

---

# La política como actividad: el contexto cultural y los actores políticos

---

## Guía de lectura

PID\_00278262

Francisco Beltrán Adell

---

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 2 horas

---



**Francisco Beltrán Adell**

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por el profesor: Mikel Barreda Díez

Primera edición: febrero 2021  
© de esta edición, Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC)  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Autoría: Francisco Beltrán Adell  
Producción: FUOC  
Todos los derechos reservados

*Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita del titular de los derechos.*

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1. La cultura política.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Valores e ideologías.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Actitudes y socialización política.....</b>	<b>11</b>
<b>4. Comunicación política y opinión pública.....</b>	<b>12</b>
<b>5. La acción política individual (I): el perfil de los actores.....</b>	<b>13</b>
<b>6. La acción política individual (II): las formas de participación.....</b>	<b>14</b>
<b>7. La política digital.....</b>	<b>16</b>
<b>8. Los actores colectivos: grupos de interés, movimientos sociales, partidos políticos y medios de comunicación.....</b>	<b>19</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>27</b>



## Introducción

La política, como hemos podido ver en otros módulos, también es un proceso que busca **solucionar conflictos**, lo que no implica que siempre los resuelva. En esta actividad se presentan los elementos que permiten entender el dinamismo de la política y que son básicamente dos:

- 1) El **contexto** en el que se desarrolla la política, que está constituido por las actitudes, los valores, las ideologías y las culturas existentes en una sociedad.
- 2) Los **actores individuales y colectivos**, que intervienen en el proceso político y que están influenciados por la sociedad en la que viven (el contexto).

### **El matrimonio entre personas del mismo sexo**

Estos dos elementos son mucho más fáciles de entender con un ejemplo. Si pensamos en una política pública concreta, por ejemplo, la aprobación de la ley que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo, esta ley fue consecuencia de un proceso político en el que intervinieron diversos actores políticos, desde los partidos políticos con representación parlamentaria a grupos religiosos y asociaciones LGTB. Las discusiones se produjeron en un contexto determinado, en España, Estado aconfesional con un gobierno de mayoría socialista. Y el proceso se concluyó con un resultado, la ley que fue aprobada en el año 2005 y que supuso la modificación del Código civil.



## 1. La cultura política

La pregunta clave en estos momentos es **¿por qué las personas reaccionan de maneras tan distintas ante el mismo hecho?** Por ejemplo, el fraude fiscal. ¿Por qué en determinados países las personas que pagan menos impuestos de los que tendrían que pagar son vistas como héroes, mientras en otros países, a pocos kilómetros, consideran que es una actitud totalmente deplorable que va en contra del resto de vecinos de la comunidad?

Para explicar este distinto comportamiento, el módulo nos presenta tres conceptos: actitudes políticas, valores políticos e ideologías.

El comportamiento político de cada individuo deriva de un determinado sistema de actitudes políticas. Las **actitudes políticas** son adquiridas (no son innatas) y, aunque pueden cambiar, muestran una cierta estabilidad y persistencia en el tiempo, no son directamente perceptibles (normalmente se deducen de lo que se dice o se hace) y presentan distintos grados de intensidad en cada individuo.

Existe una parte de la doctrina que considera que las actitudes políticas son consecuencia de las experiencias personales, por ejemplo, haber vivido una guerra o haber sufrido el hambre en la posguerra (**tratamiento psicológico**); mientras que otra parte de la doctrina vincula las actitudes políticas al hecho de que el sujeto pertenezca a un determinado colectivo, por ejemplo, ser musulmán en Cataluña (**tratamiento sociológico**).

## 2. Valores e ideologías

Las orientaciones políticas son fruto de los valores existentes en una sociedad, y estos son consecuencia de su historia. En una misma sociedad conviven **sistemas de valores** distintos, y la política es la encargada de buscar el equilibrio entre estos valores.

Un ejemplo de esta repartición de valores son los partidos políticos que se presentan en unas elecciones como garantes o defensores de distintos valores. En las elecciones norteamericanas, los liberales (los *liberals* estadounidenses en Europa serían llamados *progresistas*, mientras que aquí el liberalismo es más bien de centro-derecha) defienden valores asociados a una ideología más social (igualdad, cierto intervencionismo del Estado, cierto control del libre mercado, etc.) y los republicanos que apoyan valores más neoliberales (libertad, libre mercado y libre competencia, etc.).

Este módulo también plantea la importancia de las **ideologías**, que al lado de las actitudes políticas y de los valores establecen las bases culturales de la acción política. Una ideología se caracteriza (pág. 22) por lo siguiente:

- 1) Defender una determinada concepción de la naturaleza humana.
- 2) Definir una visión de las relaciones entre individuos.
- 3) Proponer un esquema de relaciones entre cada individuo y el colectivo social.
- 4) Sostener una determinada posición sobre la capacidad de la acción política para influir en el desarrollo de cada sociedad.

Resumiendo, se puede considerar una **ideología** cualquier intento de interpretación de la realidad social que contenga un proyecto político al respecto.

La mayor parte de las ideologías nacieron a finales del siglo XVIII o en la primera mitad del XIX, las más importantes han sido los liberalismos, los conservadurismos, los socialismos, los anarquismos, los fascismos, los nacionalismos y los fundamentalismos religiosos. A ellas debemos añadir una muy importante en el siglo XXI, los populismos de izquierda y de derecha.



La discusión iniciada en la segunda mitad del siglo XX sobre la **muerte de las ideologías** se basaba en su imposibilidad de dar respuesta a todos los problemas de la sociedad. Este debate no tuvo en cuenta la posibilidad que tienen de **cambiar y adaptarse a las nuevas necesidades**; y tampoco valoró la **aparición de nuevas ideologías** que interpretan el mundo desde otros puntos de vista, como son, por ejemplo, el feminismo y el ecologismo.

Cuando encontramos un conjunto de personas que siguen una misma pauta de orientaciones o actitudes ante la política, es posible afirmar que este colectivo comparte una misma cultura política. Es importante tener en cuenta que este concepto no tiene nada que ver con el nivel de conocimiento que tienen los miembros de una comunidad sobre la política y que siempre hace referencia a un grupo, nunca a un individuo en solitario.

Mediante los sondeos de opinión y encuestas, se conoce la cultura política de un país. En España existe, por ejemplo, el **Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)**, que realiza regularmente barómetros para conocer las principales características de la cultura política española con preguntas a la ciudadanía relacionadas con la identidad nacional, el posicionamiento en el binomio entre izquierda y derecha, el apoyo a la democracia, etc.

Existen distintos factores que pueden influir en los resultados de estas preguntas: la edad, el ámbito territorial, la clase social, formar parte de una élite política, etc. Para diferenciar las posibles variantes existentes, algunas veces se habla de **subculturas políticas**. Hay que tener en cuenta que no se trata de establecer una graduación según su importancia, sino de dar la posibilidad de poder especificar un sistema de actitudes en un contexto más amplio. Por ejemplo, si estudiamos España, podemos hablar de la subcultura gallega, pero si nuestro estudio se centra solamente en Galicia, se tratará de la cultura política gallega.

Gabriel Almond y Sidney Verba fueron los primeros autores que hablaron de la existencia de **tres tipos ideales de cultura política** en su obra *La cultura cívica* (1963):

1) **Una cultura cívica o participativa**, compartida por aquellos individuos con orientaciones que se caracterizan por querer introducir sus demandas en el proceso político, intervenir en este e influir sobre el gobierno y sus decisiones.

2) **Una cultura de súbdito**. Las orientaciones del súbdito se basan en sus conocimientos y sentimientos favorables al sistema político y a sus gobernantes, que lo llevan a aceptar pasivamente sus decisiones sin ser casi conscientes de la posibilidad de influir en las mismas.

**3) Una cultura localista o parroquial.** Las orientaciones parroquiales consisten en la vinculación afectiva a grupos primarios, como la familia o las comunidades religiosas o locales. Existe una total indiferencia con la existencia de una estructura política diferenciada.

Todas las sociedades son el resultado de una mezcla, en distinto grado, de las tres tipologías. Los autores defendían que cuanto más cívica fuera la cultura existente en un estado, mayor sería la estabilidad de sus instituciones democráticas.

Lo que es indiscutible es que conocer la cultura política de una comunidad es una importante llave interpretativa que nos da información muy interesante para entender su realidad política. Por ejemplo, para entender por qué en Cataluña todos los partidos se tienen que posicionar en el binomio entre Cataluña y España.

### 3. Actitudes y socialización política

Teniendo en cuenta que las actitudes políticas no son innatas, este módulo dedica todo un capítulo a la **socialización política**, entendida como el proceso de adquisición y transformación de las creencias, actitudes, valores e ideologías que cada individuo experimenta a lo largo de su vida.

Es posible diferenciar dos fases: una **socialización primaria**, que se da en la infancia, y una **socialización secundaria**, que se produce en la edad adulta. También se tiene que tener en cuenta que en este proceso participan distintos agentes de socialización política, que podemos dividir en tres grandes grupos: los **grupos primarios** (la familia, los amigos, las asociaciones locales de carácter deportivo, cultural, religioso, etc.), los **grupos secundarios** (las instituciones escolares, las iglesias, los partidos, las organizaciones no gubernamentales, los grupos de interés, los medios de comunicación, etc.) y los **grupos de referencia**, que son los colectivos con los que se comparten determinadas características (profesión, clase social, origen nacional o racial, etc.).

## 4. Comunicación política y opinión pública

En este proceso de socialización y en la creación de actitudes y valores políticos se tiene que destacar la importancia que juega la **comunicación política**, entendida como el intercambio de cualquier tipo de mensaje que acompaña necesariamente el proceso de toma de decisiones vinculantes sobre conflictos de interés colectivo.

La comunicación está presente en todas las fases del proceso político, desde la elaboración de una demanda hasta la aplicación de la propuesta vencedora, y es consustancial en los procesos de socialización. Para estudiar este proceso de comunicación política, tenemos que prestar atención al emisor, el receptor, el mensaje y los canales de transmisión y de retroalimentación.

## 5. La acción política individual (I): el perfil de los actores

La política no tiene sentido si no tenemos en cuenta los **actores tanto individuales como colectivos** que participan en ella. Cada uno de nosotros es un actor político individual que influye en la política cuando participa en un proceso electoral, mediante la emisión de su voto, por ejemplo.

A su vez, actitudes más o menos participativas en la vida política suelen depender de características como la edad (la participación se incrementa con la edad, desde la juventud a la madurez), el género (diferencias en la participación social de hombres y mujeres que son mucho más evidentes en sociedades tradicionales que en las democracias avanzadas), el nivel de instrucción (cuanto mayor es el nivel educativo, mayor es la disposición a participar en la escena política) o la situación laboral y la posición social (cuanto más alto el nivel de renta y la posición en el mercado laboral, mayor tiende a ser la intervención política).

## 6. La acción política individual (II): las formas de participación

La ciudadanía puede intervenir en política, por lo tanto, de manera individual o de manera colectiva. Es importante tener presente que no todas las personas participan con la misma intensidad en política, por lo que se pueden encontrar desde aquellas que son totalmente indiferentes o inactivas hasta las que han hecho de la política su profesión. La acción política, además, se puede realizar de manera espontánea, por ejemplo, una persona que después de haber tenido problemas con el Ayuntamiento como usuaria de la guardería municipal escribe una carta al periódico para poner de manifiesto la mala gestión del servicio. En todo caso, es más habitual que la acción política sea el resultado de la **coordinación entre diversas personas**, por ejemplo, la asociación de vecinos y vecinas que se pone en contacto con la Administración local para reclamar una mayor inversión en su barrio. Y esta acción política, en tercer lugar, puede utilizar formas convencionales o formas no convencionales, dependiendo de si las formas de actuación escogidas se ajustan, o no, a los valores dominantes en los sistemas liberales democráticos.

Las **formas convencionales** de hacer política suelen ser fórmulas legales y legítimas. Se trata de comportamientos ligados a los procesos electorales (presentarse como candidatos o ir a votar, etc.), la formación de opinión (escribir cartas en los periódicos o asistir a mítines, etc.), el contacto con las autoridades (firmar cartas en los periódicos o enviar correos electrónicos a las autoridades, etc.) y la movilización organizada (participar en manifestaciones o afiliarse a un partido político, etc.).

El módulo presta una especial atención por su importancia al **voto** como acción política individual colectiva, que es esencial para el buen funcionamiento de la democracia. Ir a votar es una acción política que permite analizar de forma muy gráfica los dos modelos explicativos de la actividad política que quieren dar respuesta a los distintos comportamientos políticos de los individuos. Si aplicamos el **modelo económico**, que considera que el individuo es un actor racional que tiene unos claros objetivos y que actúa con base en el análisis de la reacción entre costos y resultados, la actitud racional del individuo sería la abstención, ya que los costes de reunir la información sobre todas las candidaturas, de reflexionar sobre cuál de ellas se adecúa mejor a las necesidades y el tiempo dedicado a ir a votar son siempre superiores a la probabilidad de que el voto emitido sea decisivo para la elección del candidato preferido. En cambio, el **modelo sociocultural** explicaría la inclinación a votar como resultado de la posición del sujeto en el universo sociopolítico.

Las **formas no convencionales** de la acción política se desarrollan al margen de las vías institucionales y van más allá de la legalidad aceptada. La tipología de acciones que se pueden considerar no convencionales es muy amplia, desde acciones pacíficas, como el boicot a determinados productos o huelgas de hambre, a actuaciones más violentas, como huelgas sin respetar los servicios mínimos o manifestaciones ilegales con violencia.

## 7. La política digital

Un aspecto que no es que haya cobrado vigencia actualmente, sino que define en gran medida la política contemporánea, es aquel que podríamos calificar como **política digital**, el conjunto de procesos, interacciones y resultados que tienen lugar en línea empleando tecnologías de información y comunicación, desde el nivel local hasta el global.

Podríamos decir que todos los conceptos tratados en esta actividad tienen un aspecto o un componente digital, e incluso que el hecho de que tengan lugar de forma digital cambia su naturaleza respecto a sus definiciones más tradicionales. Pensemos en la socialización política, «el proceso de adquisición y transformación de las creencias, actitudes, valores e ideologías» que acabamos de definir. No es solo que los **medios digitales** se constituyan en un agente de socialización que hay que añadir a los grupos mencionados, sino que la forma en que muchos de esos agentes desarrollan su labor de socialización está determinada por las tecnologías de información y comunicación y el medio en el que esta socialización tiene lugar. Así, los colectivos con los que compartimos ciertas características –ideológicas, étnicas, profesionales– influyen en nosotros por medio de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram o LinkedIn, y también podemos decir que estos medios se constituyen en nuevos agentes de socialización.

Más allá de sus efectos en la socialización, la actividad política en el mundo digital se basa en presupuestos diferentes a la actividad política más tradicional. Mientras que la actividad política clásica –al menos aquella ligada a las formas convencionales de participación– está mediatizada por instituciones, partidos y medios de comunicación, que son los que determinan qué mensajes van a llegar a los ciudadanos y cuándo lo van a hacer; en el mundo digital prima la **inmediatez** y el **contacto directo entre los actores**. Antes de la aparición de las redes sociales, era poco más que imposible que el presidente de un país se dirigiera a cada uno de los ciudadanos sin pasar por múltiples filtros: portavoces del Gobierno, ministros, medios de comunicación. Se trataba de una comunicación indirecta, mediatizada y diferida. El anterior presidente de Estados Unidos, Donald Trump, tenía noventa millones de seguidores en Twitter antes de que fuera suspendida su cuenta, que, si querían, recibían al instante y sin intermediarios sus opiniones varias veces al día.

Aunque el caso de Trump puede ser el más extremo, no solo no es el único, sino que se puede afirmar que muy pocas instituciones públicas y privadas, empresas, organizaciones o actores políticos y sociales de todo tipo carecen hoy en día de un perfil público en alguna red social con el que comunicarse



con la misma inmediatez con seguidores, votantes, afiliados, consumidores y público interesado en cualquier parte del mundo. El impacto del fenómeno de las redes sociales en la actividad política es difícil de minusvalorar.

Tanto es así que una de las múltiples facetas de las redes sociales es su capacidad para convertirse en **instrumentos de guerra**, en este caso de **ciberguerra**. Son numerosos los ejemplos de países –notablemente Rusia, China y Corea del Norte– que intentan influir mediante los llamados **bots** (grupos de *hackers* que llenan de perfiles falsos redes sociales como Facebook o Twitter para diseminar información fraudulenta) en el comportamiento electoral de otras naciones y, por tanto, en su proceso democrático, sembrando desinformación y dudas sobre unos actores y otros, o bien sobre diversas cuestiones políticas.

Las consecuencias para la convivencia democrática de tal evolución no serían tan graves si estuviéramos hablando de redes con pocos usuarios, pero Facebook, Twitter e Instagram, con casi 2.700 millones, 330 millones y 1.000 millones de usuarios, respectivamente (Statista, consultado en noviembre de 2020), superan con mucho los consumidores mundiales de televisión, radio y prensa escrita y en línea, y se han convertido en **la fuente principal y de interacción política de gran parte de la población de las democracias avanzadas**. De ahí que, pese a ser empresas privadas, el debate público sobre su regulación por parte de los poderes públicos sea tan necesario y controvertido, dado que tal regulación debe conjugar la libertad económica, de prensa y de expresión de compañías privadas con el potencial impacto nocivo que su utilización pueda tener para nuestras instituciones democráticas y liberales.

Existe otro aspecto de la política digital de gran transcendencia para el funcionamiento de nuestras democracias. Como destacan Rosa Borge y Marc Esteve en el artículo que figura en la bibliografía complementaria, una herramienta de acceso global que potencialmente acerca a cualquier persona a toda la información política, económica y social disponible en un momento dado en el mundo, como es Twitter, «acaba siendo una cámara de resonancia que amplifica la polarización política y la intolerancia entre posicionamientos ideológicos encontrados». Los autores se refieren aquí a una paradoja asociada al uso de internet y de las redes sociales. Instrumentos que iban a servir para **democratizar el acceso a la información** de todos los habitantes del planeta –algo inaudito en la historia y que iba a abrir posibilidades revolucionarias en el campo de la acción política– han terminado teniendo un **efecto mucho más ambiguo**. Al menos en las democracias avanzadas el uso de redes sociales ha servido para **polarizar a los ciudadanos**, que en gran medida solo se expone a información que valida o confirma lo que ya cree saber respecto a la política, o bien refuerza sus prejuicios. Dicho de otro modo, el ciudadano medio solo va a escuchar información procedente de los «suyos», de aquellos con los que comparte posiciones políticas, o bien alguna otra característica social. Es el efecto conocido como **«caja de resonancia»**, o *echo chamber* (mencionado por Borge y Esteve en su artículo), que tiene nocivas consecuencias para la pluralidad de puntos de vista y de fuentes de información a que todo ciudadano

de una democracia debería verse expuesto y, a su vez, para la capacidad de entendimiento entre las diversas posiciones políticas (el problema de la creciente polarización política mencionado).

### **Lecturas recomendadas**

**Borge, R.; Esteve, M.** (2020). «Twitter como espacio de transformación y debate político». *Agenda Pública*.

Además de este artículo de Rosa Borge y Marc Esteve, tenéis en la bibliografía complementaria otros dos textos interesantes sobre política digital. Uno es el de Dafne Calvo y otros, en el que se aborda el empleo de nuevas herramientas informáticas y redes sociales en campañas electorales españolas recientes. Otro es el de Miguel Moya Sánchez y Susana Herrera Damas, que trata de Twitter como instrumento para el activismo político, la comunicación política y como fuente de información para los ciudadanos.

**Calvo, D.; y otros** (2019). «Hacia una campaña computacional: herramientas y estrategias online en las elecciones españolas». *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 51, pág. 123-154).

**Moya Sánchez, M.; Herrera Damas, S.** (2015). «Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada» [en línea]. *Arbor* (vol. 191, núm. 774).

## 8. Los actores colectivos: grupos de interés, movimientos sociales, partidos políticos y medios de comunicación

Entrando a analizar los **actores colectivos**, podemos diferenciar tres tipologías de actores políticos colectivos: los movimientos sociales, los grupos de interés y los partidos políticos. Aunque los medios de comunicación no son en sí un actor colectivo, tiene sentido considerarlos en cierto modo como tales y estudiarlos junto al resto de actores políticos, y lo haremos después de hablar de ellos.

Los criterios que nos permiten diferenciar entre movimientos sociales, grupos de interés y partidos políticos son el **grado de estructuración** (fuerte y estable, en el caso de grupos de interés y partidos políticos; o variable, en el caso de los movimientos sociales), el **discurso que desarrollan** (abarcando todos los campos de la vida política, como los partidos; o bien centrándose en una sola cuestión, o *issue* político, como por ejemplo los movimientos ecologistas o feministas) y su **ámbito preferente de actuación** (puede ser el ámbito institucional –Parlamento, administraciones públicas, etc.–, como en el caso de los partidos; o el terreno de las actividades no convencionales, como en el caso de muchos movimientos sociales).

Ibarra y Letamendía proponen la siguiente tipología de actores políticos colectivos:

Tabla 1. Tipología de actores políticos colectivos

	<b>Partidos políticos</b>	<b>Grupos de interés</b>	<b>Movimientos sociales</b>
1. Orientación hacia el poder político	Ejercerlo	Presionarlo	Cambiarlo
2. Relación con los partidos		Complementaria	Conflictiva
3. Organización	Jerárquica, formalizada	Formalizada	Horizontal, informal, red comunitaria
4. Intereses o grupos representados	Indeterminados, determinables	Determinados	Indeterminados, indeterminables
5. Medios de representación	Electorales	Convencionales	No convencionales
6. Tipos de acción colectiva	Agregar intereses generales	Agregar intereses sectoriales	Intereses con identidad colectiva
7. Estrategia	Competencia	Cooperación	Conflicto

Fuente: Ibarra y Letamendía (1998, pág. 380)

	<b>Partidos políticos</b>	<b>Grupos de interés</b>	<b>Movimientos sociales</b>
8. Objetivos finales	Sistémicos	Asistémicos	Antisistémicos (como mínimo, potencialmente)

Fuente: Ibarra y Letamendía (1998, pág. 380)

Los **grupos de interés** son asociaciones voluntarias con un elevado grado de estructuración que persiguen el objetivo de influir en el proceso político defendiendo propuestas que afectan a los intereses de un determinado sector de la comunidad.

Los grupos de interés pretenden complementar la acción de los partidos políticos y presionan el poder político institucionalizado para que tomen decisiones a su favor. Su tipología es muy amplia, ya que pueden defender intereses y tener dimensiones bien distintas. Consideramos grupo de interés a una asociación de vecinos y vecinas, un colegio profesional, una asociación de consumidores, un sindicato, una organización patronal, una asociación religiosa o cultural, etc.

Un caso especial que se señala en el módulo «La política como actividad (II): los actores» es el de los **lobbies**. Aunque se parecen a los grupos de interés, son entidades que ofrecen –a personas, empresas y organizaciones interesadas en contratar sus servicios para influir en un aspecto determinado de una política pública– conocimientos de un sector específico, contactos y acceso a actores con poder de decisión sobre ámbitos concretos de la vida política y económica, así como capacidad de persuasión sobre estos actores. Como dice el módulo, su objeto es «diseñar y llevar a la práctica campañas de influencia a favor de los intereses del cliente». Washington, D. C. –capital de Estados Unidos y sede de casi todos los órganos del gobierno– y Bruselas –donde se encuentra la mayor parte de los organismos de la Unión Europea– son ciudades donde se concentra una gran cantidad de **lobbies** que intentan influir en las políticas del gobierno federal estadounidense y en las regulaciones europeas, respectivamente.

Los **movimientos sociales** suelen tener una forma poco estructurada, un discurso transversal y una cierta preferencia en la utilización de formas de acción no convencionales. Nacen como consecuencia de su desacuerdo con la política o para dar respuesta a una problemática concreta, y su objetivo no es la permanencia en el tiempo, sino lograr cambiar aquello que no les gusta. Los movimientos tienen una relación conflictiva con los partidos políticos, ya que exigen cambios en las decisiones del poder político.

La categoría genérica de movimiento social engloba al menos tres modalidades: **movimiento social en sentido genérico** –comparten valores, pero no constituyen necesariamente una organización única ni cuentan con un programa expreso de actuación, como el movimiento feminista o el ecologista–, **movimientos sociales organizados** –organizaciones no gubernamentales locales o globales, como Greenpeace, Médicos sin Fronteras, Amnistía Internacional, integradas a su vez en movimientos sociales en sentido genérico– y **grupos de acción con un objetivo único** –vinculados a una situación o problema específico, como el movimiento en contra de las minas antipersona.

En la historia podemos distinguir diferentes movimientos sociales, por ejemplo, el movimiento obrero ha ocupado una posición central en la modernidad. El movimiento obrero nace como consecuencia de la Revolución Industrial por parte de una clase trabajadora que se siente dominada y explotada por el capitalismo. El ecologismo, el pacifismo y el feminismo han sido movimientos importantes en la posmodernidad. Y hoy en día podemos incluir tanto los movimientos sociales en sentido genérico como la coordinadora de asociaciones LGTB, como organizaciones no gubernamentales de carácter local o internacional que se integran en los movimientos sociales en sentido amplio (por ejemplo, Amnistía Internacional), o grupos de acción con un objetivo único que quieren resolver una situación o problema específico citado anteriormente.

Los **partidos políticos** son una asociación de individuos para la defensa de unos determinados intereses, organizada internamente de forma jerárquica con la pretensión de la permanencia en el tiempo, y que tiene como objetivo lograr el poder político para poder llevar a cabo su programa político.

El módulo explica la evolución de los partidos políticos en la historia, desde su aparición con el desarrollo del parlamentarismo hasta la actualidad, su estructura, financiamiento y sus funciones.

El módulo expone la evolución de los partidos políticos en los dos últimos siglos y habla de partidos de notables, o de cuadros, partidos de masas, partidos de electores y partidos empresa. Esta tipología nos sirve también para explicar qué tipo de partidos suelen existir en las democracias actuales.

Los **partidos de notables, o de cuadros**, eran partidos que seleccionaban a sus miembros de acuerdo con una cualidad concreta, la mayor parte de las veces renta personal, y su programa dependía de los intereses económicos que defendían. Es el modelo adoptado por los primeros partidos del Estado liberal, si bien desde la posguerra mundial han desaparecido prácticamente de todos los regímenes democráticos.

#### Lectura recomendada

En relación con el tema de los movimientos sociales podéis consultar el artículo de Joan Subirats, disponible como bibliografía complementaria de la actividad. En él, el profesor Subirats habla del activismo y los movimientos sociales y las relaciones entre la participación política en diversos niveles desde el global al local:

**Subirats, J.** (2017). «El activismo social entre la globalización y el municipalismo» [en línea]. *CIDOB* («Notes Internationals», núm. 168).

Los socialdemócratas alemanes del siglo XIX son el primer ejemplo histórico de **partidos de masas**, un modelo posteriormente copiado por partidos comunistas, fascistas, democristianos y nacionalistas. En su origen socialdemócrata constituían partidos, cuyo poder se sustentaba en la afiliación masiva, que les permitían disponer de recursos y cuadros con los que oponerse a los partidos creados desde el poder. Los partidos de masas han perdurado hasta las décadas de los setenta y ochenta en buena parte de las democracias occidentales.

Los **partidos de electores** (o *catch-all*, o «atrapalotodo») evolucionan a partir de los partidos de masas, pero su razón de ser no es tanto maximizar la militancia como vía para competir por el poder, sino movilizar al mayor número posible de votantes en cada consulta electoral. Para ello, los programas se vuelven más genéricos y menos radicales, por lo que buscan apoyos en varios sectores o grupos sociales y no solo en un espacio ideológico determinado. A que muchos partidos de masas se transformen en partidos de electores contribuye también la introducción de la **financiación pública a los partidos**, que hace menos necesarias las cuotas de los afiliados y, a su vez, la profesionalización y personalización de su liderazgo refuerzan el desplazamiento del programa como elemento clave de ellos. Partidos de electores son, hoy en día, los principales partidos de centro-derecha y de centro-izquierda de muchas democracias avanzadas.

Los **partidos empresa** son organizaciones creadas exclusivamente para servir de vehículo electoral a un determinado candidato. En este caso, el papel del programa es mínimo, mientras que el liderazgo personalista es el elemento más importante. Un ejemplo clásico es el partido italiano Forza Italia, que surgió en la década de los noventa para ayudar a su líder, Silvio Berlusconi, a competir y lograr la presidencia del gobierno italiano.

Un tipo de partido fundamental para entender muchas de las transformaciones políticas de nuestras democracias es el **partido populista**. Podemos definir el populismo como un tipo de relato político que afirma que el poder legítimo radica en «el pueblo», y no en las élites (Norris e Inglehart, 2019, pág. 4). Sin embargo, los populistas no suelen ser muy concretos en cuanto a lo que hay que hacer con el poder, qué tipo de políticas aplicar o qué tipo de decisiones hay que tomar. Esto les permite una flexibilidad absoluta en cuanto a sus principios y sus valores –al contrario que los tipos de partidos que hemos visto hasta ahora, por muy «atrapalotodo» que se muestren–, por lo que se permite la existencia de partidos populistas de derechas y de izquierdas, partidos populistas progresistas o autoritarios y cualquier otro tipo entre estos extremos.

Una característica común de los partidos populistas es su intento de **deslegitimar a lo que llaman «las élites»**, sean estas expertos sociales o científicos, periodistas, o bien élites políticas, con el objetivo final de «socavar la fe en la autoridad legítima de los representantes electos de las democracias liberales» (ibíd., pág. 6).

En la actualidad, encontramos partidos populistas en casi todas las democracias avanzadas de Occidente –como el Partido Popular en Suiza, el Partido del Progreso en Noruega, El Partido de la Libertad en Austria, el Partido Popular Danés, el Partido por la Libertad en Holanda, el Partido de los Verdaderos Fineses, VOX en España, la Liga Norte en Italia, la Agrupación Nacional (antiguo Frente Nacional) en Francia, la Alternativa por Alemania, los Demócratas Suecos, el Partido por la Independencia del Reino Unido– y en las democracias más recientes de Europa Oriental –Fidesz y Jobbik en Hungría, Ley y Justicia en Polonia, el Partido Democrático Esloveno, el Movimiento Nacional Búlgaro. Muchos de estos partidos han formado o forman parte de los gobiernos de sus respectivos países, o bien gozan de una importante capacidad de influencia sobre los mismos.

Por su parte, Takis Pappas distingue dentro de aquellos que buscan deslegitimar la democracia liberal entre antidemócratas, nativistas y populistas (Pappas, 2016). Entre los primeros incluye a partidos como el Frente Nacional francés de Jean-François Le Pen o Jobbik, en Hungría. Entre los segundos estarían el Partido Liberal austriaco, el Partido Popular suizo, el Partido del Progreso noruego, los Demócratas Suecos, el Partido por la Independencia del Reino Unido, el Partido Popular Danés, el Partido por la Libertad en Holanda y el Frente Nacional francés, de Marine Le Pen. Por último, populistas en sentido estricto serían, para Pappas, Fidesz en Hungría, Forza Italia, Smer en Eslovaquia, Ley y Justicia en Polonia, Syriza en Grecia y Podemos en España.

Cabe destacar que todos los partidos citados por este último autor son considerados genéricamente como populistas en otras tipologías del fenómeno, que incluye a partidos populistas de izquierda, como Syriza y Podemos, y que cuando publica su artículo, en 2016, ciertos partidos populistas no tenían representación parlamentaria (es el caso de VOX, en España), no habían cambiado a su denominación actual (Agrupación Nacional, en Francia), o bien era difícil incluirlos en su clasificación (como el Movimiento Cinco Estrellas, en Italia).

### Lecturas recomendadas

En relación con el populismo tenéis varios textos y vídeos en la bibliografía complementaria y entre los recursos web citados al final de esta actividad. Uno es el artículo de Eva Anduiza y Guillém Rico, donde los autores abordan el fenómeno populista, desde un enfoque tanto teórico como de política práctica, con ejemplos de España y de Europa. Otro es el vídeo «El populismo en Europa», una mesa redonda con la participación de Ángel Rivero, Igor Sosa y Mira Milosevich, organizada por la Fundación FAES, donde se realiza un análisis comparado de los movimientos populistas de Europa Occidental y Europa Central y del Este. También es interesante el texto de Jan-Werner Müller, donde este experto en populismo analiza la lógica de los movimientos de protesta actuales en varios países del mundo y sus interrelaciones desde una perspectiva que va más allá del populismo:

**Anduiza, E.; Rico, G.** (2017, 26 de septiembre). «Siete cosas que hemos aprendido sobre populismo» [en línea]. *Agenda Pública*.

**Mueller J. W.** (2011). «El lenguaje de la protesta mundial». *Project Syndicate*.

Por último, otra categoría novedosa e interesante es la de los **partidos nicho**. Estos partidos, según explican Theresa Kernecker y Markus Wagner (2019) en el artículo que está entre la bibliografía complementaria, se centran en un conjunto más reducido de cuestiones políticas que suelen ser dejadas de lado por partidos rivales. En América Latina, los partidos nicho pueden estar basados en elementos posmaterialistas (el medioambiente, la descentralización o los derechos de las minorías), o bien en cuestiones más «clásicas» (valores sociales, religión o seguridad). Algunos ejemplos de este tipo de partidos serían el Frente Popular de Buenos Aires, en Argentina; el Partido Verde, en Brasil, o el Partido Verde mexicano. En Europa también existen partidos nicho, como los partidos verdes, los partidos de derecha radical y los partidos etnoterritoriales o nacionalistas.

#### Lectura recomendada

Kernecker, T.; Wagner, M. (2019). «Niche parties in Latin America». *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* (núm. 1(29), págs. 102-124).

Los partidos políticos tienen sentido cuando los ubicamos dentro de un sistema político donde coexisten, actúan conjuntamente y establecen unas relaciones de competencia. Este entramado político se conoce con el nombre de **sistema de partidos**. Existen distintos sistemas de partidos que tienen su justificación en las características sociales e históricas de un territorio y en la normativa existente. Los **sistemas electorales** son un elemento decisivo para la configuración de los sistemas de partidos: que el sistema electoral sea mayoritario o proporcional comporta un sistema de partidos u otro. Duverger (1981), por ejemplo, intentó demostrar empíricamente cómo los **sistemas electorales mayoritarios** son unos sistemas disuasorios para los partidos más pequeños en el momento de presentarse a las elecciones. En cambio, los **sistemas proporcionales** permiten una mayor presencia de partidos pequeños en la competición electoral y en las instituciones públicas. Es interesante tener en cuenta que esta relación también se produce al revés, es decir, tener un determinado sistema de partidos genera una u otra tipología de sistemas electorales. Colomer (2003) establece que los sistemas de partidos de partidos multipartidistas o bipartidistas generan sistemas proporcionales o mayoritarios.

#### Lectura recomendada

Colomer, J. M. (2003). «Son los partidos los que eligen los sistemas electorales (o las leyes de Duverger cabeza abajo)». *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 9, pág. 39-63).

Duverger (1981) utiliza un **criterio numérico** para clasificar los sistemas de partidos y diferencia sistemas de partido único, bipartidistas y multipartidistas. Sartori (1980) realiza otra clasificación en la que tiene en cuenta el **número de partidos, su importancia y fuerza real** (escaños obtenidos, posibilidad de coalición con otros partidos y posibilidad de chantaje) y distingue seis tipologías:

- sistema de partido único
- sistema de partido hegemónico
- sistema de partido predominante
- sistema de partido bipartidista
- sistema de partidos de pluralismo limitado, o moderado
- sistema de partidos o pluralismo polarizado, o extremo

#### Vídeo recomendado

Para la cuestión de los partidos y los sistemas de partidos es muy interesante consultar la presentación en vídeo de Leticia M. Ruiz Rodríguez «Los partidos políticos y los sistemas de partidos» (UOC, 2016), que tenéis entre los recursos web de esta actividad y en la que trata de los partidos políticos –definición, funciones, tipologías– y los sistemas de partidos –definición y comparación.



Finalmente, el módulo «La política como actividad (II): los actores» analiza los medios de comunicación como un nuevo actor colectivo que ha dejado de ser un observador de la política y que ha asumido un papel activo en la misma.

Los **medios de comunicación** ejercen varios roles en la actualidad: transmiten los mensajes emitidos por otros actores políticos –gobiernos, partidos, etc.–, o bien critican o apoyan las posiciones de esos actores, o bien a menudo se convierten en protagonistas al desarrollar una agenda política propia que apoya o critica sistemáticamente al Gobierno, a la oposición o a algún candidato o partido. Los medios pueden asumir alguno de estos roles o todos al mismo tiempo.

### **Medios de comunicación en Estados Unidos**

Por ejemplo, es habitual en Estados Unidos que la prensa apoye a un candidato u otro en elecciones nacionales, estatales o locales, una práctica que se ha extendido a otros países. Un ejemplo en el caso de la televisión lo tenemos en las cadenas por cable Fox News, MSNBC y CNN. Mientras que la primera se ha posicionado en favor del expresidente y del Partido Republicano durante toda la legislatura del gobierno Trump; MSNBC y CNN han tomado partido por el Partido Demócrata y por el presidente Joe Biden durante la campaña presidencial de 2020.

La relación entre los medios de comunicación y el poder político siempre ha sido controvertida. Los gobiernos han intentado controlar a los medios mediante regulaciones y la concesión de licencias de radio y televisión, o bien se han reservado monopolios en estos ámbitos y, a menudo, no han respetado la neutralidad política de tales medios públicos. Con la aparición de las televisiones privadas, los intentos de control son más indirectos, mediante la influencia política y económica, influencia que en el caso de los grandes conglomerados de información, asociados a potentes grupos económicos, va desde los medios hacia el Gobierno simultáneamente, pero ha sido **la aparición de las tecnologías de información y comunicación y el uso de internet el que ha transformado definitivamente la industria de la comunicación**, ya que ha abierto infinitas posibilidades, tanto para que los ciudadanos accedan a medios independientes como para que los diversos centros de poder intenten controlar la información que ellos reciben. El papel político actual de los medios de comunicación está íntimamente relacionado con los diversos aspectos de la política digital expuestos anteriormente.



## Bibliografía

### Lecturas obligatorias

**Martí, S.; Vallès, J. M.** (2014). «La política como actividad (I): el contexto cultural». Barcelona: FUOC.

**Martí, S.; Vallès, J. M.** (2014). «La política como actividad (II): los actores». Barcelona: FUOC.

### Lecturas complementarias

**Aguilar Fernández, S.** (2007). *Identidad y opción: dos formas de entender la política*. Madrid: Alianza.

**Almond, G.; Verba, S.** (1970). *La cultura cívica*. Madrid: Euroamérica.

**Anduiza, E.** (1999). *¿Individuos o sistemas? Las razones de la abstención en Europa occidental*. Madrid: CIS.

**Anduiza, E.** (2009). *Comportament electoral: ciutadans, eleccions i política*. Barcelona: UOC.

**Anduiza, E.; Rico, G.** (2017, 26 de septiembre). «Siete cosas que hemos aprendido sobre populismo» [en línea]. *Agenda Pública*. Disponible en: <<http://agendapublica.elpais.com/siete-cosas-aprendido-populismo/>>

**Bell, D.** (1961). *El fin de las ideologías*. Madrid: Tecnos.

**Beyme, K. Von** (1986). *Los grupos de presión en la democracia*. Buenos Aires: Belgrano.

**Beyme, K. Von** (1986). *Los partidos políticos en las democracias occidentales*. Madrid: CIS.

**Bobbio, N.** (1995). *Derecha e Izquierda*. Madrid: Taurus.

**Borge Bravo, R.; Esteve del Valle, M.** (2020). «Twitter como espacio de transformación y debate político» [en línea]. *Agenda Pública*. Disponible en: <<http://agendapublica.elpais.com/twitter-como-espacio-de-transformacion-y-debate-politico/>>

**Bosch, A.** (2004). *Com votem i per què*. Barcelona: UOC.

**Calvo, D.; y otros** (2019). «Hacia una campaña computacional: herramientas y estrategias online en las elecciones españolas». *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 51, págs. 123-154).

**Castillo, P. del** (1985). *La financiación de los partidos y candidatos en las democracias occidentales*. Madrid: CIS.

**Castillo, P. del; Crespo, I. (coords.)** (1997). *Cultura política*. Valencia: Tirant lo Blanc.

**Colomer, J. M.** (2003). «Son los partidos los que eligen los sistemas electorales (o las leyes de Duverger cabeza abajo)». *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 9, págs. 39-63).

**Deutsh, K. W.** (1969). *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control político*. Buenos Aires: Paidós.

**Duverger, M.** (1988). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.

**Hermet, G.; Rouquie, A.; Linz, J. J.** (1982). *¿Para qué sirven las elecciones?* México: Fondo de Cultura Económica.

**Hirschman, A. O.** (1977). *Salida, voz y lealtad*. México: FCE.

**Ibarra, P.** (2005). *Manual de sociedad civil y movimientos sociales*. Madrid: Sistema.

**Inglehart, R.** (1998). *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS.

**Inglehart, R.; Wenzel, C.** (2006). *Modernización, cambio cultural y democracia: la secuencia del desarrollo humano*. Madrid: CIS.

**Jordana, J.** (2000). «Instituciones y capital social: ¿qué explica qué?». *Revista Española de Ciencia Política* (núm. 2).

**Kaldor, M.** (2005). *La sociedad civil global*. Barcelona: Tusquets.

**Kernecker, T.; Wagner, M.** (2019). «Niche parties in Latin America». *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* (vol. 29, núm. 1, págs. 102-124).

**Kirchheimer, O.** (1980). «El camino hacia el partido de todo el mundo». En: K. Klenk; F. Neumann (eds.). *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. Barcelona: Anagrama.

**Mellón, A.** (1998). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos.

**Michels, R.** (1983). *Los partidos políticos*. Buenos Aires: Amorrutu.

**Moya Sánchez, M.; Herrera Damas, S.** (2015). «Cómo puede contribuir Twitter a una comunicación política más avanzada» [en línea]. *Arbor* (vol. 191, núm. 774). Disponible en: <<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2060/2600>>

**Mueller, J. W.** (2011). «El lenguaje de la protesta mundial». *Project Syndicate*.

**Nohlen, D.** (1981). *Sistemas electorales del mundo*. Madrid: CEC.

**Norris, P.; Inglehart, R.** (2019). *Cultural Backlash. Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Offe, C.** (1988). *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid: Sistema.

**Olson, M.** (1971). *La lógica de la acción colectiva*. México, D.F.: Limusa.

**Panbianco, A.** (1990). *Modelos de partido*. Madrid: Alianza.

**Pappas, T. S.** (2016). «Distinguishing Liberal Democracy's Challengers». *Journal of Democracy* (núm. 27, págs. 22-36).

**Putnam, R.** (2002). *Per a que la democràcia funcioni. La importància del capital social*. Barcelona: Proa.

**Roda, R.** (1989). *Medios de comunicación de masas*. Madrid: CIS.

**Rubio Núñez, R.** (2003). *Los grupos de presión*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

**Sartori, G.** (1992). *Partidos y sistemas de partidos* (2.ª ed. ampliada). Madrid: Alianza.

**Subirats, J.** (2017). «El activismo social entre la globalización y el municipalismo» [en línea]. *CIDOB* («Notes Internationals», núm. 168). Disponible en: <[https://www.cidob.org/en/publications/publication\\_series/notes\\_internacionals/n1\\_168/el\\_activismo\\_social\\_entre\\_la\\_globalizacion\\_y\\_el\\_municipalismo](https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/notes_internacionals/n1_168/el_activismo_social_entre_la_globalizacion_y_el_municipalismo)>

**Tarrow, S.** (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

**Vallespín, F.; Martínez-Bascuñán, M.** (2017). *Populismos*. Madrid: Alianza.

**Ware, A.** (2004). *Partidos políticos y sistemas de partidos*. Madrid: Istmo.

## Recursos web

«El populismo en Europa» [vídeo] (2016). Mesa redonda con Ángel Rivero, Igor Sosa y Mira Milosevich, FAES. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=qCS-g3VLLt8>>

«Los partidos políticos y los sistemas de partidos» [vídeo] (2016). Presentación de Leticia M. Ruiz Rodríguez. UOC. Disponible en: <[https://youtu.be/Tgv\\_1TWkGWY](https://youtu.be/Tgv_1TWkGWY)>

Centro de Investigaciones Sociológicas: <<http://www.cis.es>>

Centre d'Estudis d'Opinió: <<https://ceo.gencat.cat/es/inici/index.html>>