este *think tank* nació bajo el brazo y ligado directamente al PP, recibiendo financiación pública gracias a ese nexo, que, sin embargo, se rompió en octubre de 2016, interrumpiendo los 25 años de relación directa que el partido y la fundación habían mantenido. Desde entonces, la fundación se sostiene gracias a los ingresos que obtiene desde el ámbito privado, “a las donaciones y ayudas recibidas de personas y entidades comprometidas con el progreso de la sociedad” (FAES, s.f.). El centro decidió alejarse del PP debido a las diferencias que existían entre Aznar y el presidente del partido en ese momento, Mariano Rajoy. FAES emitió un comunicado, tras la reforma de sus estatutos, en el que señalaba que “no estará vinculada a ningún partido político” (FAES, 2016), renunciando a las subvenciones públicas que percibía al estar ligada al PP. No obstante, en aquella comunicación indicaron que, tanto el Partido Popular como FAES, seguirían manteniendo una relación colaborativa e indirecta. De Torres añade que ahora están enfocados en trabajar para España en general y no solo para el PP en particular.

Aun así, la vinculación entre el partido y la organización, aunque no es orgánica, sí es política e ideológica. De Torres reconoce, de hecho, que la capacidad de influir del organismo se ha visto reducida debido a que el PP no está en el Gobierno. Por este motivo, las posibilidades de contribuir a la gestión de las políticas públicas se han visto muy limitadas. Un ejemplo de ello es la publicación de uno de los últimos trabajos de FAES, *Crisis urbana y revolución rural en el mundo post-COVID*, que, debido a la escasa repercusión, han tenido que lanzarlo en dos ocasiones. De Torres considera que es importante, para que los estudios elaborados consigan llegar a los políticos, que existan canales de comunicación adecuados entre los laboratorios y el mundo de la política. Los canales han cambiado y eso repercute en la conexión entre políticos y profesionales de los centros de pensamiento.

6.2. LA PRESENCIA MEDIÁTICA DE FAES

La presencia en los medios de comunicación de FAES no es muy elevada. Según el estudio *Think tanks españoles: análisis longitudinal de su presencia en medios nacionales e internacionales (2004-2018)*, entre 2004 y 2018, la institución presidida por Aznar ha aparecido en unas 4.749 publicaciones en medios de comunicación tanto nacionales como internacionales. Lo que supone una media de apenas 399 veces al año. De hecho, no ha experimentado un crecimiento que, partiendo de una cifra baja, suponga una reducción de la media citada. En 2007 consiguió el número de menciones más elevado (484) mientras que en 2018 tan solo obtuvo 183 (Roger-Monzó y Castelló-Sirvent, 2020).

Para De Torres, la presencia en los medios no siempre es beneficiosa, ya que “los periodistas suelen centrarse en la anécdota y esconden la categoría”. Es decir, la dinámica mediática, en líneas similares a lo expresado anteriormente por Ponsa, no da cabida a la difusión de la labor real de los centros de pensamiento. Por lo tanto, aparecer en los medios de comunicación de una forma negativa puede contribuir, como advierte De Torres, a que la gente no entienda que todo el trabajo de un *think tank* es importante. Esto provoca un déficit de comunicación entre la sociedad y los laboratorios de ideas.

Los años en los que este *think tank* consiguió mayor presencia mediática coinciden con los últimos años del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero. La última legislatura de los socialistas antes de la llegada de Rajoy abarca los años comprendidos entre 2008 y 2011. En ese momento, FAES mantenía una intensa actividad con el objetivo de confrontar con la forma de entender la política y los marcos creados por los líderes del PSOE en aquellos años.

El laboratorio de ideas desarrolló un concepto, *buenismo*, para definir de forma despectiva la gestión de Zapatero basada en el diálogo y la tolerancia para resolver los problemas.

6.3. CAPACIDAD PARA CREAR EL MARCO: CONCEPTO ‘BUENISMO’

El centro de pensamiento FAES es un claro *advocacy tank*. Es decir, es un “*think tank* de defensa”, caracterizado por mantener una actividad política combativa para que sus ideas, que además están estrechamente ligadas a un partido —en este caso al PP— y a una ideología, consigan acaparar la agenda pública y, por lo tanto, la mayoría de la sociedad asuma los marcos que este tipo de laboratorios intenta difundir. Los centros de pensamiento de esta categoría, como explica Ponsa, también ejercen de *lobby* y de centros militantes, que ponen más el acento en justificar unas conclusiones que en llegar a unas conclusiones (F. Ponsa, comunicación personal, 16 de abril de 2021).

El ejemplo más característico de esta forma de trabajo desempeñada por un laboratorio de ideas se produjo en la primera legislatura de Zapatero (2004-2008), cuando FAES lanzó un informe titulado *El fraude del buenismo*.

El estudio comienza de la siguiente forma:

Entender la política gestual y las connotaciones de la noción del «talante» tan preconizada por el actual Presidente del Gobierno, Rodríguez Zapatero, implica buscar una definición aproximada del concepto de «buenismo», su origen y práctica, con el consiguiente despliegue estratégico que abarca desde la noción pacifista en las relaciones internacionales, el buen salvaje como sujeto del sistema educativo, la extrapolación multiculturalista de la idea de tolerancia, la economía como solidaridad, el intervencionismo humanitario o el diálogo como panacea. (Puig, 2005, pp 11)

“Ese informe dio lugar a la palabra *buenismo*”, admite De Torres. El informe tuvo una gran incidencia porque se acuñó un término que ha definido “una forma de hacer política basada en la nada y en la demagogia, con el único objetivo de permanecer en el poder, en lugar de aspirar al bien común” (J.M. de Torres, comunicación personal, 26 de mayo de 2021). El estudio, coordinado por el periodista Valentí Puig, contó con las aportaciones de profesionales de diversos ámbitos académicos e intelectuales, como el filósofo y jurista

Andrés Ollero, el filólogo Xavier Pericay, el escritor Miquel Porta y el historiador Miquel Portero.

El marco crítico que la FAES reprodujo de la visión política de Zapatero y del PSOE cuajó mucho en la opinión pública y en los medios de comunicación, consiguiendo generar rechazo a las propuestas del expresidente del Gobierno. Se llegó a argumentar que el mandatario defendía un modo de entender la realidad demasiado idealista, feliz e, incluso, hippie. Una vez este concepto salió del *think tank*, medios de comunicación muy próximos al Partido Popular (El Mundo, Abc, La Razón...), en sus columnas de opinión, apelaban constantemente al *buenismo* para erosionar la imagen del Ejecutivo de aquella etapa (F. Ponsa, comunicación personal, 16 de abril de 2021).

A continuación, los estrategas del PSOE, tal y como señala Ponsa, se defendieron negando el marco, que, “como dice George Lakoff en su libro *No pienses en un elefante*, es un error”, porque asumes las ideas del adversario. Finalmente, crearon su contramarco, añade el consultor: “Si se les criticaba por ser el *buenismo*, el Partido Popular era lo contrario, y ¿qué es lo contrario del buenismo? Pues el *malismo*”. Los socialistas conectaron ese término a las políticas llevadas a cabo por la Administración de Aznar (1996-2004), como la guerra de Irak y la conocida foto del trío de las Azores.

Lo cierto es que este término se sigue empleando en la actualidad por sectores políticos conservadores. Es el caso del eurodiputado de Vox Hermann Tertsch, que recurrió al concepto con motivo de un debate en el Parlamento Europeo relativo al informe sobre los efectos del cambio climático en los derechos humanos y el papel de los defensores del medio ambiente al respecto. “El parlamento europeo produce informes y resoluciones que son puro desahogo ideológico... Está pavimentado con millones de folios de palabrería sentimental y pueril *buenismo* cuyos únicos elementos que se hacen realidad son prohibiciones, imposiciones y controles” (Tersch, 2021).

Igualmente, la crisis vivida en Ceuta en mayo de este año debido a la apertura de las fronteras por parte de la Administración de Marruecos, que provocó que miles de migrantes cruzaran la frontera desencadenando un choque diplomático entre España y Marruecos, ha contribuido a que muchos internautas rescaten el término para criticar algunas situaciones que se produjeron en la ciudad autónoma. La escena de una voluntaria de Cruz Roja consolando a un subsahariano se extendió rápidamente por las redes sociales. En ese momento, muchos usuarios —en la mayoría de los casos, cercanos a la extrema derecha— criticaron e, incluso,

insultaron a la miembro de la organización humanitaria por su gesto con el migrante. Una de las expresiones más utilizadas para descalificarla fue “*buenista*”. Hasta tal punto llegó el uso del concepto con el objetivo de despreciar ese acto que muchos periodistas y personalidades de referencia manifestaron su rechazo a recurrir a este término para denostar un acto solidario. El periodista Manuel Jabois señaló las reacciones de aquellos que intentaron acosar y humillar a la joven de Cruz Roja por ayudar a un migrante y advirtió que se está “alcanzando una velocidad de crucero: rescatar a un bebé del agua ya es un acto buenista” (Jabois, 2021). Del mismo modo, el portavoz del Grupo Socialista en el Senado, Ander Gil, afirmó que aquellos que “hablan de *buenismo* para no hablar de humanidad o de derechos humanos... se situarían en una posición indefendible desde cualquier punto de vista” (Gil, 2021).

7. FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

7.1. DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS

La Fundación Alternativas surge en 1997 con el objetivo de reflexionar y pensar sobre política, economía y cultura, tanto de España como de Europa, para la proposición de ideas en el ámbito del pensamiento progresista que contribuyan en la elaboración de las políticas públicas. Una de las metas del nacimiento de este *think tank* es generar un espacio de discusión para compartir pensamientos y análisis, especialmente, con una visión prospectiva para adelantarse al tiempo y poder idear un panorama amplio a la hora de hacer propuestas para el diseño de medidas que ayuden a España (I. Ballesteros, comunicación personal, 12 de mayo). Los trabajos que realizan y las ideas que proponen se las transmiten a los partidos políticos y agentes económicos y sociales para que las incluyan en la toma de decisiones (Fundación Alternativas, s.f).

Las principales líneas de trabajo o programas de estudio de este laboratorio de ideas son el modelo de crecimiento económico y el empleo; redistribución de la riqueza y política de bienestar e igualdad; energía y medio ambiente; calidad de la democracia; articulación del Estado e instituciones; y valores, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

La columna de pensamiento y prioridad de este *think tank* es la política social. Todos los elementos de trabajo que abordan mantienen la agenda social como punto clave e intentan avanzar en esa dirección. Asimismo, las cuestiones que tratan están destinadas a que España siga avanzando en el ámbito de la Unión Europea ajustando las políticas que puedan surgir

del trabajo y de las propuestas que realizan a la realidad española. Por ello, este centro de pensamiento también otorga gran importancia a la política exterior, planteando ideas que busquen fortalecer la presencia de España en el exterior y reflexionando sobre Europa, Iberoamérica o África. La Fundación Alternativas hace propuestas en todos estos ámbitos desde el punto de vista progresista para el desarrollo de estrategias (I. Ballesteros, comunicación personal, 12 de mayo).

Aunque se trata de una entidad independiente, que no mantiene ninguna relación directa con ningún partido político, la mayor parte de su patronato está constituido por personas relevantes —o que han sido relevantes— en el mundo de la política y que han militado, sobre todo, en el Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Algo que está vinculado a las ideas progresistas que la propia fundación asegura defender. El vicesecretario ejecutivo es Diego López, portavoz del PSOE en el Congreso de los Diputados. La secretaria del patronato recae en Manuel de la Rocha, exalcalde de Fuenlabrada y, posteriormente, diputado por el PSOE. Del mismo modo, también forman parte del patronato la exdiputada europea Elena Valenciano, el expresidente del Gobierno Felipe González o la presidenta del Senado, Pilar Llop. La mayoría de los miembros del patronato están vinculados al PSOE. Pero también cuenta con figuras relevantes independientes del ámbito progresista como la exalcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, y el director de *eldiario.es*, Ignacio Escolar.

7.2. PRESENCIA MEDIÁTICA DE LA FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

En la última memoria anual (2019) el vicepresidente ejecutivo de la Fundación Alternativas, Diego López Garrido, explica que la presencia en los medios de comunicación del laboratorio de ideas “ha sido constante” y señala que los principales medios nacionales “acuden” a este *think tank* “cuando se trata de analizar la actualidad europea e internacional”. Asimismo, subraya que la presencia de los integrantes de la fundación en los medios, especialmente en prensa escrita y radio, es continua. El miembro del patronato alaba la presencia mediática de la fundación de esta forma:

En espacios televisivos, los miembros de Alternativas han sido requeridos por los programas más destacados de análisis político y social. A estos baremos hay que añadir citas constantes en radio, televisión y prensa sobre los informes, trabajos, presentaciones y actividades de la Fundación Alternativas, en un número difícil de

precisar ya que las menciones son muy frecuentes. En este sentido, son habituales las referencias a la Fundación Alternativas en *La Sexta*, *TVE*, *Antena 3*, *Cuatro*, *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña*, *eldiario.es*, *Huffington Post*, *Infolibre*, *El Confidencial*, *The Diplomat in Spain*, *RNE*, *Cadena Ser* u *Onda Cero*. En lo que se refiere al blog 8 2018-2019 que la Fundación Alternativas publica en el diario *El País*, el número anual de artículos de análisis y opinión se sitúa en torno a los 120.

Por otro lado, las principales agencias nacionales (*EFE*, *Europa Press*, *Colpisa* y *Servimedia*) acuden con asiduidad a nuestras presentaciones y eventos, y se ponen en contacto con nuestro equipo de Comunicación para requerir la opinión de alguno de nuestros expertos. (López, 2019, pp 7-8)

La media de publicaciones relacionadas con este *think tank* desde 2004 hasta 2018 alcanza una cifra de 306 por año, tanto en medios nacionales como internacionales. A diferencia de FAES, la presencia de la Fundación Alternativas sí ha experimentado un crecimiento continuo en los medios de comunicación. En 2004, los contenidos sobre este laboratorio de ideas publicados se situaron en 171. Ese dato ha ido aumentando a lo largo de los años, con ascensos y descensos pronunciados en determinadas fechas. La mayor presencia la obtuvo en 2018. En ese año, este centro de ideas apareció en 595 publicaciones (Roger-Monzó y Castelló-Sirvent, 2020).

Ballesteros puntualiza que la Fundación Alternativas posee un departamento de comunicación, cuya misión es difundir los documentos de trabajo que elaboran para que se conozcan. Intenta que todas sus publicaciones consigan presencia mediática cuando sea preciso, por lo que muchos de los estudios e informes los envían a la prensa embargados para que los publiquen en el momento oportuno.

Uno de los inconvenientes, sin embargo, de mantener una línea ideológica muy marcada es que puede ir en detrimento de la aparición en los medios. Ballesteros advierte que esto puede ser un inconveniente porque algunos grupos mediáticos consideran que los miembros de la Fundación Alternativas tienen una línea muy sesgada, a diferencia de otros analistas y expertos, como profesores universitarios, que pueden tener una visión más general y objetiva

de ciertos asuntos. “Nosotros tenemos una visión sobre los temas desde un punto de vista que entendemos que es el correcto” (I. Ballesteros, comunicación personal, 12 de mayo).

7.3. INFLUENCIA DE LA FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

La Fundación Alternativas es uno de los *think tanks* más relevantes de España. Según Inmaculada Ballesteros, directora del Observatorio de Cultura y Comunicación de este centro de ideas, el trabajo que realizan es escuchado en muchos ámbitos. La consultora recalca que colaboran constantemente con las instituciones —tanto con el poder Legislativo como el Ejecutivo—, agentes económicos y sociales; y *stakeholders* en un “diálogo continuo”.

Un ejemplo de la capacidad de influencia de esta entidad se manifiesta en el reciente nombramiento como presidente del grupo de trabajo para la reforma fiscal del director del Laboratorio Alternativas, Jesús Ruiz-Huerta. El pasado 17 de abril, el Gobierno de España presentó este grupo de expertos, formado por 17 técnicos, que deben analizar una posible y futura reforma fiscal, por lo que han de presentar un informe y sus conclusiones al Ejecutivo antes del 28 de febrero de 2022. Ruiz-Huerta, además, es catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y fue director del Instituto de Estudios Fiscales, organismo dependiente del Ministerio de Hacienda, durante 2004 y 2008, cuando el Gobierno estaba dirigido por el socialista José Luis Rodríguez Zapatero.

Por otra parte, Ballesteros indica que desde la organización estuvieron involucrados y haciendo aportaciones en la comisión del Congreso de los Diputados para la elaboración del informe del Estatuto del Artista. “Las propuestas que hicimos se recogieron en el informe y estamos continuamente haciendo un seguimiento de este Estatuto para que haya una completa aplicación”, afirma Ballesteros, que también menciona la presencia de la ministra de Asuntos Exteriores, Arancha González Laya, en una conversación organizada por la Fundación Alternativas. En el encuentro se intercambiaron opiniones e ideas sobre la imagen de España en el exterior y sobre la nueva Estrategia de Acción Exterior 2021-2024, que es “la expresión ordenada sectorial y geográfica de las prioridades y objetivos a medio plazo de la Acción Exterior; y recoge el conjunto de actuaciones de los órganos, organismos y entidades públicas en el exterior a las que dota de coherencia interna” (Gobierno de España, 2021).

La consultora añade que desde este *think tank* siempre realizan una batería de propuestas para la toma de decisiones de los temas que analizan y defiende que les escuchan y les tienen en cuenta. No obstante, sostiene que esa labor recogida por Gobiernos y agentes sociales y

económicos no siempre se refleja en la sociedad, pues los laboratorios de ideas no son espacios que mantengan una relación directa con los ciudadanos, ya que desarrollan “un trabajo en la sombra”. Aun así, asegura que en esta época marcada por la pandemia de la covid-19 ha habido una necesidad de información muy grande por parte de la sociedad. En este contexto, la Fundación Alternativas ha elaborado conferencias mediante plataformas como Zoom y ha llevado a cabo *webinarios*; es decir, seminarios trasladados a un formato online con una clara función divulgativa para seguir difundiendo ideas, en este caso, por internet, sustituyendo a las tradicionales mesas de discusión y de análisis presenciales.

8. INSTITUTO 25 DE MAYO PARA LA DEMOCRACIA

8.1. DEFINICIÓN Y LÍNEAS TEMÁTICAS

El Instituto 25 de mayo para la democracia (i25M) es un *think tank* vinculado directamente y dependiente de Podemos. Nació en 2015 con el objetivo de “romper la frontera entre el partido y la sociedad”, según aseguró el entonces director del centro, Jorge Lago, exresponsable de cultura de la formación morada. Otro de los objetivos de este laboratorio es convertirse en un espacio referente en el ámbito cultural. La organización se define a sí misma como “una fundación comprometida con el pensamiento crítico, cuyos objetivos son, desde la transversalidad, el análisis, la formación y la creación política y cultural democrática que irrumpieron en el 15M y tuvieron su expresión política en el nacimiento de Podemos” (i25M, s.f.). Asimismo, aspiran a ser un espacio que articule una reflexión colectiva en los ámbitos políticos, económicos, sociales y culturales, generando una voz original, relevante y propia que lidere acciones políticas multidimensionales (V. Vateva, comunicación personal, 14 de mayo de 2021).

Vesselina Vateva, asistente de dirección del i25M, reconoce que el instituto, con apenas seis años de vida, todavía sigue en un proceso evolutivo como organización para constituirse como un *think tank* al uso, con una labor de reflexión propia y colectiva ampliando los márgenes de discusión que permitan trazar ideas y generar, incluso, liderazgos. Además, el centro de pensamiento también es un espacio para la formación, algo que aporta valor al propio laboratorio y a Podemos.

Las principales líneas o temas de investigación de esta entidad son la democracia y la tecnología; los procesos constituyentes; la democracia post covid-19, la vivienda como derecho humano; los partidos y movimientos políticos; las discusiones de género; el derecho

a los cuidados; la democracia en el sur global; y la *lawfare* o guerra jurídica. Por lo tanto, aunque este laboratorio se puede enmarcar dentro del espacio de las ideas progresistas, sus líneas de trabajo son muy distintas a las de, por ejemplo, la Fundación Alternativas, situándose en un entorno político ligado a las nuevas organizaciones de izquierdas alejadas, en cierta medida, de los tradicionales partidos socialdemócratas.

Uno de los principales motivos por los que el i25M trabaja en estas líneas de investigación es la vinculación con una organización política como Podemos. “Debemos ser una herramienta de utilidad para Podemos”, defiende Vateva, que explica que, atendiendo a la propia actividad del partido, se definen las líneas de investigación de una determinada forma u otra. Aun así, matiza que hay algunos temas que se deben tratar “de forma obligada”. Esos temas están relacionados con la visión propia del i25M, que mantiene una perspectiva global, desde el sur y, sobre todo, demócrata, “en un momento de quiebra como el actual”. Un ejemplo de esto es su preocupación por la soberanía tecnológica, cuya finalidad es mantener la paz mediante el libre acceso a las redes de comunicación digital (i25M, s.f.). Vateva remarca que es un asunto importante para ellos y del que, sin embargo, “poco se están ocupando” otras instituciones.

El i25M está dirigido por el cofundador de Podemos Juan Carlos Monedero desde julio de 2020. Los miembros de su patronato están vinculados a la formación morada. La presidenta es Idoia Villanueva, eurodiputada por Podemos. Lilith Verstrynge, responsable de Transición Ecológica de Podemos, también es miembro del patronato junto a Roberto Uriarte (diputado por Unidas Podemos) y Orencio Osuna (miembro del Consejo Ciudadano Estatal de Podemos).

8.2. EL PAPEL MEDIÁTICO Y LA RED TRANSFORM EUROPE

La presencia mediática de las ideas del i25M están supeditadas, sobre todo, a la presencia en los medios de comunicación de su director, Juan Carlos Monedero. “En la medida en la que Monedero tiene esa importante presencia mediática, el instituto ha tenido mayor visibilidad, tanto para bien como para mal”, subraya Vateva.

Una de las ambiciones de este *think tank* es apostar por medios de comunicación alternativos y populares que, además, consigan relevancia en el ámbito de las redes sociales, pues desde la fundación consideran que los grandes medios de comunicación ofrecen un marco muy limitado que depende de los intereses de otros. En ese contexto, el i25M forma parte de varias redes de centros de ideas que suelen trabajar conjuntamente, organizando eventos y

conferencias. El i25M está integrado en la red denominada Transform Europe, conformada por 39 laboratorios de ideas vinculados a la izquierda y procedentes de 23 países. Asimismo, también trabajan con *think tanks* latinoamericanos, como el Instituto Democracia (Argentina) o MORENA (México), en este caso, por afinidad cultural, social e ideológica. Vateva opina que la coordinación de estas organizaciones contribuye a favorecer las ventanas de oportunidad para transmitir sus ideas y mensajes al mundo, manteniendo la relevancia como organización fuera y dentro de Podemos.

8.3. INFLUENCIA DEL I25M Y EL CONCEPTO ‘LAWFARE’

El i25M es un organismo dependiente de una formación que ya ha conseguido cotas de poder no solo en Gobiernos autonómicos o municipales, también en el Gobierno de la Nación. No obstante, Vateva admite que este *think tank* no tiene una gran capacidad para influir y que sus ideas se traduzcan en políticas reales debido a una “debilidad estructural”. Asegura, aun así, que este laboratorio de ideas, al estar conectado a un partido con vocación de gobernar, debe reflexionar, estudiar e, incluso, trazar políticas públicas. En estos momentos, apunta la representante del instituto, están en un proceso de retroalimentación a medida que ciertas personas del partido adquieren experiencia en el Ejecutivo central. Eso permite al organismo comenzar a trabajar en el plano de las políticas públicas.

En el ámbito social —es decir, cómo determinados conceptos calan en ciertos sectores de la sociedad—, el i25M emplea su principal baza: Juan Carlos Monedero. El politólogo presenta el programa ‘En la frontera’ en un medio nacional como *Público*, donde entrevista a personalidades del mundo de la política, la cultura o el activismo social. Mediante este espacio, el profesor de Ciencias Políticas también realiza monólogos y reflexiones en las que difunde las ideas del i25M, como el concepto *lawfare* (la judicialización de la política), que consiste en el recurso de herramientas jurídicas con el objetivo de perseguir políticamente a alguien para desgastar su imagen pública e, incluso, inhabilitarle como adversario, empleando acciones “aparentemente legales con una amplia cobertura de prensa para presionar al acusado y su entorno (incluidos familiares cercanos), de tal forma que este sea más vulnerable a las acusaciones sin prueba” (Vollenweider y Romano, 2017).

Este elemento ha sido una de las preocupaciones de Monedero debido a la situación judicial que afecta a Podemos sobre el conocido caso Dina, que involucra al exvicepresidente segundo del Gobierno, Pablo Iglesias, a su antigua asesora Dina Boussetham, al fundador del grupo Zeta, Antonio Asensio, y al excomisario José Manuel Villarejo. Monedero califica este

caso como “un intento de convertir a la víctima en verdugo” perpetrado por ciertos actores que quieren “hundir a Podemos aunque con eso hundan también al Estado de derecho” (Monedero, 2021).

La influencia del fundador de la formación morada no solo se da en su propio espacio televisivo ni en las tertulias de los medios nacionales, sus mensajes también consiguen relevancia en la prensa internacional, especialmente de América Latina, donde la expresión *lawfare* suele ser empleada por líderes de algunos países latinoamericanos. El propio expresidente de Ecuador, Rafael Correa, se hizo eco de unas explicaciones de Monedero sobre este asunto: “El *lawfare* denunciado por Juan Carlos Monedero” (Correa, 2019). El mandatario compartió un vídeo en el que el politólogo explicaba el término y lo relacionaba con los golpes de Estado. En una entrevista en la emisora de Buenos Aires (Argentina) *Radio 10*, el profesor de la Universidad Complutense de Madrid explicaba que “toda esta guerra jurídica solamente funciona cuando el recorrido relevante es el mediático”, en el que se repiten continuamente mensajes, como el de “todos los políticos son iguales”, que contribuyen a generar un discurso social antipolítico (Monedero, 2021).

9. CONCLUSIONES

La labor principal de los *think tanks* en España, aunque tienen la intención de influir en los espacios de gestión de las políticas públicas, se fundamenta en la investigación y el estudio para atender a los desafíos y retos que consideran importantes porque pueden afectar a los ciudadanos. En España realizan un trabajo intelectual muy valioso que, sin embargo, no es considerado lo suficiente por los Gobiernos a la hora de gestionar. La mayoría de informes que publican plantean propuestas para hacer frente a problemas que pueden surgir en el corto, medio y largo plazo.

Los centros de pensamiento son conscientes de que su capacidad de influenciar es cada vez más limitada, ya que algunos de ellos intentan marcar distancia, incluso, con los partidos políticos con los que comparten agenda ideológica. El motivo es presentarse como organizaciones independientes que intervienen en el proceso de discusión y aplicación de las decisiones gubernamentales. El fin de alcanzar esa independencia responde a la misión de definirse como organizaciones cuyo trabajo trasciende a las ideas partidistas e ideológicas de determinadas formaciones políticas. El hecho, además, de intentar mostrarse a la opinión pública como entidades autónomas está relacionado con la meta de conseguir mayor presencia mediática y que esa presencia sea positiva. Sin embargo, la aparición de la figura del *think tank* en los medios de comunicación es muy reducida debido, sobre todo, a dos factores: la falta de financiación y el modelo mediático. El primer elemento impide que puedan incrementar su personal, dedicado a pensar y repensar los asuntos sociales, políticos y culturales más relevantes. De hecho, algunos laboratorios de ideas han tenido que reducir su plantilla por las crisis económicas y la falta de ingresos. Esto complica las opciones de que puedan llevar a expertos que hablen en representación del laboratorio a los distintos medios de comunicación, sumándose además que algunos medios optan por figuras aparentemente independientes, como analistas universitarios, en lugar de intelectuales con un sesgo ideológico y que están adscritos a un *think tank*. Una dinámica, por tanto, basada en el prejuicio de identificar a la organización con un partido político y no como una entidad con voz propia.

El ecosistema mediático español también es un inconveniente en sí mismo para los centros de pensamiento. Los *think tanks* consultados señalan dos problemas. Unos reconocen no tener directamente presencia porque la posibilidad de aparecer en determinados espacios depende de la decisión de agentes ajenos. Por su parte, otros añaden que salir en los medios no les es

beneficioso en muchas ocasiones porque su presencia se reduce a la anécdota o al "titular fácil", difuminado la verdadera labor de estas instituciones. Esto deriva en otro inconveniente: la escasa presencia mediática provoca que los ciudadanos desconozcan las funciones de estos organismos. Lo poco que pueden conocer, además, se limita a connotaciones negativas.

Aun así, los centros continúan con sus tareas, que van más allá de intentar influir y realizar propuestas. Los *think tanks* elaboran herramientas y poseen observatorios a los que pueden recurrir políticos, empresarios o ciudadanos para conocer su entorno social y cultural. Los *think tanks* se preocupan del mundo que les rodea. Y en ese desempeño de su trabajo a veces pueden repercutir en la vida pública sin ser conscientes, incluso, a largo plazo. Es importante, por consiguiente, que los sujetos que ocupan puestos de responsabilidad y que son los encargados de tomar las decisiones presten mayor atención a los proyectos que efectúan los laboratorios.

A la vez, es imprescindible entender que los centros de pensamiento son agentes que participan en el debate social y que, aunque estén conformados por expertos con distintas sensibilidades, también tienen una visión particular del mundo. Más allá de que se definan con unos valores (conservadores, liberales, progresistas...), sus líneas de actuación y la prioridad que le otorgan a ciertas cuestiones respecto a otras también revelan las posiciones ideológicas que pueden respaldar.

Los *think tanks* aspiran a convertirse en instituciones de referencia que idean el mundo para transformarlo, mediante el análisis de los problemas materiales y abstractos, imaginando nuevos conceptos y significantes capaces de representar nuevas realidades y de atender a nuevos significados. En esa tesitura permutable, los centros de pensamiento suponen un hilo de luz que proporciona claridad a ese entorno difuso y en el que a veces es fácil perderse como es el mundo de las ideas.

10. BIBLIOGRAFÍA

Castromil, A. [ANTON RODRIGUEZ CASTROMIL]. (2018). #5 - *Curso de Sociología Política - Los partidos políticos* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=QVRHVZPOaFM>

Correa, R. (2019). *El lawfare denunciado por Juan Carlos Monedero*. [Tuit]. Twitter.

<https://twitter.com/MashiRafael/status/1091213224224149504?s=20>

González, C. (2021). *La opinión pública ante la inmigración y el efecto de VOX*.
<http://www.realinstitutoelcano.org>.

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari33-20201-gonzalez-rinken-opinion-publica-ante-inmigracion-y-efecto-vox

FAES. (s. f.-b). FAES renuncia a las subvenciones que percibía como fundación vinculada al PP [Comunicado de prensa]. Recuperado 26 de mayo de 2021, de <https://fundacionfaes.org/es/prensa/45710/faesa-renuncia-a-las-subvenciones-que-percibia-como-fundacion-vinculada-al-pp>

FAES. (s. f.). Análisis - Diálogos - Papeles - Observatorio | Fundación FAES. fundacionfaes.org. Recuperado 14 de abril de 2021, de

<https://fundacionfaes.org/es/analisis/todos>

Gil, A. (2021, 20 mayo). *Hablan de “buenismo” para no hablar de “humanidad” o de “derechos humanos”*. *Porque se situarían en una posición indefendible desde* [Tuit]. Twitter.

https://twitter.com/Ander_Gil/status/1395298502461337600?s=20

González, C., & Martínez, J. P. (2020, diciembre). *Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad (SIDIR). Análisis del caso español. Séptima edición 2020*.

<http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/2d5ae81f-0433-49b7-a2e1-c467f4c09d9d/GonzalezEnriquez-MartinezRomera-Sistema-Indicadores-Distancia-Imagen-Realidad-SIDIR-Caso-Espanol-7ed-2020.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=2d5ae81f-0433-49b7-a2e1-c467f4c09d9d>

González, M. (2021). El Instituto Elcano advierte de que las diferencias en el Gobierno dañan la imagen exterior de España. *El País*.

<https://elpais.com/espana/2021-02-26/el-instituto-elcano-advierde-de-que-las-diferencias-en-el-gobierno-danan-la-imagen-exterior-de-espana.html>

Jabois, M. (2021) El mundo al revés si este mundo fuese perfecto. *Cadena Ser*.

https://cadenaser.com/programa/2021/05/20/hora_25/1621542589_464341.html

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2021). *Estrategia de Acción Exterior 2021–2024*. <http://www.exteriores.gob.es/>.

http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/ElMinisterioInforma/Paginas/Noticias/20210128_MINISTERIO13.aspx

Lakoff, G. (2006). *No pienses en un elefante*. [Libro electrónico]. Editorial Complutense.

<https://www.textosenlinea.com.ar/academicos/Lakoff%20-%20No%20pienses%20en%20un%20elefante.pdf>

Monedero, J. C. [Diario Público]. (2021). #EnLaFrontera479 - Monólogo - Lawfare contra Podemos [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5J8tuKDN7UQ>

Orden de 28 de marzo de 1994 por la que se regula la concesión de subvenciones a fundaciones dependientes de partidos políticos que difundan el conocimiento del sistema democrático. (1994). *Boletín Oficial del Estado*, 76, sec III, de 30 de marzo de 1994, 10172 a 10173. [https://www.boe.es/eli/es/o/1994/03/28/\(1\)](https://www.boe.es/eli/es/o/1994/03/28/(1))

Ponsa, F., & González-Capitel, J. (2015). *Radiografía de los Think Tanks en España*. Fundación Ciudadanía y Valores.

http://oett.es/wp-content/uploads/2017/10/radiograf%C3%ADa_de_los_think_tanks_en_espa%C3%B1a._2pdf.pdf

Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, Puig, V., Ollero, A., Pericay, X., Porta, M., & Portero, F. (2005). *El fraude del buenismo* [Libro electrónico]. FAES.

https://fundacionfaes.org/file_upload/publication/pdf/20130425174837el-fraude-del-buenismo.pdf

Radiocut. (2021). *Juan Carlos Monedero - Mañana Sylvestre - Radio 10*. Radiocut.Fm.

<https://ar.radiocut.fm/audiocut/juan-carlos-monedero-manana-sylvestre-radio-10/>

Rebollo-Bueno, S. (2019). *Los think tanks y su presencia en la agenda mediática española*. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/95147/Los%20Think%20Tanks.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez-Andrés, R. (2012). *Los efectos de la " americanización" de las campañas electorales del mundo*. Tribuna Norteamericana.

Roger-Monzó, V., & Castelló-Sirvent, F. (2020). *Think tanks españoles: análisis longitudinal de su presencia en medios nacionales e internacionales (2004-2018)*. El profesional de la información (EPI), 29(3).
<http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/may/roger-castello.pdf>

Tertsch, H. (2021a, mayo 18). *El parlamento europeo produce informes y resoluciones que son puro desahogo ideológico, tan inútiles como alejados de preocupaciones y problemas reales* [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/hermanntertsch/status/1394744896867782658?s=20>

Vollenweider, C., & Romano, S. (2017). *Lawfare. La judicialización de la política en América Latina*. Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica. CELAG. <https://www.celag.org/wp-content/uploads/2017/03/LawfareT.pdf>

Xifra, J. (2005). Los think tank y advocacy tank como actores de la comunicación política. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, (32), 073-91.
<https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15173/179893>