



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



## MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

- Agendas de género y comunicación política (Prof<sup>a</sup>. Beatriz Ranea Triviño)
- Agenda, encuadres y comunicación política. (Prof. Antón R. Castromil)
- Análisis estadístico básico para el tratamiento de bases de datos (Prof<sup>a</sup>. Ana Fernández Zubieta)
- Campo mediático y orden político (Prof. Luis García Tojar)
- Ciudadanía, audiencias y opinión pública (Prof. José A. Ruiz San Román)
- Cultura política y comportamiento político (Prof<sup>a</sup>. Paloma Abejón Mendoza)
- Elaboración y análisis de encuestas para estrategias en comunicación política (Prof<sup>a</sup> María I. Sánchez Domínguez)
- Grupos de discusión, entrevistas y análisis del discurso (Prof<sup>a</sup>. Elisa Brey)
- Marketing político, mediatización y ciberpolítica (Prof. Jose Luis Dader García)
- Nuevas tecnologías y comunicación política (Prof<sup>a</sup>. Ana Fernández Zubieta)
- Partidos, ideologías y liderazgo políticos (Prof. Emilio M. Martínez Gutiérrez)
- Problemas sociales y comunicación política (Prof<sup>a</sup>. Aina D. López Yáñez)
- Taller de investigación e intervención en comunicación política y campañas electorales (Profs. Luis García Tojar y María Goenaga Ruiz de Zuazu)



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

## Agendas de Género y Comunicación Política (Cod. 604466)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORA:** Beatriz Ranea Triviño (b.ranea@ucm.es)

## Introducción

Para la Agenda Pública de las democracias avanzadas (r anking de problemas a resolver por las políticas públicas), las relaciones de género se han convertido en uno de sus principales temas a debate. Esto ocurre tanto por los problemas específicos que plantean (violencias de género, conciliación de trabajo y familia, políticas de igualdad) como en términos transversales, dado que todas las demás ‘issues’ est n afectadas por las cuestiones de género, especialmente por cuanto afecta a la visibilidad de las mujeres y la persistencia de la desigualdad.

## Objetivos

Conocer en sus fases principales la evolución histórica de las relaciones de género. Identificar la estructura actual de las relaciones de género entendidas como relaciones de poder. Analizar las vías de acceso de las cuestiones de género al primer plano de la opinión pública. Interpretar formas de intervención alternativas en la representación cultural capaces de subvertir la cultura mediática dominante. Evaluar el impacto de las agendas de género sobre las políticas públicas

## Temario

1. Agendas de género y comunicación política en las democracias avanzadas.
2. De la “Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana” a la institucionalización del feminismo y las políticas de igualdad.
3. Participación política de las mujeres.
4. Género, visibilidad y medios de comunicación.
5. Agendas de género y marcos de los debates contemporáneos:
  - 5.1. Las violencias de género: violencia de género en el ámbito de la pareja, violencias sexuales, explotación sexual
  - 5.2. Salud sexual y reproductiva
  - 5.3. Maternidades, familias, cuidados
  - 5.4. Desigualdades en el empleo y conciliación
  - 5.5. Género y educación
  - 5.6. Diversidad sexual
  - 5.7. Masculinidad(es)
6. Agendas de género, antifeminismo y desdemocratización.

## Sistema de evaluación

Se requiere superar una parte teórica (50%) y realización de trabajos prácticos en clase (50%).

- Parte teórica: consistirá en un ensayo final aplicando los conocimientos adquiridos durante el curso.
- Parte práctica que consistirá:
  - Realización de trabajos prácticos en clase.
  - Una exposición oral sobre distintas lecturas propuestas, seguida de su discusión en seminario. Podrán incluirse toda clase de materiales adicionales, como análisis de casos ilustrativos libremente seleccionados.

## Competencias Generales

CG1: Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CG3: Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4: Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

## Competencias Transversales

CT2: Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.

CT3: Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

CT4: Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

## Competencias Específicas

CE1: Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

CE3: Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

CE5: Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias del análisis.

## Bibliografía básica

- ✚ ALONSO ÁLVAREZ, Alba y LOIS GONZÁLEZ, Marta (eds) (2014) *Ciencia política con perspectiva de género*, Madrid, Akal.
- ✚ ALONSO ÁLVAREZ, Alba y LOIS GONZÁLEZ, Marta (eds) *Género y Política. Nuevas líneas de análisis ante la cuarta ola feminista*. Valencia: Tirant lo Blach
- ✚ BERNÁRDEZ, Asunción (2015) *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*, Madrid, Fundamentos.
- ✚ BUSTELO, María y LOMBARDO, Emanuela (eds) (2007). *Políticas de igualdad en España y en Europa*, Madrid, Cátedra.

- ✚ COBO BEDÍA, Rosa y FERNÁNDEZ SUÁREZ, Belén (eds) (2022) *Sociología Feminista*, Granada, Comares.
- ✚ DÍAZ, Capitolina y DEMA, Sandra (eds) (2013) *Sociología y género*, Madrid, Tecnos.
- ✚ GIMENO, Beatriz (2012) *La prostitución. Aportaciones para un debate abierto*. Barcelona. Bellaterra.
- ✚ MATHER SAUL, Jennifer (2003) *Feminism. Issues & Arguments*. Oxford University Press.
- ✚ RANEA TRIVIÑO, Beatriz (2018) *Feminismos, Antología de textos feministas para uso de las generaciones más jóvenes y de las que no lo son tanto*. Madrid. Catarata
- ✚ SEGATO, Rita Laura (2016) *La guerra contra las mujeres*. Madrid. Traficantes de sueños.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de  
**Agendas, encuadres y comunicación  
política** (Cod. 604467)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Obligatoria

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** Antón R. Castromil (arcastromil@ccinf.ucm.es)

## Introducción

Esta asignatura pretende introducir a las alumnas y alumnos en el estudio del contexto político y social de la comunicación política a través del estudio de las teorías de *agenda-setting* y *framing*.

## Objetivos

La asignatura tiene como objetivo dar a conocer la interrelación existente entre el sistema político, la ciudadanía y los medios de comunicación bajo la perspectiva de la teoría de *agenda setting* y el enfoque del encuadre o *framing*. También se tendrán en cuenta la tematización a través de fenómenos como el populismo y la construcción de hegemonías. De este modo se pretende optimizar el aprendizaje de las alumnas y alumnos en el fenómeno de la comunicación política

## Temario

El temario de la asignatura se presenta aquí de modo orientativo y sujeto a cambios. El profesor entregará en clase y pondrá a disposición de los alumnos en el Campus Virtual el temario definitivo

### TEMA 1: Los fundamentos de lo político

- La política como consenso
- La política como conflicto
- Tematización objetiva vs agonista

### TEMA 2: El establecimiento de la agenda

- Fundamentos de agenda-setting
- Agenda y atributos

### TEMA 3: Teoría de marcos y tematización

- Fundamentos de la teoría de marcos
- Teoría de marcos y comunicación

### TEMA 4: Polarización y temas de debate

- Polarización en la política como gestión
- Polarización agonística y desbocada

### TEMA 5: Hegemonía y temas de debate

- Discursos hegemónicos y tematización
- El populismo en la política como gestión
- La visión radical del populismo

## Sistema de evaluación

- Se requiere superar una prueba escrita sobre el temario de la asignatura (80%)
- Se requiere superar una prueba escrita sobre las lecturas de la asignatura (20%)
- Se requiere la realización de un mínimo de 3 prácticas de clase (1 punto adicional)

## Competencias generales

CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

## Competencias transversales

CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera

CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

## Competencias específicas

CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

## Bibliografía básica

- ✚ Castromil, Antón R. (2017): *Ciencia política para periodistas. Ideas para una información más rigurosa*. Barcelona. UOC.
- ✚ Castromil, Antón R.; García Tojar, Luis y Humanes, M<sup>a</sup> Luisa (Eds.) (2020): *La Comunicación Política en la era de la mediatización*. Salamanca. Comunicación Social.
- ✚ Chihu, A. (2006): “Introducción: Construcción de marcos interpretativos” en Chihu, A. (coord.): *El análisis de los marcos en la sociología de los movimientos sociales*. México. UAM.
- ✚ Entman, R. M. (1993): “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”. *Journal of Communication* 43 (4)
- ✚ Gamson, W. A. (1992) *Talking Politics*. New York. Cambridge University Press.
- ✚ Goffman, E. (2006. V. O. 1975): *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid. CIS.



- ✚ Hunt, S.; Benford, R. y Snow, D. (2006): “Marcos de acción colectiva y campos de identidad en la construcción social de los movimientos” en Chihu, A. (coord.): El análisis de los marcos en la sociología de los movimientos sociales. México. UAM.
- ✚ Iyengar, S. y Kinder, D. R. (1987): *News That Matters*. Chicago. *The University of Chicago Press*.
- ✚ McCombs, M.y Shaw, D. (1972): “The Agenda-Setting Function of Mass Media” *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 36: N° 2.
- ✚ McCombs, M. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona. *Paidós*.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

**Análisis estadístico básico para el  
tratamiento de bases de datos (Cod. 604473)**

---

**MÓDULO:** Intervención e Investigación en Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Obligatoria

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORA:** Ana Fernández Zubieta (a.fernandez.zubieta@ucm.es)

## Introducción

El proceso de la investigación científica tanto académica como aplicada requiere el desarrollo de un conjunto de tareas entre las que se encuentra el análisis estadístico de datos. Para ello, se cuenta en la actualidad con una variedad de software, de ayuda para el investigador y el analista. En esta asignatura se pretende que los/as alumnos/as integren el análisis estadístico en sus rutinas de trabajo dentro del ámbito de la comunicación política.

## Objetivos

El objetivo de este curso es introducir al alumno en las técnicas de análisis estadístico y en el programa estadístico más utilizado en las ciencias sociales, SPSS.

NOTA: En caso de imposibilidad de impartir las clases de forma presencial o para facilitar el acceso, se podrá realizar un cambio de software de SPSS al software libre R.

## Temario

Tema 1. El análisis de datos en el diseño de la investigación cuantitativa.

- 1.1. La medición en ciencias sociales: operacionalización de conceptos y variables.
- 1.2. La estadística descriptiva y la estadística inferencial.

Tema 2. Análisis univariados.

- 2.1. Estadísticos descriptivos: frecuencias absolutas y relativas, porcentajes, estadísticos de tendencia central, dispersión, posición, forma de la distribución. Puntuaciones típicas y curva normal.
- 2.2. Análisis exploratorio de datos.

Tema 3. Análisis bivariados.

- 3.1. Tablas de contingencia.
- 3.2. Diferencia de medias.
- 3.3 Análisis de varianza.
- 3.4. Correlaciones.

Tema 4. Análisis multivariados.

- 4.1. Análisis factorial
- 4.2. Regresión lineal múltiple: Introducción.

## Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará del siguiente modo:

- 75% de la calificación se obtendrá a través de un examen teórico-práctico sobre los contenidos de la asignatura.
- 25% se obtendrá a través de trabajos durante el curso

Habrà que aprobar el examen para proceder a realizar ponderación de la calificación final.

### Competencias Generales:

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### Transversales:

- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

### Específicas:

- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.
- CE5. Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.
- CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas.

### Bibliografía básica

- ✚ Igartua, Juan José (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

### Bibliografía general

- ✚ Agresti, Alan, Finlay, Barbara (2014). *Statistical methods for the social Sciences*. Harlow: Pearson.
- ✚ Bucy, Erik, Holbert, R. Lance (ed.) (2011). *Sourcebook for political communication research: Methods, measures, and analytical techniques*. New York: Routledge.
- ✚ Cea D'Ancona, María Ángeles (1998). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- ✚ Cea D'Ancona, María Ángeles (2004). *Análisis multivariable. Teoría y práctica en la investigación social*. Madrid: Síntesis.
- ✚ Gunter, Barrie (2000). *Media research methods*. London: Sage.
- ✚ Hornig Priest, Susanna (2009). *Doing Media Research*. London: Sage.
- ✚ Moore, David (2005). *Estadística Aplicada Básica*. Barcelona: Bosch.
- ✚ Pardo Antonio y Ruiz Miguel Ángel (2005). *Análisis de datos con SPSS 13 Base*. Madrid: McGraw-Hill.
- ✚ Sánchez Carrión, Juan Javier (1999). *Manual de análisis estadístico de los datos*. Madrid: Alianza Editorial.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

## Campo mediático y orden político

(Cod. 604469)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** Luis García Tojar (lgarciat@ccinf.ucm.es)

## Introducción

La asignatura estudia el papel de los medios de comunicación en la construcción del orden político a través del concepto de “campo mediático”, elaborado a partir de la obra de Pierre Bourdieu, cuyo límite metodológico se completa con un replanteamiento de la sociología política de Max Weber.

## Objetivos

1. Analizar el papel ambivalente de los medios de comunicación en la configuración del orden político en las sociedades democráticas actuales.
2. Hacer avanzar una investigación sociológicamente fundamentada dentro del campo de la Comunicación política.
3. Impulsar la sociología política de los medios de comunicación desde una perspectiva de alcance medio.

## Temario

1. *Sociología del campo mediático*. El concepto de campo. Alternativas teóricas. La influencia del campo mediático en los campos de producción cultural. La mediatización del campo político.
  2. *Burocracia y carisma en el proceso de legitimación del poder*. Burocracia. Carisma. Legitimación y racionalización.
  3. *La burocratización del carisma*. Carisma mediático. Democracias de audiencias.
  4. *Los nuevos mitos políticos*. El mito secular.
  5. *El liderazgo mediatizado*. La política de la “intimidad”.
- Epílogo. Un mito político para el siglo XXI: el orden terapéutico*. Cultura y estado terapéuticos. El liderazgo terapéutico como carisma manufacturado.

## Sistema de evaluación

El tiempo lectivo estará dividido entre clases magistrales y prácticas. Para las segundas, el profesor facilitará diversos materiales relacionados con cada tema y dirigirá una discusión entre los alumnos. La calificación de los alumnos se obtendrá de sumar la nota de las clases magistrales, a partir de una prueba escrita donde entrará la materia explicada, las prácticas y la lectura obligatoria, y la nota de las prácticas, que evaluará la exposición y la participación en las discusiones.

## Competencias Generales

CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita

abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### Competencias transversales

CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.

CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política

### Competencias específicas

CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

CE2. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.

CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas.

### Bibliografía general

- ✚ Barthes, R. 2009: *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.
- ✚ Benson, R. y Neveu, E. 2010 (eds.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity.
- ✚ Bourdieu, P. 1997: *Sur la télévision*. Paris: Liber.
- ✚ Breuer, S. 1996: *Burocracia y carisma: la sociología política de Max Weber*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- ✚ Castromil, Antón; García Tojar, Luis y Humanes, M<sup>a</sup> Luisa (Eds.) (2020): *La Comunicación Política en la era de la mediatización*. Salamanca. Comunicación Social.
- ✚ Giner, S. 2003: *Carisma y razón*. Madrid: Alianza.
- ✚ Hallin, D. y Mancini, P. 2008: *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- ✚ Klein, E. 2021: *Por qué estamos polarizados*. Madrid: Capitán Swing.
- ✚ Lindholm, C. 2001. *Carisma*. Barcelona: Gedisa.
- ✚ Torcal, M. 2023: *De votantes a hooligans*. Madrid: La catarata.
- ✚ Weber, M. 2002: *Economía y sociedad*. México: FCE.
- ✚ Willner, A. R. 1984: *The Spellbinders: Charismatic Political Leadership*. New Haven: Yale University Press.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

**Ciudadanía, audiencias y opinión  
pública** (Cod. 604464)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Obligatoria

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** José Antonio Ruiz San Román (jars@ucm.es)



## Introducción

De los tres actores de la Comunicación Política, la ciudadanía es el que tiene un status más ambiguo. No es un actor sistémico, como políticos y medios. No dispone de capacidad directa para configurar el espacio público e imponer en él sus temas y preferencias. Carece de los instrumentos de que están dotados los otros dos actores para intervenir significativa y eficazmente en los intercambios comunicativos. La ciudadanía es un conglomerado heterogéneo de sujetos y grupos, definidos por las divisiones sociales (*cleavages*), así como por sus perfiles psicológicos y sociales y sus capacidades y posibilidades de asimilar/rechazar los mensajes recibidos. Y, sin embargo, todo el proceso comunicativo se evalúa en función del impacto que sus mensajes tienen sobre los comportamientos ciudadanos, decisivos sobre todo en el momento clave de las elecciones. Sin embargo, hay situaciones en las que la ciudadanía se coloca en condiciones de competir, en posición de cierta igualdad, con los otros dos actores. Lo que sólo sucede cuando emergen diversas formas de organización social ciudadana consistentes y muy activas en el espacio público. Bajo dos modalidades bien diferentes: grupos organizados (redes reales) con presencia física en el espacio público (y su repercusión en el espacio mediático); redes sociales virtuales que si bien pueden proyectarse en tales espacios, son más volátiles y quizá por ello su eficacia sea más limitada. De este conjunto de problemas se derivan, al menos, tres grandes bloques de análisis: (1) la ciudadanía entendida en su dimensión más político-institucional, así como en sus posibilidades de acción social; (2) la ciudadanía concebida como audiencia mediática, definida por las cualidades propias de los usuarios y consumidores de los medios; (3) la ciudadanía que expresan las representaciones demoscópicas. Todo ello supone analizar, además, las capacidades de asimilación cognoscitiva de la ciudadanía, los contenidos comunicativos destinados a movilizarla.

## Objetivos

Este curso está destinado a reevaluar el protagonismo de la ciudadanía en la Comunicación Política bajo una triple perspectiva. Primero, como sujeto político, lo que implica analizar detalladamente cómo se ha ido constituyendo históricamente el entramado institucional que ha ido generando y el paradójico estado actual, con la supuesta emergencia de la “sociedad civil” y al tiempo la desinstitucionalización de lo social. Segundo, se abordará una de las dos dimensiones de la ciudadanía en este campo, aquella que la convierte en solo receptora de mensajes: la ciudadanía entendida como opinión pública, audiencias y electorado. Lo cual lleva a considerar los mecanismos de persuasión cognoscitiva desplegados para influir en sus actitudes y comportamientos. Tercero, la otra dimensión de la ciudadanía nos lleva a explicarla como productora/emisora de mensajes. Lo que implica plantearse las posibilidades y limitaciones de una ciudadanía en acción, que participa en movimientos y redes sociales, así como la repercusión de todo ello en los espacios públicos. Uno de los resultados generales de esta situación tiene que ver con el auge de diversas formas de “populismo” y la configuración de una comunicación política que podríamos denominar igualmente “populista”. La cual, a su vez, es muy deudora de las retóricas empleadas en la información-entretenimiento, dando origen a la denominada “política pop”.

## Temario

1. Ciudadanía y Opinión Pública. Actores. Ciudadanía, clase política y medios de comunicación. Recorrido histórico de la ciudadanía.
2. Poder política y ciudadanía. Reflexión crítica sobre el poder y sobre los tipos de poder. Nuevas formas de relación política vinculadas a la crisis de la idea de ciudadanía: universalismo y pluralismo; representación pública y vida privada; emancipación y dependencia. Legitimidad del poder. Formas y tipos de poder. Poder y participación ciudadana. Nuevas formas de relación política.
3. La tradición clásica de la Opinión Pública. La construcción de la opinión pública. Las tesis de G.Grossi y J.R. Zaller. Intelectuales, expertos y asesores.
4. Sistemas electorales. La representación institucional de la ciudadanía. Conceptos básicos y cuestiones relevantes del sistema electoral para la ciudadanía y la comunicación política.
5. Ciudadanía y sociedad civil. Concepto y planteamientos básicos en torno a la sociedad civil. Reflexión crítica sobre ventajas e inconvenientes comunicativos y sustantivos de promover la sociedad civil. Reflexión sobre la viabilidad práctica en la negociación política de la propuesta de diálogos morales de A. Etzioni.
6. La movilización ciudadana. Ideologías, frames y storytelling. El papel de rumores y escándalos. Secretos y mentiras. Los estilos de liderazgo.
7. El procesamiento cognoscitivo de la información recibida. Estudios de persuasión. Disonancia cognoscitiva. Pensamiento rápido y lento: los dos sistemas.
8. Efectos de la comunicación política sobre la ciudadanía. El debate sobre la pasividad del público. Perspectivas que ponen de relieve su capacidad de reacción: influencia personal y usos y gratificaciones. La socialización política.
9. La ciudadanía en movimiento: sus posibilidades de influir en el espacio público y las preocupaciones colectivas. Contrademocracia. Ciudadanía online. El lobbying ciudadano. La comunicación política y los lobbies. Orígenes e historia: los grupos de presión y sus antecedentes históricos. Las relaciones del sector público y el sector privado. El caso de Estados Unidos. La actividad de lobby en Bruselas. Características, legitimidad, herramientas y su papel en las democracias contemporáneas. La necesaria regulación y la transparencia.
10. Ciudadanía y audiencias en el ecosistema digital. Posibilidades y desafíos de la sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. Participación y posibilidades de empoderamiento ciudadano a través de Internet. El caso de las plataformas de e-peticiones.
11. La medición de la calidad de los gobiernos y la posibilidad de Observatorios de Participación Ciudadana en la norma ISO 18091 sobre Calidad de los Gobiernos.
12. Ciudadanía y desafíos abiertos a la democracia. Democracia algorítmica. Postverdad y censura. Complejidades, inclusión y simplificaciones.

## Actividades

-Las **clases** desarrollarán conforme al temario. Se facilitarán recursos a través del campus virtual.

-**Lectura individual y comentarios en clase.**

**-Trabajo voluntario final.** Se puede presentar un trabajo final voluntario que no tiene valor en la calificación final de la asignatura.

### Sistema de evaluación

-Entrega de trabajos y prácticas de clase (6 puntos)

La asignatura se evaluará mediante la entrega de las prácticas o trabajos que se piden en clase.

Las prácticas o trabajos no entregados podrán ser recuperados siempre que solicite permiso al profesor y deben ser entregados con puntualidad. En todo caso, deberán entregarse antes de la fecha del examen oficial de la asignatura.

Los estudiantes que tengan cinco o más puntos y hayan entregado todas las prácticas correctamente tienen superada la asignatura con calificación “aprobado”. Si lo desean, pueden no hacer el examen final.

-Examen final de la asignatura (4 puntos)

Para mejorar la calificación a “notable” o “sobresaliente” los estudiantes pueden hacer un examen final.

### Competencias Generales:

CG1: Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos y poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio)

CG2: Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CG3: Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con sus conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CG4: Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo

### Competencias Transversales:

CT1: Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera

CT4: Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía

### Competencias Específicas:

CE1: Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno

CE4: Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política

CE5: Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis

### Bibliografía básica y de referencia

Además de la bibliografía básica se facilitará bibliografía específica a lo largo del curso.

- Águila, Rafael y Vallespín, Fernando (1998) La democracia en sus textos. Alianza Editorial. Madrid.

[https://www.alianzaeditorial.es/libro.php?id=37215&id\\_col=100508&id\\_subcol=10051](https://www.alianzaeditorial.es/libro.php?id=37215&id_col=100508&id_subcol=10051)

- Cáceres, M. D., Brändle, G., Ruiz San Román, J. A., & Morales Corral, E. (2020). +Ciudadanía digital: activismo juvenil en plataformas de e-peticiones. Revista Prisma Social, (31), 328-351.

<https://revistaprismasocial.es/article/view/3859>

- Colomer, Josep M. (2015) El gobierno mundial de los expertos, Anagrama. Barcelona.

[http://www.anagrama-ed.es/libro/argumentos/el-gobierno-mundial-de-los-expertos/9788433963765/A\\_473](http://www.anagrama-ed.es/libro/argumentos/el-gobierno-mundial-de-los-expertos/9788433963765/A_473)

- Elorza, Antonio (2018) Utopías del 68. De París y Praga a China y México. Pasado y presente. Barcelona.

[http://www.estandarte.com/noticias/libros/ensayo/utopas-del-de-pars-y-praga-a-china-y-mexico\\_4009.html](http://www.estandarte.com/noticias/libros/ensayo/utopas-del-de-pars-y-praga-a-china-y-mexico_4009.html)

- Estefanía, Joaquín (2018) Revoluciones. Cincuenta años de rebeldía (1968-2018). Galaxia Gutenberg. Madrid

[http://www.galaxiagutenberg.com/wp-content/uploads/2018/03/Revoluciones\\_web.pdf](http://www.galaxiagutenberg.com/wp-content/uploads/2018/03/Revoluciones_web.pdf)

- Fukuyama, F. (2019) Identidad. La demanda de dignidad y las políticas de resentimiento. Ediciones Deusto. Barcelona.

<https://www.planetadelibros.com/libro-identidad/290798>

- Innearity, D. (2020). Una teoría de la democracia compleja: gobernar en el Siglo XXI (Ser. Serie ensayo). Galaxia Gutenberg.

<http://www.galaxiagutenberg.com/libros/una-teoria-de-la-democracia-compleja/>

- López Zafra, JM. y Queralt Sánchez de las Matas, R. (2019) Alquimia. Cómo los datos se están transformando en oro. Ediciones Deusto.

ISBN: 9788423430802

<https://www.marcialpons.es/libros/alquimia/9788423430802/>

- Rubio Núñez, R. y Vela, R. (2017) Parlamento Abierto. El parlamento en el siglo XXI. Editorial UOC: Barcelona.

<http://www.editorialuoc.cat/parlamento-abierto>



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

**Cultura política y comportamiento  
político** (Cod. 604470)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Obligatoria

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORA:** Paloma Abejón Mendoza (pabejonm@ucm.es)

## Introducción

La asignatura analiza los fundamentos y cambios de las bases culturales de los comportamientos políticos de los ciudadanos en las sociedades contemporáneas.

## Objetivos

Los principales objetivos son los siguientes:

1. Analizar los cambios fundamentales de los comportamientos y la acción política en las sociedades contemporáneas.
2. Identificar los principales cambios de las ‘culturas políticas ciudadanas’ en las sociedades contemporáneas.
3. Analizar el nivel de valoración de las instituciones en España
4. Identificar las estrategias comunicativas del activismo político

## Temario

TEMA 1: El comportamiento político. Líneas de investigación y debates: factores explicativos de la participación electoral. Evolución de la abstención. La desafección de la política en España.

TEMA 2: Del comportamiento político a la acción política. El auge de la participación “no convencional” y de la política de la protesta en las sociedades contemporáneas. Los populismos como reacción a la situación de descontento político. Líneas de investigación y debates.

TEMA 3: Valoración de las Instituciones en España: evolución de la consideración de la Corona, el Parlamento y los partidos políticos. Confianza en las instituciones europeas. Líneas de investigación y debates.

TEMA 4: Análisis crítico de las acciones de comunicación de las instituciones para mejorar su imagen. La comunicación en el Congreso de los Diputados. Segmentación de mensajes en comunicación política. Errores de política de comunicación en redes sociales.

TEMA 5: El perdón como estrategia política. Líneas de investigación y debates.

TEMA 6: Las críticas a los análisis clásicos de la cultura política. R. Inglehart y los valores postmaterialistas. Putnam y el capital social. Tema de reflexión: La teoría del desbordamiento.

TEMA 7: Los fundamentos de una ‘ciudadanía global. Nuevas formas de activismo político. El activismo en la red. Los retos para la vida política de los sistemas democráticos. Líneas de investigación y debates.

TEMA 8: Las estrategias comunicativas del activismo político en las redes sociales en España: mediación, monitorización y construcción inversa de la agenda.

## Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura se basará en:

1. Asistencia (20%). La asistencia se controlará con hojas de firmas
2. Clases prácticas y realización de los trabajos prácticos (40%)
3. Trabajo final (40%)

### Competencias Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### Competencias Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.
- CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

### Competencias Específicas

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.
- CE2. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad.
- CE3. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.
- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.



## Bibliografía básica

- ✚ Anduiza, E. y A. Bosch (2004): *Comportamiento político y electoral*, Barcelona, ed. Ariel. (cap.2 “¿Qué es y qué no es la participación política” y cap 4 “Factores explicativos de la participación política”)
- ✚ Caseru-Ripollés, A (2015): Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social* Vol. 20, Núm. 2 (2015) 533-548
- ✚ César Herrero, Julio y Marfil Medina, José Pedro (2016): La comunicación de crisis en política: el perdón como herramienta de restauración de imagen. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 363 Vol. 22, Núm. 1 361-373
- ✚ Etxeberria, Xabier (2001): Impunidad y perdón en la política. *Reflexión Política*, vol. 3, núm. 5, enero-juni, Universidad Autónoma de Bucaramanga Bucaramanga, Colombia
- ✚ Ferrer, M., L. Medina y M. Torcal (2006): “La participación política: factores explicativos”, en Montero, J. R. et al., *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*, Madrid, CIS, Cap. 5.
- ✚ Fuster Morell, M y Subirats, J ( 2012): Crisis de representación y de participación. ¿son las comunidades virtuales nuevas formas de agregación y participación ciudadana? *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, ISSN 0210-1963, N° 756, 2012 (Ejemplar dedicado a: Prácticas políticas y nuevas tecnologías: Participación política digital en España), págs. 641-656
- ✚ Morán, M.L. (2011): “La cultura política en España: interrogantes, debates y aportaciones”, en Flores Dávila, J. (ed.), *A cincuenta años de la cultura cívica: pensamientos y reflexiones en honor al profesor Sidney Verba*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, pp. 101-122.
- ✚ Valdez Zepeda, Andrés y Huerta Franco, Delia (2011): “¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector”. *Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación* número 75 febrero - abril 2011. *Revista Razón y Palabra*



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

**Elaboración y análisis de encuestas  
para estrategias en comunicación  
política.** (Cod. 604475)

(Análisis de encuestas para la comunicación política)

---

**MÓDULO:** Intervención e Investigación en Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** María Sánchez-Domínguez (misanche@ucm.es)

## Introducción

Las encuestas y sondeos son fundamentales para la correcta ejecución de la comunicación política y proporcionan gran parte de los datos que se utilizan para el diseño de campañas electorales, estrategias políticas y planes de comunicación.

Este curso está específicamente diseñado para enseñar a los estudiantes todas las habilidades necesarias para pensar, diseñar e implementar sus propias encuestas, así como para interpretar y presentar los datos que se extraen de ellas. Esta asignatura, cuya denominación más precisa sería “**Elaboración y Análisis de Encuestas para Estrategias de Comunicación Política**”, está directamente relacionada con las asignaturas de ‘Estadística’, ‘Taller de Investigación’ o ‘Agendas y Encuadres’; si bien, este curso constituye uno de los ejes metodológicos vertebradores del Máster junto con ‘Grupos de Discusión, Entrevistas y Análisis del Discurso’.

La metodología del curso de encuestas es eminentemente práctica, lo que supone que no hay un examen final. El valor de esta asignatura reside en ir familiarizándose semana a semana con la metodología de encuestas y aprender a utilizar correctamente una herramienta fundamental tanto en el ámbito de la consultoría (pública y privada) como en la investigación académica o encargos profesionales de partidos políticos y otros actores. El conocimiento y la correcta utilización de la metodología de encuestas va más allá de la comunicación política y se puede emplear como herramienta de análisis en muchos otros ámbitos como son la economía, la sociología o el marketing, perspectivas altamente demandadas en el mercado de trabajo.

## Objetivos

Este curso ha sido diseñado en torno a cuatro objetivos principales, cada uno relacionado con una dimensión de la realización de encuestas: (1) conocer las técnicas de muestreo; (2) recopilar, elaborar y testar cuestionarios; (3) administrar encuestas; (4) analizar los datos (estadística básica y avanzada), redactar informes de los hallazgos y presentar los resultados, ateniendo tanto al contenido como al estilo.

## Temario

Este curso incorpora material de lectura y práctica en el diseño de encuestas. El formato del curso incluirá clases, personas invitadas, debates, talleres prácticos y presentaciones de los estudiantes. La investigación de encuestas es un proceso colaborativo. La mejor investigación de encuestas casi siempre ocurre cuando las personas trabajan juntas, compartiendo algunas tareas y delegando otras. La investigación de encuestas realizada por personas individuales generalmente fracasa. Con ese espíritu, los estudiantes trabajarán en grupos para diseñar, realizar y analizar una encuesta sobre un tema de su propia elección. El proyecto irá en paralelo a los módulos que componen este curso:

- Módulo 1: Encuestas y proceso de investigación
- Módulo 2: Modos de recopilación de datos
- Módulo 3: Muestreo y poblaciones
- Módulo 4: Diseño de protocolos de muestreo
- Módulo 5: Conceptualizando ideas y operacionalizando preguntas
- Módulo 6: Pensar en respuestas y preguntas
- Módulo 7: Preguntas previas a la prueba

Módulo 8: El impacto de la falta de respuesta  
Módulo 9: Interpretación de los resultados de la encuesta  
Módulo 10: Escribir y presentar los resultados de la encuesta

## Sistema de evaluación

Las calificaciones se calcularán de la siguiente manera:

**Participación en clase 10%:** Se espera que los estudiantes asistan a clase, participen en actividades según corresponda y puedan informar sobre sus proyectos grupales durante cada semana. La participación en clase incluye asistir a clase, participar en la clase según corresponda y participar en tareas breves antes y después de la clase.

**Participación grupal 10%:** Se espera que los estudiantes hagan contribuciones valiosas al proyecto final del grupo y que asistan a un total de 2-3 (según el progreso) reuniones grupales obligatorias programadas cuando sea conveniente que el grupo se reúnan a lo largo del cuatrimestre.

**Ejercicios en clase 20%:** Se espera que los estudiantes realicen cuatro ejercicios a lo largo del curso (entregas grupales)

**Crítica de una encuesta 20%:** Obtendrá más de este curso y lo disfrutará más si está buscando y criticando activamente los resultados reales de la encuesta. Cada estudiante será responsable de escribir dos críticas breves (de 2 a 4 páginas) de una encuesta, una pregunta de una encuesta, una encuesta o una interpretación de una encuesta. La crítica debe centrarse en un aspecto o tema particular y debe ser algún aspecto de la metodología de la encuesta que se cubre en el curso.

**Proyecto de investigación de encuestas 30%:** Para el proyecto de encuesta, los estudiantes desarrollarán, implementarán y analizarán su propia encuesta sobre cualquier tema de su elección. El trabajo final será breve, de unas 12-15 páginas, doble espacio, 12 puntos. Los ejercicios que se realizarán a lo largo del curso de clase estarán orientados hacia el proyecto final, y las versiones preliminares se presentarán durante las sesiones de clase al final del período.

### Presentación final de la encuesta (grupal) (10%)

## Generales

CG1: Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CG2: Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3: Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4: Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

## Competencias transversales

CT1: Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.

CT2: Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.

CT3: Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

CT4: Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política, así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

## Competencias específicas

CE1: Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

CE2: Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.

CE3: Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

CE4: Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.

CE5: Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.

CE6: Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas

## Bibliografía general\*

- D'Ancona, M. Á. C. (2010). Métodos de encuesta: teoría y práctica, errores y mejora. Editorial Síntesis. \*\*
- Dillman, Don A. Jolene Smyth and Leah Melani Christian. Internet, Phone, Mail, and Mixed Mode Surveys; The Tailored Design Method 4th Edition (Wiley 2014).\*\*
- Groves, Robert M. et. al. Survey Methodology, Hoboken, NJ.: Wiley (2006).

\*La mayoría de las lecturas estarán disponibles a través de Campus Virtual o en la página web del curso.

### Complementarios

Hay muchos otros libros sobre el diseño de encuestas que pueden ser útiles para diseñar e implementar su proyecto de investigación.

Otros libros de particular interés son:

Blair, Edward and Johnny Blair. Applied Survey Sampling. Los Angeles: Sage (2015)

Couper, Mick P. Designing Effective Web Surveys. Cambridge: Cambridge University Press. (2008). This is a handbook for designing web surveys that many students find helpful.

Fowler, Floyd J. Jr., Improving Survey Questions; Design and Evaluation. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. (1995) This is a handbook for writing survey questions that many students find helpful.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

**Grupos de discusión, entrevista y  
análisis del discurso** (Cod. 604474)

---

**MÓDULO:** Intervención e Investigación en Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** Elisa Brey (ebrey@ucm.es)

## Introducción

La asignatura pretende introducir al alumnado al uso de las prácticas cualitativas más importantes: el grupo de discusión, la entrevista abierta, deteniéndose en la consideración del análisis del discurso como elemento transversal en la investigación cualitativa. También se incorporará de manera más tangencial el análisis de otras prácticas. La asignatura se orientará al uso de estas prácticas en el en el ámbito de la comunicación política, la opinión pública y el análisis de los medios de comunicación. Se pretende que el alumno sea capaz de diseñar y desarrollar investigaciones utilizando prácticas cualitativas.

La asignatura tendrá una marcada orientación práctica y potenciará el trabajo grupal de los alumnos. La Metodología Docente implicará: clases magistrales por parte del profesor, clases prácticas, presentaciones de los alumnos de lecturas, prácticas y trabajos, discusión en clase de diversos materiales didácticos, la elaboración de trabajos individuales y grupales, y la realización de pruebas escritas.

Las clases prácticas se orientarán al diseño y desarrollo concreto de una investigación cualitativa que integre las distintas prácticas de investigación revisadas en la asignatura. Así pues, las prácticas encargadas a los alumnos/as se articularán entre sí, siguiendo todas las fases de la investigación: elaboración de un proyecto, diseño concreto de la investigación, desarrollo del trabajo de campo (realización de grupos y entrevistas), realización de transcripciones, análisis y elaboración de un informe.

## Objetivos

- Comprender la especificidad y complementariedad básica de prácticas cualitativas y técnicas cuantitativas en la investigación social. Adquirir una perspectiva metodológica crítica que permita discernir las potencialidades y límites de las prácticas cualitativas (y de las técnicas cuantitativas) en el campo de la Comunicación Política.
- Adquirir los conocimientos necesarios para abordar el diseño y la realización concreta de una investigación cualitativa (abarcando todas las fases del trabajo de campo, e incluyendo la elaboración de un informe).
- Delimitar las especificidades de las distintas prácticas de investigación social cualitativa: grupo de discusión, entrevista abierta y análisis de textos. Determinar las posibilidades y potencialidades de su uso combinado o aislado en función de los objetivos de la investigación y los medios disponibles.
- Adquirir los conocimientos prácticos necesarios para utilizar las distintas prácticas cualitativas en el proceso de investigación, prestando especial atención a cómo planificar, coordinar y desarrollar la fase de campo.
- Clarificar el concepto de representatividad estructural en las prácticas cualitativas en contraposición a la representatividad estadística propia de la encuesta.
- Desarrollar la capacidad de trabajar de manera colectiva y coordinada en grupos de investigación y de presentar de manera adecuada los resultados de una investigación.



## Temario

1. La perspectiva cualitativa en la investigación social
  - a. El análisis de la realidad social como proceso multidimensional.
  - b. Niveles de la realidad social y su especificidad metodológica: hechos, discursos y motivaciones.
  - c. Los enfoques cuantitativo y cualitativo y su integración en la investigación social. Complementariedad por deficiencia.
  - d. Las representaciones sociales.
  - e. Limitaciones metodológicas del enfoque cuantitativo.
  
2. El diseño en la investigación cualitativa
  - a. El inicio: la demanda de investigación
  - b. La concreción del objeto y la definición de los objetivos. La subordinación del diseño a los objetivos.
  - c. El proyecto de investigación
  - d. Representatividad estructural versus representatividad estadística
  - e. Criterios que entran en juego en el diseño cualitativo
  
3. El grupo de discusión
  - a. Lo grupal como práctica de investigación. La pertinencia de la investigación con grupos de discusión
  - b. Origen de las técnicas/prácticas grupales
  - c. Especificidad del grupo de discusión con respecto al *'focus group'* y otras prácticas grupales (grupo triangular)
  - d. El grupo de discusión y el discurso social
  - e. El diseño del grupo de discusión
  - f. La fase de campo
  - g. La dinámica y conducción del grupo de discusión
  - h. El análisis del grupo de discusión
  
4. La entrevista abierta
  - a. Antecedentes y desarrollo de la entrevista abierta en la investigación cualitativa
  - b. Funciones y usos de la entrevista
  - c. Tipos y formas de entrevista
  - d. El uso combinado de la entrevista con otras técnicas
  - e. El diseño de una investigación con entrevistas abiertas
  - f. Criterios básicos para la realización de una entrevista
  - g. La estrategia de interrogación en la entrevista: el papel del entrevistador
  - h. La elaboración y uso del guion
  - i. El análisis de la entrevista
  - j. El caso de las historias de vida

## 5. Análisis de discurso y de contenido

- a. Tradiciones y orientaciones de análisis cualitativo de textos y discursos
- b. El discurso como práctica social
- c. El contenido manifiesto y el contenido latente.
- d. Las negociaciones y las interpretaciones de los actores sociales.
- e. Software de apoyo en el análisis del discurso: Atlas.ti
- f. Los Documentos Audiovisuales: Análisis de prensa. La publicidad. El cine. Otros soportes de información político-social.

## Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura se fundamentará en tres elementos, cuya periodización será señalada a lo largo del cuatrimestre tanto en clase como en el campus virtual. Se aplicarán criterios de evaluación idénticos en las convocatorias ordinaria y extraordinaria.

### 1. Trabajo grupal basado en grupos de discusión (35% calificación final)

El trabajo grupal tomará la forma de un informe de investigación cualitativa. Consistirá en un **trabajo colectivo (en grupos de 2 o 3 personas)** que tomará como base:

- El material producido por los propios alumnos/as a través de la realización de grupos de discusión por grupo de trabajo, previa definición de un tema de investigación y la elaboración de un diseño.

### 2. Prácticas individuales basadas en entrevistas y análisis de contenido (35% calificación final)

Con el fin de realizar una práctica individual se realizarán las siguientes prácticas.

- Revisión de la literatura académica pertinente en relación con un tema de comunicación política que sea del interés del estudiante (por ejemplo, liderazgo)
- Definición de un problema de investigación, objetivos e hipótesis.
- Realización de un breve proyecto de investigación, focalizado especialmente en la definición de objetivos compatibles con la metodología cualitativa.
- Elaborar el diseño de una investigación cualitativa.
- Redactar un guion y propuesta temática para grupos y entrevistas.
- Desarrollo de labores de captación para entrevistas.
- Realización, transcripción y análisis de una o dos entrevistas abiertas por estudiante.
- Análisis de material de prensa o de campañas electorales.

Para el análisis de los grupos, entrevistas y los textos, se introducirá al alumnado al uso de programa Atlas.ti. Las clases se desarrollarán en las aulas de informática de la facultad.

Los temas de trabajo grupal y del trabajo individual serán elegidos por los estudiantes, siempre y cuando guarden relación con el ámbito de estudio de la comunicación política. Los materiales analizados en la asignatura podrán ser utilizados para el TFM, aunque tendrán que ser completados con otras fuentes para el Trabajo de Fin de Máster.

### 3. Prueba Final (30% calificación final)

Una vez finalizado el cuatrimestre, los alumnos/as realizarán una prueba escrita través de la cual se valorarán los conocimientos adquiridos. El material obligatorio para preparar el examen estará indicado en el campus virtual. Para superar la asignatura los alumnos deberán obtener en la prueba escrita una **calificación mínima de 5 puntos**.

En la **convocatoria extraordinaria** se volverá a computar en la evaluación las calificaciones obtenidas en los trabajos grupales e individuales. El alumno o alumna que haya suspendido la asignatura realizará de nuevo la prueba escrita.

Es condición para superar la asignatura haber realizado todas las prácticas (el trabajo grupal y el trabajo individual) que serán entregadas a través del campus virtual

#### Competencias Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

#### Competencias Transversales

- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política
- CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

#### Competencias Específicas

- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.
- CE5. Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.

## Bibliografía básica

- ✚ **Alonso, L. E.** (1998). *La mirada cualitativa en Sociología: una aproximación interpretativa*. Madrid: Fundamentos.
- ✚ **Angermüller, J., Maingueneau, D. y Wodak, R.** (Eds.) (2014). *The discourse studies reader: Main currents in theory and analysis*. Amsterdam: John Benjamins.
- ✚ **Conde, F.** (2009). *Análisis Sociológico del sistema de discursos*. Madrid: CIS.
- ✚ **Delgado, J. M. y Gutiérrez, J.** (Coords.) (1995). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis.
- ✚ **Flowerdew, J. y Richardson, J. E.** (Eds.) (2018). *The Routledge handbook of critical discourse Studies*. London: Routledge.
- ✚ **Gee, J. P. y Handford, M.** (2012). *The Routledge handbook of discourse analysis*. London: Routledge.
- ✚ **Jaworski, A. y Coupland, N.** (Eds.) (2014). *The Discourse Reader*. New York: Routledge.
- ✚ **Gordo, A. y Serrano, A.** (Eds.) (2008). *Estrategias y Prácticas Cualitativas de Investigación Social*. Madrid: Pearson.
- ✚ **Ortí, A.** (2003). La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo. En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (Coords.) *El análisis de la realidad social*, (pp. 219-282). Madrid: Alianza Universidad Textos.
- ✚ **Tannen, D., Hamilton, H. E. y Schiffrin, D.** (Eds.) (2015). *The handbook of discourse analysis*. West Sussex: John Wiley - Blackwell



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

## Marketing político, mediatización y ciberpolítica (Cod. 604478)

---

**MÓDULO:** Intervención e Investigación en Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESOR:** José Luis Dader (dader@ccinf.ucm.es)

## Introducción

Esta asignatura describe y analiza la actividad comunicativa de la política contemporánea como un proceso de interacción entre la lógica mediático-periodística, las estrategias y tácticas del marketing político y las nuevas prácticas ciberpolíticas, bajo el entorno de la creciente mediatización de la política. Examina los formatos de comunicación social que comparten o sobre los que compiten en la actualidad las fuerzas políticas, los ciudadanos políticamente implicados y los medios de comunicación. Observa y evalúa las prácticas ciberpolíticas, de márketing electoral y de representación mediática de la política en las sociedades democráticas, desde la perspectiva académica de la transformación sociocultural de la actividad política y contrasta la eficiencia práctica del márketing político en campañas concretas.

## Los objetivos establecidos son:

Analizar las nuevas formas de comunicación política que integran los usos de la tecnopolítica, la espectacularización y neosentimentalidad mediática en campañas electorales y procesos políticos generales.

Combinar la fundamentación y reflexión teórica con el examen crítico de ejemplos reales y el análisis comparado de casos.

Reflexionar sobre las consecuencias sociopolíticas de esos nuevos usos para el ejercicio cotidiano de la comunicación política democrática, a la luz del empleo de la comunicación mediática y de las nuevas formas de cibercomunicación.

Indagar en el papel de los medios de comunicación de masas, la comunicación auto e intermediada y del periodismo en la expansión y fomento del modo actual de comunicación política.

## TEMARIO

### **1. La mediatización de la política: Concepto, dimensiones y características.**

- 1.1.El fenómeno de la mediatización de la política y sus principales facetas
- 1.2.Las dimensiones tradicionales de la política y la creciente supeditación a la escenificación de la política.
- 1.3.Influencia de la mediatización sobre la atención del público y sobre las políticas públicas.
- 1.4. Ejemplos

### **2. Espectacularización, personalización, infoentretenimiento y sentimentalización de la política.**

- 2.1. La comunicación política como espectáculo inevitable para la ciudadanía
- 2.2. Personalización natural e hiperpersonalización política contemporánea
- 2.3. Del 'infoentretenimiento a la 'política entretenida'
- 2.4. De la sentimentalización de la política a la 'democracia sentimental'
- 2.5. Del ejercicio del gobierno de 'apelación al público' al 'populismo democrático'.
- 2.6. Ejemplos

### **3. Formatos de intervención mediática en campañas electorales y en la comunicación política general contemporánea.**

- 3.1. La evolución entre las campañas pre-modernas, modernas y postmodernas.
- 3.2. Formatos de control mediático exclusivo: Opinión editorial, columnismo, humor y sátira mediáticas.
- 3.3. Formatos de control mediático prioritario: Estrategias de intervención de los actores políticos en el tratamiento de la agenda informativa ('foto-oportunidades', 'spindoctoring', etc.)
- 3.4. Formatos de control compartido entre medios y actores políticos: Información sobre asambleas políticas y debates electorales
- 3.5. Formatos mediáticos administrados por los propios actores políticos: la publicidad política y sus diversos estilos.
- 3.6. Los formatos de la hibridación mediático-digital: Redifusión digital, 'memes', redes sociales y ciberactivismo.

### **4. Tecnopolítica, ciberpolítica y ciberdemocracia.**

- 4.1. De la tecnopolítica tradicional a la contemporánea y sus diversas modalidades.
- 4.2. Concepto de ciberpolítica y su asimilación a "democracia electrónica", "digital" o "virtual".
- 4.3. Definición restrictiva de "ciberdemocracia" y su vinculación con la "democracia deliberativa". Ámbitos de ejercicio: Vías de interacción e interpelación élites-público, plataformas de petición y participación electrónica, foros de iniciativa y diálogo político ciudadano.

### **5. Escenarios, estrategias y herramientas de las nuevas campañas digitales: De Obama a Trump y su trasvase a campañas en España.**

- 5.1. El cambio de paradigma en la comunicación electoral de la primera campaña de Barack Obama
- 5.2. Intensificación de la ciberpolítica en la segunda campaña de Barack Obama: Consolidación de la 'gestión computacional de campañas'.
- 5.3. Readaptación de la 'gestión computacional de campañas' en la contienda Donald Trump/Hillary Clinton.
- 5.4. La inserción de las cibercampañas en España en las elecciones de 2015 y 2016.

### **6. El márketing político: Fundamentos, Componentes y herramientas**

- 6.1. Bases conceptuales del márketing político derivadas del márketing comercial.
- 6.2. Objetivos centrales del márketing político eficaz: Coherencia y Diferencia.
- 6.3. Etapas de elaboración de una estrategia y tácticas de campaña.
- 6.4. Diversos modelos de campaña de márketing electoral.
- 6.5. Distribución de funciones para un plan general de campaña.

### **7. Aplicaciones prácticas de márketing político y electoral**

- 7.1. Ejemplos de ejecución concreta de campañas electorales.
- 7.2. Principios generales para el éxito en márketing político.
- 7.3. Ejemplos de aciertos y errores en campañas de márketing político-electoral.

- 7.4. El caso innovador de las elecciones presidenciales francesas de 2017.
8. **La campaña electoral de las presidenciales estadounidenses de 2020: Biden contra Trump.**
- 8.1. Resultados electorales
  - 8.2. El factor decisivo del voto por correo y electrónico anticipado
  - 8.3. La campaña digital y principales ciberestrategias de los candidatos
  - 8.4. La influencia de los entornos mediáticos y sociales de la campaña
9. **La campaña electoral de las presidenciales francesas de 2022: Principales innovaciones tecnopolíticas de Emmanuel Macron, Marine Le Pen y Jean-Luc Mélenchon.**
- 9.1. Recursos tecnopolíticos y estratégicos más destacados de Emmanuel Macron en 2022.
  - 9.2. Recursos tecnopolíticos y estratégicos más destacados de Marine Le Pen en 2022.
  - 9.3. Recursos tecnopolíticos y estratégicos más destacados de Jean-Luc Mélenchon en 2022.

**Temas complementarios no desarrollados en clase, para indagación personal**

10. **Análisis mercadotécnico y académico de la publicidad política: carteles electorales y spots audiovisuales.**
- 10.1. La retórica clásica como base para el análisis del discurso político publicitario.
  - 10.2. Fichas de análisis y aplicación a videoanuncios electorales concretos
11. **Análisis mercadotécnico y académico de debates electorales.**
- 11.1. Principios generales de estrategia para los debates electorales
  - 11.2. Fichas de análisis y aplicación a debates electorales concretos
12. **Análisis mercadotécnico y académico de recursos web: Páginas web, blogs, y plataformas digitales de redes sociales.**
- 12.1. Diversidad de estructuras del contenido de plataformas políticas digitales.
  - 12.2. Fichas de análisis y aplicación a páginas políticas en webs, Facebook y Twitter.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN**

La evaluación se compone de: Asistencia a las sesiones, participación y prácticas en las mismas, trabajo individual y examen final.

- El trabajo individual, presentado al final del curso, consistirá en un texto escrito de entre 12-18 páginas con una reflexión general y propuestas personales, de síntesis de todos los temas tratados en el aula. Se valorará por igual la demostración de conocimientos sobre los enfoques abordados como la originalidad o creatividad personal en cuanto a argumentación crítica y eventuales propuestas, manejo de bibliografía, etc.



En los trabajos de la asignatura y en cualquiera de las convocatorias queda terminantemente prohibida la actividad total o parcial del “plagio” (utilización literal o parafraseada de textos de otros autores que no son citados como fuente expresa y se pretenden hacer pasar como opinión o reflexión propia, ocultando o camuflando su procedencia). Para evitar esto habrá que aplicar las normas académicas usuales de citación y referencia cuando se presenten citas o ideas tomadas de textos ajenos o fuentes documentales. El descubrimiento de cualquier plagio total o parcial implicará el suspenso directo de la materia para las dos convocatorias a que da derecho la matrícula. En dicho caso se propondría además al Consejo del Master la expulsión automática del alumno y el rechazo de la posibilidad de matriculación en una edición posterior. Todo ello sin perjuicio de otras iniciativas, como comunicación al Rectorado para apertura de expediente o comunicación a los autores plagiados por si estiman oportuno emprender acciones civiles o penales.

Porcentajes de evaluación:

A) En Primera Convocatoria:

CONCEPTO	%
Trabajo obligatorio de síntesis y comentario de la asignatura	30 (®)
Asistencia sesiones ordinarias	12 (*)
Intervenciones y prácticas en clase	13
Examen final	45 (**)

(\*): Obligatorio un mínimo del 60% de asistencias para aprobar por curso.

(\*\*) Será imprescindible obtener un mínimo de 3/10 en el examen para poder aplicar la acumulación de los restantes componentes de la calificación y aprobar esta parte de la asignatura.

Calificación Final: 0-10

B) En segunda convocatoria:

1. Trabajo individual de síntesis y comentario de la asignatura: 25%
2. Trabajo individual de recensión de un libro o varios artículos de la bibliografía principal o complementaria \*\*25%
3. Examen: 50%

**[Es imprescindible también en la segunda convocatoria obtener un mínimo de 3/10 en dicho examen para combinar con los resultados de los trabajos. Con menos de un 3/10 en el examen se produce el suspenso directo].**

El trabajo individual de síntesis y comentario de la asignatura de la segunda convocatoria coincide en sus características con el descrito para la primera convocatoria.

El segundo trabajo, necesario para la convocatoria de septiembre, consistirá en la recensión –resumen y comentario personal- de un libro o de un grupo de artículos elegidos a voluntad del alumno de entre el listado de bibliografía que se detalla a continuación. Deberá tener una extensión de entre 10 y 15 páginas.

(\*\*): Si se eligen diversos artículos para este segundo trabajo, la extensión acumulada habrá de ser de un mínimo de 3 y que a su vez acumulen un mínimo de 40 páginas. Del listado de opciones quedan excluidos los utilizados de manera más exhaustiva para debate y exposición en clase [en concreto los de Edelman (1991) y Strömback (2013)].

### **Competencias Generales**

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### **Competencias Transversales**

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.
- CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

### **Competencias Específicas**

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

- CE2. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.
- CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.
- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.
- CE5. Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.
- CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, y tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas

Las competencias generales y específicas propuestas son conformes a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, con los principios de igualdad de oportunidades y de accesibilidad universal de las personas con discapacidad y con los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

## BIBLIOGRAFÍA PRINCIPAL

- ✚ ARIAS MALDONADO, Rafael (2016): *La democracia sentimental. Política y emociones en el siglo XXI*. Barcelona. Página Indómita.
- ✚ BERROCAL, Salomé (2017): *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación*. Valencia. Tirant Humanidades.
- ✚ D'ADAMO, Orlando / GARCÍA BEAUDOUX, Virginia (2016): “Comunicación política: Narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión”, *Comunicación y Hombre*, nº 12, pp. 23-39.
- ✚ DADER, José Luis (2020): “Ciberpolítica y ciberdemocracia: Nuevas herramientas y viejos desafíos para la comunicación política”, pp. 53-91 en CASTROMIL, Antón R. / HUMANES, M<sup>a</sup> Luisa / GARCÍA TÓJAR, Luis (eds.) (2020), op. cit.
- ✚ DADER, José Luis / CAMPOS, Eva (eds.) (2017): *La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-2016*. Valencia. Tirant Lo Blanch.
- ✚ EDELMAN, Murray (1991): *La construcción del espectáculo político*. Buenos Aires. Manantial. [V.O. *Constructing The Political Spectacle*. 1988. Chicago. University of Chicago Press.]
- ✚ GALLARDO, Beatriz (2018): *Tiempos de hipérbole. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*. Valencia. Tirant lo Blanch.
- ✚ GUTIÉRREZ-RUBÍ, Antoni (2019): *Gestionar las emociones políticas*. Barcelona. Gedisa.
- ✚ PEYTIBI, Xabier (2019): *Las campañas conectadas*. Barcelona. UOC.
- ✚ VIOUNNIKOFF, Nadia (2017): *La imagen del candidato en la era digital*. Barcelona. UOC.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Al inicio del curso el profesor aportara una bibliografía complementaria.

## ALGUNAS WEBS

Blog de Nicolas Bagert: <https://nicolasbaygert.blog/tag/communication-politique/>

Blog de Jamer Chica: <https://www.jamerchica.com/>

Blog de Andrés Elías: <http://andreselias.com/blog/>

Blog de Daniel Eskibel, “Maquiavelo y Freud. Psicología para cambiar la política”,  
<https://maquiaveloyfreud.com/blog/>

Blog de Mauricio Florez Morris, [www.florez-morris.com/](http://www.florez-morris.com/)

Blog colectivo FOROCOMPOL: [www.forocompol.com/](http://www.forocompol.com/)

Blog de Antoni Gutiérrez-Rubí: [www.gutierrez-rubi.es/](http://www.gutierrez-rubi.es/)

Blog de Ignacio Martin Granados: <http://martingranados.es/>

Blog de Jorge Juan Morante: [www.comunicacionpolitica.yredessociales.eu/](http://www.comunicacionpolitica.yredessociales.eu/)

Blog del Grupo MPR: <http://mpolitico.com/category/comunicacion-politica/>

Blog de Julio Otero, “El Atril”: <https://marketingycomunicacionpolitica.wordpress.com/>

Blog de Xavier Peytibi: [www.xavierpeytibi.com/](http://www.xavierpeytibi.com/)

Blog colectivo Politikon: [www.politikon.es](http://www.politikon.es)

Blog de Francisco Seoane: <http://comunicacionpolitica.blogspot.com.es/>

Revista de ACOP: <https://compolitica.com/seccion/la-revista-de-acop/>

Revista Campaign and Elections: [www.campaignsandelections.com/](http://www.campaignsandelections.com/)

Revista Journal of Political Marketing: <http://www.tandfonline.com/toc/wplm20/current>

Revista MARCO. Marketing y Comunicación Política:  
<http://www.usc.es/revistas/index.php/marco/>

Revista Más Poder Local: <http://www.maspoderlocal.es/>

Revista Divulgativa Política Comunicada: <http://politicacomunicada.com/>

Revista Divulgativa Politizen: <http://politizen.info/>

Revista Political Communication: <http://www.tandfonline.com/loi/upcp20>

Revista Washington Compol: <http://mpolitico.com/washington-compol/>

-----



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

## Nuevas tecnologías y comunicación política: Televisión e internet (Cod. 604477)

---

**MÓDULO:** Intervención e Investigación en Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORA:** Ana FERNÁNDEZ ZUBIETA (a.fernandez.zubieta@ucm.es)

## Introducción

La asignatura repasa la influencia de las nuevas tecnologías de comunicación en la comunicación política. De este modo, aborda la relación del cambio tecnológico y el cambio social desde el punto de vista de las nuevas tecnologías de comunicación. La asignatura se orienta a que el alumnado adquiera las habilidades para articular estas discusiones en un marco para la mejora de la gobernanza y la elaboración de recomendaciones sobre políticas públicas y que se plasman en el aprendizaje y elaboración de un informe político.

Para ello, la asignatura afronta:

- el estudio de cómo la globalización y el “giro digital” (ej. convergencia tecnológica, contenido creado por usuarios, distribución de contenido multiplataforma) han modificado el paradigma para comprender la comunicación política: de una comunicación de masas a una “autocomunicación de masas” (Castells, 2009).
- las consecuencias de este cambio en los distintos actores políticos y sus formas de acción, organización y construcción del mensaje: de una acción colectiva a una “acción conectiva” (Bennet y Segerberg, 2012).
- la posible necesidad de incorporar nuevos enfoques teóricos para entender a los nuevos medios y la manera de navegar en la diversidad teórica de la comunicación política en una sociedad globalizada y digitalizada.
- los distintos métodos de obtención de datos y análisis en comunicación política y la consecuencias de la incorporación de nuevas tecnologías en las distintas metodologías (ej. ventajas y sesgos de la incorporación de herramientas automatizadas de obtención de datos y la brecha digital).
- la comunicación institucional en un entorno globalizado y digitalizado (ej. e-governance, gobernanza basada en algoritmos y diplomacias públicas (“Public/cultural/ people’s diplomacy”).

## Objetivos

- Profundizar en la relación del cambio tecnológico y el cambio social a través del estudio de la influencia de las nuevas tecnologías de comunicación en la comunicación política.
- Conocer y aplicar las principales aportaciones teóricas y metodológicas sobre nuevas tecnologías de comunicación y la comunicación política.
- Repasar la diversidad de la relación entre nuevas tecnologías de comunicación en distintos países y plantear sus implicaciones en la sociedad actual.
- Articular las discusiones en un marco para mejorar la gobernanza y emitir recomendaciones sobre políticas públicas.

## Temario

### ***Tema I. Cambio tecnológico y cambio social: las nuevas tecnologías y la comunicación política.***

- Comunicación política y nuevos medios: ¿cómo cambia la concepción de la comunicación política las nuevas tecnologías/nuevos medios?
- Cambio social y cambio tecnológico: ¿cómo entender la influencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación?

- Modelos de comunicación política: nuevos retos sociotecnológicos.
- Actores y formas de comunicación política atravesados por los “nuevos medios”.

***Tema II. La comunicación mediada y las nuevas tecnologías.***

- Mediatización y personalización de la comunicación política.
  - acción colectiva vs acción conectiva y dinámicas organizativas: relaciones híbridas y lógicas (“personalized public engagement”).
- La nueva comunicación de los actores políticos y los medios.

***Tema III. Aproximaciones teóricas a las nuevas tecnologías de comunicación.***

¿Cómo abordar la diversidad teórica en comunicación política?

- Reconocer la diversidad
- Navegar por la diversidad
- Enfoques para los nuevos medios

***Tema IV. Métodos: sesgos y brecha digital.***

- Principales metodologías en comunicación política: métodos cuantitativos vs. métodos cualitativos.
- Nuevas tecnologías y métodos: obtención y tratamiento de datos. Ventajas y nuevos retos a través de los métodos (ej. herramientas automatizadas de obtención de datos).

Obtención de datos:

- Experimentos
- Encuestas
- Estudios de caso
- Entrevistas
- Grupos de discusión
- Observación participante y etnografía
- Otros (ej. Delphi)

Análisis:

- Análisis estadísticos
- Análisis secundario y meta-análisis
- Análisis de contenido
- Análisis del discurso
- Análisis de redes
- Estudios comparados

***Tema V. Los nuevos medios y la comunicación institucional.***

- Comunicación del mensaje político de las instituciones
- Técnicas e infraestructura de comunicación institucional
- E-governance, gobernanza basada en algoritmos

- Diplomacias (“Public/cultural/ people’s diplomacy”)

### Sistema de evaluación

El sistema de evaluación consistirá en:

- una serie de trabajos prácticos, entre los que se encuentra la elaboración de un informe político y la presentación del mismo.

Se requerirá la asistencia a las clases con un mínimo 75%. Los/las estudiantes que no cumplan con el nivel mínimo de asistencia podrán presentarse al examen final en el que se exigirá un 7 para aprobar la asignatura.

NOTA: En caso de imposibilidad de impartir las clases de forma presencial, el seguimiento de las clases online se realizará de forma virtual por medio de cuestionarios de seguimiento o tareas adicionales que permitan comprobar dicho seguimiento.

### Competencias Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### Competencias Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.



## Competencias Específicas

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.
- CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

## Bibliografía básica

- ✚ BENNETT, W. Lance, SEGERBERG, Alexandra (2012): *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. New York, Cambridge University Press.
- ✚ BUCY, Erik P.; HOLBERT, R. Lance (ed.) (2014): *Sourcebook for political communication research: Methods, measures, and analytical techniques*. Routledge.
- ✚ CASTELL, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- ✚ EUBANKS, Virginia (2021): *La automatización de la desigualdad. Uso de herramientas de tecnología avanzada para crear perfil*. Capitan Swing.
- ✚ KELLY, Mary, MAZZOLENI, Gianpietro & McQUAIL, Denis (eds) (2004): *The media in Europe: The euromedia handbook*. London, Sage.
- ✚ FIELDING, Nigel, LEE, Raymond & BLANK, Grant (ed.) (2017): *The SAGE handbook of online research methods* (second ed.). London, Sage.
- ✚ FLEW, Terry (2008): *New Media. An introduction*. UK, Oxford, Oxford University Press
- ✚ FLEW, Terry, IOSIFIDIS, Petros, & STEEMERS, Jeanette (2016): *Global media and national policies: The return of the state*. UK, Palgrave Macmillan.
- ✚ SCHROEDER, Ralph (2018): *Social theory after the internet: media, technology and globalization*. London, UCL.
- ✚ VAN DIJK, Jan (2005): *The network society: social aspects of new media*. Sage Publications.

Esta bibliografía se complementará con bibliografía adicional en el desarrollo de los distintos temas.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

# Partidos, ideologías y liderazgo políticos (Cod. 604471)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORES:** Emilio M. Martínez Gutiérrez (emilio.martinez@pdi.ucm.es)

## Introducción

La asignatura pretende realizar un estudio en profundidad de las ideologías políticas, los partidos y el liderazgo políticos en el contexto del nuevo espacio público y las dinámicas sociales contemporáneas. Se trata de actores y elementos claves del sistema político democrático y su dinámica está influida por los procesos de comunicación política. Se analizará el alcance, desarrollo y marco social de dichos elementos así como su relación con los *mass media* y la opinión pública.

## Objetivos

- Conocer los orígenes, desarrollo, funciones y organización de los partidos políticos en cuanto actores de la comunicación política
- Conocer las principales aportaciones en torno al concepto de ideología política
- Conocer los mecanismos del liderazgo político y sus implicaciones para la comunicación política

## Temario

Tema I.

Perspectivas sociológicas sobre las ideologías políticas

Tema II.

Ideologías políticas en la sociedad contemporánea. Cambio social, cultura política e ideologías

Tema III.

Formación y desarrollo de los partidos políticos

Tema IV.

Estructura y organización de los partidos políticos

Tema V.

Liderazgo político: una perspectiva crítica e interdisciplinar

Tema VI.

Estilos, dimensiones y contexto social, político y mediático del liderazgo político

## Sistema de evaluación

- Es preciso superar una prueba escrita sobre el temario de la asignatura (60%) así como la realización y superación de las prácticas de clase (40%).

## Competencias Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

## Competencias Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

## Competencias Específicas

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.
- CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

## Bibliografía básica

- ✚ Dowse Robert E. & Hughes, J.A., Sociología política (1986), Madrid: Alianza.
- ✚ Cotarelo, R. (1996): Los partidos políticos. Madrid. Sistema.
- ✚ Nye, Joseph S. (2011), Las cualidades del líder, Barcelona, Paidós.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2022-23

Programa de

**Problemas sociales y comunicación  
política** (Cod. 604465)

---

**MÓDULO:** Actores de la Comunicación Política

**ASIGNATURA:** Optativa

**CRÉDITOS:** 6

**PROFESOR:** Aina D. López Yáñez (adlopez@ccinf.ucm.es)

## Introducción

El desarrollo de la política contemporánea en los países occidentales ha gravitado en gran medida en torno a los problemas sociales (issues) definidos por las agendas política, mediática y ciudadana, si bien en grados distintos. De lo que se trata en esta asignatura es de profundizar en el conocimiento sociológico de algunos de los principales problemas sociales actuales, al tiempo que se procede a investigar el modo cómo estos son construidos por distintos actores políticos y medios de comunicación y se trata de alcanzar una comprensión de los factores ideológicos, político-estratégicos y mediáticos que condicionan dicha construcción.

## Objetivos

- Conocimiento avanzado de los problemas sociales contemporáneos más importantes y de sus causas en relación con las tendencias de cambio social.
- Estudio de la percepción y actitudes de la ciudadanía ante los principales problemas sociales.
- Análisis de las situaciones, vías y condicionantes por las que los distintos actores sociales problematizan los fenómenos sociales

## Competencias

### Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

### Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyecto integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

### Específicas

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.
- CE2. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.
- CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.
- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.
- CE5. Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.
- CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas.

## TEMARIO

### PRIMERA PARTE.

- Tema 1. Introducción a la comunicación política.
- Tema 2. Tendencias de cambio de la sociedad contemporánea.
- Tema 3. Los problemas sociales en la comunicación política: grandes modelos de interpretación.
- Tema 4. Las ideologías políticas y los problemas sociales.

### SEGUNDA PARTE. PROBLEMAS SOCIALES

Se abordará el estudio de los problemas sociales y su construcción político-mediática en, al menos, 2 de los siguientes temas, según la disponibilidad del calendario.

En la determinación de los temas a abordar se podrá considerar el criterio del alumnado y la evolución de la agenda política.

- Tema 5. Los problemas de la esfera económica I: el modelo económico, el estado del bienestar, el mercado de trabajo, la protección social, los servicios sociales, el sistema fiscal, la desigualdad.
- Tema 6. Los problemas de la esfera identitaria: los nacionalismos, inmigración, racismo y xenofobia. El populismo.
- Tema 7. Los problemas de la esfera política: la corrupción política, los pactos, la polarización política y los *media*, las mentiras políticas.
- Tema 8. Los problemas ambientales y urbanos: vivienda, sostenibilidad urbana, espacios públicos, la España vaciada, gentrificación, turistificación.
- Tema 9. Los conflictos de valores: de la religión al laicismo, género y transgénero, eutanasia, la cuestión animal.
- Tema 10. Los problemas demográficos: tendencias demográficas, la natalidad y las mujeres, el envejecimiento de la población, las pensiones, la soledad.

## EVALUACIÓN

**Requisito de asistencia a clase para el aprobado.** Para aprobar la asignatura es imprescindible asistir al menos al 50% de las clases. Si la asistencia es inferior al 50% de las sesiones la calificación final es de NO PRESENTADO.

### MÉTODOS DE EVALUACIÓN/METODOLOGÍA DOCENTE

- **A. Asistencia y participación en clase (evaluación continua).** Constituye un 10% de la nota. Para lograr sumar el máximo en esta categoría se atenderá a los siguientes criterios de evaluación: asistencia superior al 70% de las sesiones, exposición de un artículo científico en el aula, y participación activa en las sesiones de la asignatura.

- **B. Realización de trabajos de curso.**

Supone el 60% de la calificación final. Evalúa el aprendizaje teórico y aplicativo adquirido progresivamente.

Consiste en la elaboración semana a semana de distintos tipos de trabajos, siendo los más importantes los siguientes:

- Trabajos de textos de relevancia en la materia y análisis crítico de sus contenidos.  
(ATENCIÓN, ALGUNOS TEXTOS PODRÍAN ESTAR EN INGLÉS).
- Búsqueda de noticias/comunicaciones digitales y/o audiovisuales relacionadas con la asignatura, así como análisis subsiguiente.

Estos trabajos podrán ser evaluados en los siguientes formatos:

- Elaboración de alguno de estos ejercicios: mapas conceptuales, glosarios, análisis, comentarios críticos de las lecturas o aplicaciones críticas (a corregir por la profesora)
- Exposición en clase de la interpretación y el aprovechamiento de los textos del curso.
- En algunos casos se optará por un breve control escrito a realizar en clase sobre las tesis o las nociones de un texto.

**C. Realización de un examen sobre los contenidos de la materia.** Supone el 30% de la calificación final. Evalúa el aprendizaje teórico del conjunto de la materia impartida en clase.

### CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS SOBRE LOS ANÁLISIS CRÍTICOS.

Se publicarán en campus virtual.



## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ✚ ALEXANDER, J.C., “The societalization of Social Problems: Church, Pedophilia, Phone Hacking, and the Financial Crisis”, en *American Sociological Review*, 2018, vol. 83 (6), págs. 1049-1078.
- ✚ BOURDIEU, P., “La opinión pública no existe” en *Cuestiones de Sociología*, Istmo, España, 2000, págs. 220-232.
- ✚ BOUZA, F., “Las agendas de la ciudadanía durante la crisis económica”, en *Mediterráneo Económico*, 18, págs. 233-247.
- ✚ GAUTHIER, G. *et alt.*, *Comunicación y Política*, Gedisa, Barcelona, 1998.
- ✚ HABGOOD-COOTE, J. y ASHTON, A.N., “Receptive Publics”, en *Ergo. An Open Access Journal of Philosophy*, 2023.
- ✚ HILGARTNER, S. y BOSK, Ch., “The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model” en *American Journal of Sociology*, Jul., 1988, vol. 94, n1, págs. 53-78.
- ✚ LOPEZ, A., “La evolución de la Opinión Pública y el fenómeno WikeLeaks”, en En DÍAZ, S. y LOZANO, J. (eds.), *Vigilados. WikiLeaks o las nuevas fronteras de la información*, MAZZOLENI, G., *La Comunicación Política*, Alianza editorial, Madrid, 2010.
- ✚ LUHMANN, N., *La realidad de los medios de masas*, Universidad Iberoamericana - Anthropos, Barcelona, 2000.
- ✚ ORTEGA, F., *La política mediatizada*, Alianza, Madrid, 2011.
- ✚ THOMPSON, J.B., *Ideología y cultura moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1998.



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

Taller de investigación e intervención en  
comunicación política y campañas  
electorales (Cod. 604476)

---

**ASIGNATURA:** Obligatoria

**CRÉDITOS ECTS:** 6

**PROFESORES:** Luis García Tojar (lgarciat@ccinf.ucm.es)  
María Goenaga Ruiz de Zuazu (mgoenaga@ucm.es)

La Comunicación política es al mismo tiempo un campo de investigación y un campo de trabajo, es decir una profesión. Lejos de ser contradictorio, este doble carácter puede enriquecer tanto la actividad científica como el día a día en las redacciones, los gabinetes de comunicación y los equipos de planificación electoral siempre que exista comunicación bidireccional entre ambos sectores, o lo que es lo mismo que los investigadores y docentes recojan el saber experiencial de los y las profesionales, y éstos y éstas los conocimientos académicos surgidos de las universidades.

Precisamente esta comunicación bidireccional es el objetivo central de la asignatura Taller de Comunicación política y Campañas electorales (TCP), tal como se plantea aquí: impulsar el diálogo práctico entre saberes académicos y saberes profesionales. Por ello, la materia será impartida alrededor de la interacción entre el alumnado, docentes universitarios y especialistas del campo que serán invitados para enriquecer los contenidos de la asignatura, siempre y cuando su disponibilidad personal y el presupuesto del Máster lo permitan.

## Contenidos

La asignatura TCP abarca potencialmente todos los saberes que participan del trabajo profesional en Comunicación política y especialmente en la planificación, gestión y evaluación de campañas electorales. Como se trata de un territorio muy amplio para un cuatrimestre, es preciso acotarlo y agruparlo en módulos temáticos centrales. Dichas unidades se seleccionan partiendo del esquema de la Comunicación política como interacción estratégica entre ciudadanía, medios de comunicación y organizaciones políticas (Mazzoleni, 2014). En este sentido, podemos decir que la Comunicación política transforma las noticias en historias y la ciudadanía en *targets*: éstos son los dos módulos principales de la asignatura y tendrán un carácter teórico-práctico. En la parte práctica el alumnado será dividido en equipos, cada uno dedicado a la elaboración del plan de campaña de uno de los partidos con representación parlamentaria en los comicios objeto de experimentación.

## Temario

Introducción: El plan de campaña, o la Comunicación política como estrategia

- Módulo 1. Públicos o *targets*  
Contenido teórico: detección de perfiles de públicos.  
Práctica: estrategias metodológicas para la targetization de públicos para una campaña electoral y actividades prácticas para su puesta en práctica.
- Módulo 2. Discursos o *stories*  
Contenido teórico: la palabra política como narración  
Práctica: elaboración de tres discursos políticos para una campaña electoral. Análisis, discusión y reelaboración de los mismos para el plan de campaña de cada partido. En función del caso de trabajo se podrán añadir otras actividades paralelas, siempre orientadas a la construcción del relato de campaña.

## Organización de las clases y evaluación

Los contenidos de la asignatura TCP serán desarrollados eminentemente en forma de clases magistrales a cargo del profesorado encargado de la asignatura, prácticas en el aula y fuera de la misma, así como otras actividades como seminarios de trabajo en grupo así como la intervención de especialistas invitados. Todas estas actividades irán orientadas a la confección de un plan de campaña para un partido político, que los equipos de trabajo deberán exponer oralmente en el aula en las fechas seleccionadas para ello.

Tratándose de una asignatura de carácter práctico, es obligatoria la asistencia regular a clase. Si, de forma excepcional (y debidamente justificada durante la primera semana de la asignatura), algún/a estudiante no pudiera asegurar una asistencia regular que asegure el aprovechamiento de las clases, el profesorado de la asignatura podrá convenir con él/ella un tipo de evaluación para una vía excepcional no presencial.

La evaluación de la asignatura se basará en la calidad del plan de campaña que cada equipo defienda en su presentación oral, tras la que el profesorado de la asignatura podrá plantear dudas o sugerencias a cada uno de los trabajos. Dado que solo se nos permite otorgar una “matrícula de honor” por cada 20 estudiantes, al ser notas colectivas, en esta asignatura tristemente ningún/a estudiante podrá obtener esa máxima calificación.

## Competencias Generales

- CG1. Capacidad para aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad para integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

## Competencias Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

### Competencias Específicas

CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.

CE2. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.

CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.

CE4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

CE5. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.

CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas.

### Otras Competencias Específicas

OCE1. Elaboración de un plan general de campaña electoral.

OCE2. Análisis, evaluación y toma de decisiones en contextos de Comunicación política.

OCE3. Aplicación práctica de los conocimientos aprendidos en las demás asignaturas del programa EACP.

OCE4. Presentación de temáticas o puntos de vista innovadores que se discuten actualmente en los campos académico y profesional de la Comunicación política.

## Bibliografía recomendada

- ✚ Alexander, J. 2010. *The Performance of Politics*. NY: Oxford University Press.
- ✚ Castromil, A.; García Tojar, L. y Humanes, M. L. (Eds.) 2020: *La Comunicación Política en la era de la mediatización*. Salamanca: Comunicación Social.
- ✚ Equipo Piedras de papel 2015. *Aragón es nuestro Ohio. Así votan los votantes*. Barcelona: El hombre del tr3s.
- ✚ Hersh, E. 2015. *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*. NY: Cambridge University Press.
- ✚ Iyengar, S. 2015. *Media Politics: A Citizen's Guide*. NY: W. W. Norton.
- ✚ Lance Bennett, W. and Entman, R. 2001. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ✚ Kahnemann, D. 2016. *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debolsillo.
- ✚ Klima, A., Schlesinger, T., Thurner, P.W. y Küchenhoff, H. 2019. "Combining Aggregate Data and Exit Polls for the Estimation of Voter Transitions". *Sociological Methods & Research*, Vol.48 (2): 296-325.
- ✚ Lau, R. R y Redlawsk, D. P. 2006. *How Voters Decide. Information Processing during Election Campaigns*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ✚ Maravall, J. M. 2008. *La confrontación política*. Madrid: Taurus.
- ✚ Miller, L. 2023. *Polarizados. La política que nos divide*. Barcelona: Deusto.
- ✚ Monzón, C. 2009. *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- ✚ Polsby, N; Wildavsky, A.; Schier, S. y Hopkins, D. 2016: *Presidential Elections: Strategies and Structures of American Politics (14th Edition)*. Lanham, ML: Rowman & Littlefield, Popkin, S. 1994: *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- ✚ Torcal, M. (Ed.) 2018: *Opinión pública y cambio electoral en España. Claves ante el reto europeo y la crisis política y económica*. Madrid: CIS.