

25-26

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES POLÍTICOS Y CIUDADANOS

CÓDIGO 29903064

UNED

25-26**ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES
POLÍTICOS Y CIUDADANOS****CÓDIGO 29903064**

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA
ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

Nombre de la asignatura	ENCUESTAS Y CAMPAÑAS, LÍDERES POLÍTICOS Y CIUDADANOS
Código	29903064
Curso académico	2025/2026
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	4
Horas	100
Periodo	SEMESTRE 1
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Los partidos políticos son los actores más destacados de los sistemas políticos. Su papel es imprescindible en las democracias representativas ya que canalizan las demandas de los ciudadanos haciéndolas llegar a las instituciones de gobierno. Pero las transformaciones sociales económicas y políticas acontecidas en el último cuarto del siglo XX han modificado no sólo la organización de los partidos sino también el desempeño de sus funciones. En gran medida la revolución tecnológica ha influido en los medios de comunicación que han cambiado su manera de influir en la vida política y en la forma de llevar el mensaje a los ciudadanos. El objetivo de este curso es capacitar a los alumnos para analizar las interacciones que se producen entre los actores –partidos, líderes y ciudadanos- dentro del proceso político. Se dedicará especial atención a estudiar los criterios y mecanismo que utilizan los partidos en la selección y reclutamiento de los candidatos a cargos públicos. En este curso además, se identificarán los principales instrumentos que utilizan los políticos para comunicarse con los ciudadanos. Asimismo se pretende conocer la influencia y el alcance que tienen las nuevas formas de comunicación política sobre el comportamiento de los ciudadanos.

La asignatura Encuesta y Campaña, Líderes Políticos y Ciudadanos, es una asignatura optativa de 4 créditos ECTS. Tras recordar los conceptos básicos ya superados en sus estudios de grado, o en el curso de nivelación, los estudiantes harán una extensión de los mismos con especial incidencia en el desempeño de los partidos políticos en la comunicación que establecen con los ciudadanos. Se contextualizará el estudio en los procesos electorales y se analizarán los instrumentos de comunicación que se utilizan para relacionarse con los ciudadanos. Se pretende que el estudiante adquiera la capacidad para analizar las interacciones que se producen entre los actores –partidos, líderes y ciudadanos- dentro del proceso político. Con esta asignatura, el estudiante tendrá una sólida preparación para afrontar y ampliar el estudio de la realidad política con otras asignaturas que se ofertan en este Máster.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Los estudiantes han de ser capaces de leer, comprender y trabajar con todos los textos propuestos por el equipo docente, algunos de los cuales están escritos en inglés.

Se espera que los estudiantes entiendan de qué manera se configuran las relaciones entre los actores políticos y los ciudadanos, además de conocer los instrumentos políticos e institucionales que las democracias occidentales ofrecen para tal fin.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos

ANGUSTIAS M HOMBRADO MARTOS

Correo Electrónico

ahombrado@poli.uned.es

Teléfono

91398-6183

Facultad

FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

Departamento

CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

Nombre y Apellidos

JOSÉ JAVIER OLIVAS OSUNA (Coordinador de asignatura)

Correo Electrónico

jjolivas@poli.uned.es

Teléfono

91398-7095

Facultad

FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

Departamento

CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La tutorización de la asignatura se realizará preferentemente a través del curso virtual de la asignatura; aunque también se puede utilizar el correo electrónico y el teléfono. En el caso de consultas por correo electrónico, se deberá utilizar la dirección de correo asignada como estudiante UNED. Se ruega que se identifique el nombre y código de la asignatura objeto de la pregunta, se formule la cuestión con claridad y concisión y se emplee un lenguaje apropiado y respetuoso.

El estudiante deberá seguir el calendario de actividades propuesto y planificar de manera objetiva su aprendizaje.

D. José Javier Olivas Osuna.

Departamento de Ciencia Política y de la Administración.

Horarios de oficina del coordinador de la asignatura: lunes de 10 a 14 horas y miércoles de 16 a 18 horas

Cualquier otro horario previa cita.

Correo electrónico: jjolivas@poli.uned.es

Teléfono: 91398-7095

D.^a Angustias M.^a Hombrado Martos.

Departamento de Ciencia Política y de la Administración.

Horario de oficina: martes de 10:00 a 14:00 horas.

Correo electrónico: ahombrado@poli.uned.es

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.

CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información web gráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.

CE6 - Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente la referida a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Se pretende que al finalizar el curso los alumnos hayan adquirido los conocimientos conceptuales básicos, metodológicos e instrumentales que les permitan enfrentarse de forma autónoma tanto al análisis de las relaciones entre partidos políticos y ciudadanos como a la identificación de los canales e instrumentos de comunicación política empleados por los actores políticos. Por tanto el objetivo general de la asignatura es, que los alumnos sean capaces de conocer y comprender en su complejidad el proceso que subyace en la vinculación entre políticos y ciudadanos a partir de la utilización de instrumentos de comunicación, así como las características, elementos y efectos que su uso generan.

Objetivos de aprendizaje (OA):

- OA1: Conocer el comportamiento de los actores políticos. Este objetivo debe permitir al alumno identificar a los principales actores políticos que desempeñan actividades dentro del

sistema político y comprender su comportamiento en el sistema y en su entorno.

- OA2: Conocer y comprender el comportamiento de los ciudadanos y los valores democráticos. Este objetivo permite comprender las actitudes y comportamientos políticos así como el proceso de la formación y expresión de las preferencias políticas.
- OA3: Conocer y analizar el funcionamiento de los procesos electorales. El alumno conocerá y será capaz de analizar los procesos electorales: campañas, estrategias electorales de los partidos, escenarios políticos y análisis e interpretación de los resultados electorales.
- OA4: Conocer y utilizar técnicas de comunicación política. El alumno se familiarizará con las herramientas básicas de comunicación política.

Conocimientos (C):

- C1: Saber qué es un partido político y su organización.
- C2: Comprender las actividades que desempeñan los partidos políticos dentro del sistema político.
- C3: Conocer y comprender el comportamiento de los ciudadanos
- C4: Conocer el proceso de formación de las preferencias políticas.
- C5: Ser capaz de distinguir los elementos que componen los modelos de preferencias políticas.
- C6: Conocer los procesos electorales en todas sus dimensiones y sus procesos electorales.
- C7: Conocer los elementos y el proceso de una campaña electoral y/o institucional.
- C8: Conocer las técnicas de comunicación política utilizadas por los actores políticos.
- C9: Conocer instrumentos para difundir mensajes e información políticos.

Habilidades y destrezas (HD):

- HD1: Capacidad para examinar las principales aportaciones teóricas sobre actores políticos.
- HD2: Identificar a los actores políticos nacionales e internacionales: partidos políticos, líderes, grupos de presión, movimientos y organizaciones sociales...
- HD3: Identificar las actividades que desarrollan los partidos políticos dentro de los sistemas políticos.
- HD4: Analizar campañas electorales y /o institucionales.
- HD5: Interpretar los procesos de liderazgo político.
- HD6: Realizar un análisis electoral.
- HD7: Identificar las fuentes sobre datos electorales
- HD8: Diseñar estrategias políticas.
- HD9: Explicar y pronosticar las pautas y tendencias del comportamiento político.
- HD10: Identificar cuestiones relevantes de debate público.

Actitudes (A):

- A1: Revisar de forma crítica la literatura politológica.
- A2: Debatir sobre las diferentes aportaciones teóricas.
- A3: Fomentar el interés hacia los instrumentos de comunicación política.
- A4: Manejar con soltura los datos electorales y de opinión pública.
- A5: Inculcar la conveniencia de elaboración de informes objetivos y con calidad

científica.

La superación con éxito de la asignatura permitirá que el estudiante conozca y comprenda las relaciones entre partidos políticos y ciudadanos. Será capaz de reflexionar sobre el alcance e influencia que ejercen los instrumentos de comunicación de que disponen los políticos en su relación con los ciudadanos.

CONTENIDOS

1. El reclutamiento de candidatos, la elección y el ejercicio del poder político.
2. La organización de los partidos, los cargos políticos y los líderes.
3. Instrumentos de comunicación política y su evolución hasta nuestros días.
4. Las campañas electorales, las campañas institucionales y los medios de comunicación.
5. Relaciones entre líderes, partidos y ciudadanos en el proceso político.
6. Opinión pública, preferencias de los votantes y factores de liderazgo.

METODOLOGÍA

Esta asignatura ha sido diseñada según la modalidad de enseñanza a distancia. El estudiante cuenta con el material necesario para afrontar el estudio de manera autónoma a partir de los textos básicos, artículos en libre acceso que estarán disponibles en el curso virtual de la asignatura. Se recomienda que se dediquen 2 semanas de estudio a cada uno de los 6 temas. Estos 6 temas se agrupan en Ágora en 3 bloques temáticos:

Bloque temático 1: Actores políticos: partidos y líderes (Temas 1 y 2)

Bloque temático 2: Instrumentos de comunicación política (Temas 3 y 4)

Bloque temático 3: Relaciones entre partidos y ciudadanos (Temas 5 y 6)

Para avanzar en el conocimiento de la materia, los estudiantes tendrán que realizar las actividades propuestas para los diferentes bloques temáticos. Complementariamente, los estudiantes tendrán que realizar un examen.

Plan de trabajo:

1. Lectura y estudio de textos básicos propuestos para cada uno de los bloques temáticos.
2. Elaboración de actividad de elaboración continua (PEC).
3. Examen.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	2
Duración del examen	120 (minutos)
Material permitido en el examen	

Ninguno

Criterios de evaluación

Demostrar haber alcanzado los conocimientos descritos.

% del examen sobre la nota final	70
----------------------------------	----

Nota del examen para aprobar sin PEC	7,2
--------------------------------------	-----

Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	7
--	---

Nota mínima en el examen para sumar la PEC

Comentarios y observaciones

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad	Si
-------------------------	----

Descripción

Aplicación práctica del aprendizaje

Criterios de evaluación

Conocimiento, exposición argumentativa y habilidad para el análisis.

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final	70%
---	-----

Fecha aproximada de entrega	15/01/2025
-----------------------------	------------

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?	Si,PEC no presencial
-----------	----------------------

Descripción

Desarrollo de una actividad disponible en la plataforma.

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final	30%
--	-----

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s?	No
---------------------------------------	----

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final
Fecha aproximada de entrega
Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La nota final es la suma de las notas obtenidas en el examen final y la PEC. El examen aporta el 70% de la nota final de la asignatura y la PEC aporta el 30% restante. No es necesario realizar la PEC para aprobar la asignatura, aunque si no se presentase la PEC el alumno necesitaría un 7,2 en el examen para aprobar la asignatura. En términos generales, para saber la nota final de la asignatura, se multiplica la nota de la PEC por 0,3 y la nota del examen final por 0,7; la suma de ambas notas ponderadas da lugar a la calificación final.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Bloque 1: Actores políticos: partidos y líderes

1. El reclutamiento de candidatos, la elección y el ejercicio del poder político.

2. La organización de los partidos, los cargos políticos y los líderes.

Cross, William y André Blais (2012). "Who selects the party leader?", *Party Politics*, 18(2): 127-150.

Blais, André (2013). "Introduction", en Kees Aarts, André Blais, and Hermann Schmitt (eds.) *Political leaders and democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.

William P. Cross, Richard S. Katz (eds): *The Challenges of Intra-Party Democracy*, 2013, Oxford University Press (págs. 1-10)

Katz, R. y Mair, P. (2009). "The Cartel Party Thesis Revisited", *Perspectives on Politics* 7(4): 753-766

McAllister, Ian (2007). "The personalization of politics", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press (capítulo 30).

Sandri, G. y Seddone A. (2015) "Introduction: primary electios across the world", en G. sandri, A. Seddone y F. Venturino (eds.) *Party primaries in Comparative Perspective*. Londres: Ashgate (págs. 1-19).

Warre, A. (1996). "Selección de candidatos y líderes" en *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Madrid: Istmo, págs. 393-440.

Bloque 2: Instrumentos de comunicación política

1. Instrumentos de comunicación política y su evolución hasta nuestros días.

2. Las campañas electorales, las campañas institucionales y los medios de comunicación.

Brady, Henry E., Richard Johnston y John Sides (2009). "The study of political campaigns", en H.E. Brady y R. Johnson (eds.) *Capturing campaign effects*. Michigan: University of

Michigan Press.

Nadeau, R. et al. (2008). "Election Campaigns as Information Campaigns: who learns what and does it matter?", *Political Communication*, 25: 229-248.

Martínez Coma, F. (2008). ¿Por qué importan las campañas electorales? Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Michael Margolis y Geron Moreno-Riaño. (2009) *The prospect of Internet democracy*. Ashgate Pub Co.

Ohr, Dieter (2013). *Changing Patterns of Political Communication*, en Kees Aarts, André Blais, and Hermann Schmitt (eds.) *Political leaders and democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008) *Sistemas mediáticos comparados*. Ed. Hacer.

VV.AA (2019). *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*. Parlamento Europeo: European parliamentary Research Service.

Bloque 3: Relación entre partidos y ciudadanos

1. Relaciones entre líderes, partidos y ciudadanos en el proceso político.

2. Opinión pública, preferencias de los votantes y factores de liderazgo.

Dalton, Russell J., Hans-Dieter Klingemann (2007). "Citizens and political behavior", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press.

Franklin, M. (1992). *The decline of cleavage politics*. En M. Franklin, T.T. Mackie y H. Valen, *Electoral Change*, Cambridge: Cambridge University Press, págs. 383-405.

Linz, J.J. (2007) "Conclusiones: los partidos políticos en la política democrática: problemas y paradojas" en Montero, J. R., Gunther, R. y Linz, J. J., *Partidos políticos. Viejos conceptos y nuevos retos*, Madrid, Trotta, págs.: 277-305.

Thomassen, J. (2005). Introduction. En J. Thomassen (ed.) *The European voter*, Oxford: Oxford University Press, págs. 1-21.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Bloque 1:

- Passarelli, G. (2020). The presidential party: A theoretical framework for comparative analysis. *Political Studies Review*, 18(1), 87-107.
- Debus, M., &Navarrete, R. M. (2020). Do regional party primaries affect the ideological cohesion of political parties in multilevel systems? Evidence from Spain. *Party Politics*, 26 (6), 770-782.
- Frantz, E., Kendall-Taylor, A., Nietzsche, C., &Wright, J. (2021). How personalist politics is changing democracies. *Journal of Democracy*, 32(3), 94-108.

•Casal Bértoa, F., Rodríguez-Teruel, J., Barberà, O., &Barrio, A. (2014). The carrot and the stick: Party regulation and politics in democratic Spain. *South European Society and Politics*, 19(1), 89-112.

•Maldita.es (2020). Así eligen a sus líderes y candidatos los principales partidos políticos: de primarias abiertas a listas cerradas. Así eligen a sus líderes y candidatos los principales partidos políticos: de primarias abiertas a listas cerradas-Maldita.es - Periodismo para que no te la cuelen

Bloque 2:

•Pérez-Escoda, A., Pedrero-Esteban, L. M., Rubio-Romero, J., &Jiménez-Narros, C. (2021). Fake news reaching young people on social networks: Distrust challenging media literacy. *Publications*, 9(2), 24.

•Humanes, M. L., &Valera-Ordaz, L. (2023). Partisanship, Ideology, and Selective Exposure: A Longitudinal Analysis of Media Consumption in Spain (2008–2019). *Media and communication*, 11(2), 113-126.

•Ramírez-Dueñas, J. M., &Vinuesa-Tejero, M. L. (2021). How does selective exposure affect partisan polarisation? Media consumption on electoral campaigns. *The Journal of International Communication*, 27(2), 258-282.

•Pineda, A., Bellido-Pérez, E., &Barragán-Romero, A. I. (2022). “Backstage moments during the campaign”: The interactive use of Instagram by Spanish political leaders. *New media &society*, 24(5), 1133-1160.

•Fernández-Viso, A., &Fernández-Alonso, I. (2024). The evolution of government intervention in the Mediterranean media system: Spain, France, and Portugal. *Media and Communication*, 12.

Bloque 3:

•Ford, R., &Jennings, W. (2020). The changing cleavage politics of Western Europe. *Annual Review of Political Science*, 23, 295-314.

•Reiljan, A., Garzia, D., Da Silva, F. F., &Trechsel, A. H. (2024). Patterns of affective polarization toward parties and leaders across the democratic world. *American Political Science Review*, 118(2), 654-670.

•Zhuravskaya, E., Petrova, M., &Enikolopov, R. (2020). Political effects of the internet and social media. *Annual Review of Economics*, 12(1), 415-438.

•Widmann, T. (2021). How emotional are populists really? Factors explaining emotional appeals in the communication of political parties. *Political Psychology*, 42(1), 163-181.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Documentos ubicados en la web

ENTRE EL DESEO Y LA REALIDAD. ¿POLÍTICOS PROFESIONALES O VOCACIONALES?
OPINIONES DE LOS EX PARLAMENTARIOS ESPAÑOLES

<https://www.juntaelectoralcentral.es/> . Junta Electoral Central. Contiene toda la información oficial sobre todos los procesos electorales españoles: normas, acuerdos, resultados

<https://www.mir.es> Dispone de todos los datos de los procesos electorales –generales, municipales y europeos- habidos en España desde 1977.

<https://www.cis.es> Ofrece publicaciones y datos de estudios de opinión pública sobre cuestiones políticas con un amplio número de indicadores.

<https://www.mzes.uni-mannheim.de> Contiene una sólida base de datos sobre procesos electorales en las democracias occidentales.

<https://www.europeansocialsurvey.org> Ofrece información sobre la Encuesta Social Europea. Estudio bianual financiado por la European Science Foundation y la Comisión Europea. El objetivo principal es el estudio comparado y longitudinal de actitudes, atributos y conductas de los ciudadanos europeos en referencia a los ámbitos económico, social y político.

https://ec.europa.eu/public_opinion Página que recoge información sobre los Eurobarómetros realizados por la Comisión Europea sobre cuestiones de actualidad política.

<https://electionreformproject> , página que informa de los proyectos de reforma del sistema electoral en Estados Unidos.

<https://www.electoral.network> , página sobre los sistemas electorales en el mundo.

<https://teleuned.uned.es/teleuned2001/directo.asp?ID=4717&Tipo=C> . Esta videoclase sobre actualización de datos electorales fue impartida por la profesora López Nieto.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.