



**Cátedra Ideograma-UPF**  
de Comunicación Política y Democracia

# **Investigación, transferencia e innovación en Comunicación Política y Democracia**

Universidad Pompeu Fabra (2018-2024)

Diciembre de 2024



# ÍNDICE

---

## 01. Contexto y recorrido

Descripción del progreso que ha seguido la Cátedra y definición de sus principales objetivos de investigación e impacto en la sociedad.

## 02. Investigación

Compendio de investigaciones realizadas en el marco de la Cátedra Ideograma - UPF de Comunicación Política y Democracia

## 03. Transferencia de conocimiento

Actividades realizadas para compartir los resultados de la investigación con la sociedad, con el objetivo de generar impacto social, económico, cultural y tecnológico.

## 04. Proyectos 2025

# 01. Contexto y recorrido



**Cátedra Ideograma-UPF**  
de Comunicación Política y Democracia

# 01. Contexto y recorrido

El **21 de septiembre de 2018**, la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y la consultora **ideograma** firmaron un acuerdo con el objetivo de profundizar, reflexionar y analizar cómo los cambios en el ámbito de la comunicación están afectando el relato público de los sistemas democráticos.

Este compromiso se **renovó el 17 de diciembre de 2021**.



# ideograma

Es una empresa de consultoría y asesoramiento en comunicación pública, con una visión global y transversal que contempla su dimensión política, social e institucional. Con una larga trayectoria, de casi 40 años de experiencia, afrontan cada nuevo reto con la máxima ilusión, proximidad y profesionalidad.

[www.ideograma.org](http://www.ideograma.org)



La UPF es una universidad pública, internacional e intensiva en investigación que, en tan solo 25 años, se ha situado al nivel de las mejores universidades europeas. Distinguida por el Ministerio de Educación como Campus de Excelencia Internacional (CEI). En 2019 se cumplió el 10º aniversario del Campus de la Comunicación.

[www.upf.edu](http://www.upf.edu)

# 01. Contexto y recorrido

## Objetivos de la Cátedra:

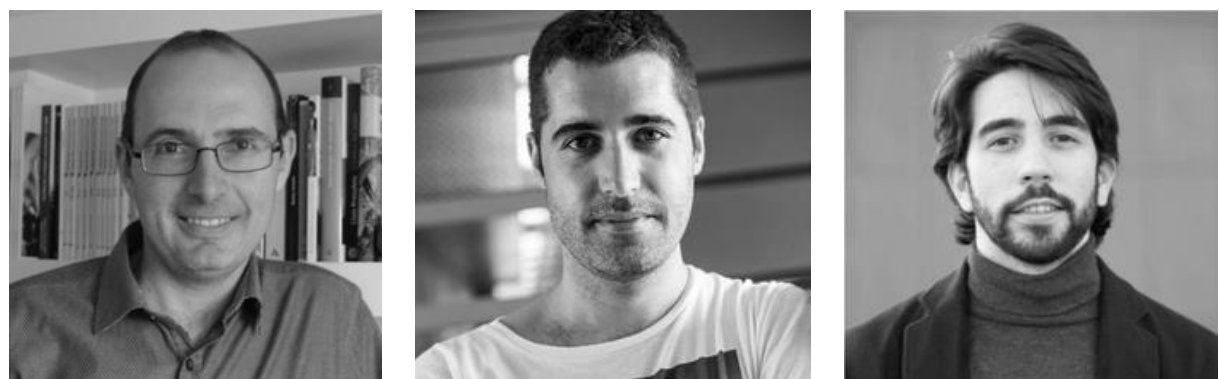
1. Generar iniciativas de investigación, transferencia y difusión del conocimiento en el ámbito de la Comunicación Política.
2. Profundizar en la colaboración entre universidad y empresa.
3. Constituir y reforzar la red de investigadores en la disciplina de la Comunicación Política.





# Trabajo en equipo y colaborativo

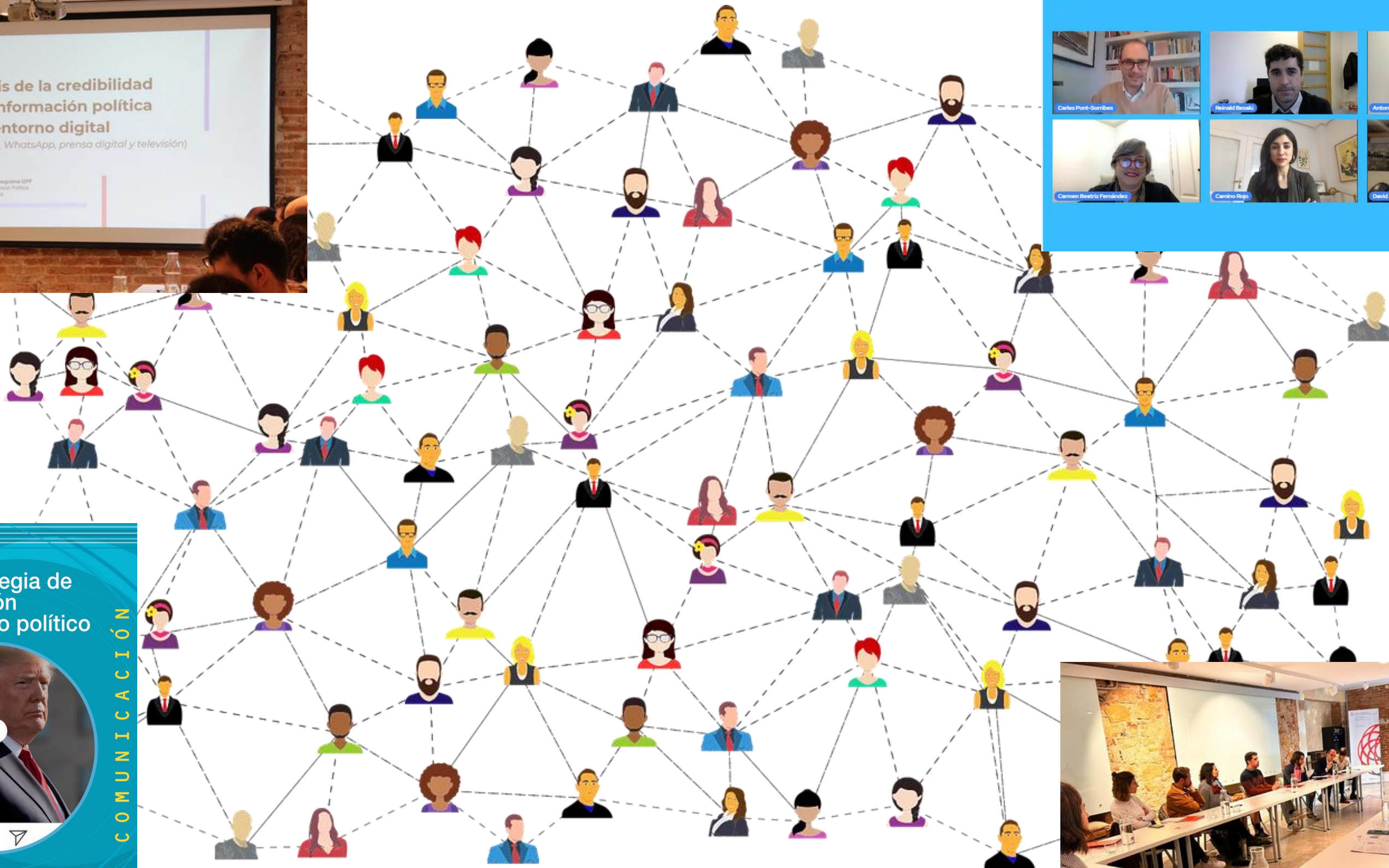
Equipo de la Cátedra



Equipo **ideograma**



# 01. Contexto y recorrido





# 01. Contexto y recorrido

## Credibilidad informativa como principal línea de investigación

La credibilidad puede determinar la validez que damos a una información y se ha convertido en un elemento importante de valoración de la calidad democrática.



# 01. Contexto y recorrido

## Credibilidad informativa

- Desarrollo de una metodología propia para la evaluación de la percepción de la credibilidad informativa, a través de encuestas experimentales con la colaboración de **YouGov Spain**.
- En base a estudios previos (Appelman & Sundar, 2015) se crea un **Indicador de Credibilidad** donde se mide: *Autenticidad, Credibilidad i Rigurosidad*.
- Avalada por múltiples revistas: *International Journal of Communication, Journalism, Social Sciences, Profesional de la Información...*



# 01. Contexto y recorrido

## Credibilidad informativa: producción científica



### WhatsApp como canal de información política en España: credibilidad, perfil de usuarios y compartición de contenidos

WhatsApp as a political information channel in Spain: credibility, user profile, and content sharing

Carles Pont-Sorribes; Reinald Besalú; Lluís Codina

Cómo citar este artículo:

Pont-Sorribes, Carles; Besalú, Reinald; Codina, Lluís (2020). "WhatsApp como canal de información política en España: credibilidad, perfil de usuarios y compartición de contenidos". *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290619. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.19>

Artículo recibido el 20-05-2020  
Aceptación definitiva: 29-06-2020



**Carles Pont-Sorribes**  
<https://orcid.org/0000-0003-1135-4245>  
Universitat Pompeu Fabra  
Departament de Comunicació  
Roc Boronat, 138  
08018 Barcelona, España  
[carles.pont@upf.edu](mailto:carles.pont@upf.edu)



**Reinald Besalú**  
<https://orcid.org/0000-0002-2485-361X>  
Universitat Pompeu Fabra  
Departament de Comunicació  
Roc Boronat, 138  
08018 Barcelona, España  
[reinald.besalu@upf.edu](mailto:reinald.besalu@upf.edu)



**Lluís Codina**  
<https://orcid.org/0000-0001-7020-1631>  
Universitat Pompeu Fabra  
Departament de Comunicació  
Roc Boronat, 138, 08018 Barcelona, España  
UPF Barcelona School of Management  
Balmes, 134, 08008 Barcelona, España  
[lluís.codina@upf.edu](mailto:lluís.codina@upf.edu)

#### Resumen

La mensajería instantánea móvil ha cambiado nuestros hábitos comunicativos, convirtiéndose no sólo en el principal canal de comunicación mediante dispositivos electrónicos, sino también en un nuevo canal a través del que informarse de política y con el que interactuar con los contenidos informativos políticos. Por ello, los objetivos principales de esta investigación son: a) identificar la utilidad que los españoles dan a la plataforma WhatsApp como canal de información política; b) conocer las prácticas de los españoles ante la información política recibida en la plataforma; y c) analizar si la información política es compartida o no en los grupos de la aplicación, así como el grado de credibilidad que le otorgan los ciudadanos. La investigación emplea una metodología cuantitativa centrada en el diseño de una encuesta online con una muestra de 1.669 ciudadanos representativa de la población española, realizada por la empresa de demoscopia YouGov y ponderada por sexo, edad y zona de residencia. La investigación concluye que la mensajería instantánea se ha instalado de forma clara en el ecosistema comunicativo español. Un 64% de los españoles recibe al menos una noticia semanal de actualidad política a través de WhatsApp y un 24% recibe 5 o más noticias por semana.



International Journal of Communication 15(2021), 5158–5185

1932-8036/20210005

### Perceived Credibility of Tweets by Opinion Leaders During the COVID-19 Pandemic in Spain

REINALD BESALÚ  
CARLES PONT-SORRIBES  
ALEIX MARTÍ<sup>1</sup>

Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, Spain

The informational practices of citizens, transformed by the digital sphere, pose new challenges such as misinformation and disinformation, and they also require a rethinking of the role of opinion leaders. We explored how, on Twitter, the credibility of COVID-19 news was influenced by the source of the news. We conducted a survey of a representative sample of the Spanish population ( $N = 2,041$ ) who were asked to rate politician, expert, celebrity, media, and anonymous citizen tweets for credibility. The results show that the perceived credibility of tweets on COVID-19 by politicians and experts was negative and positive, respectively, when compared with tweets by the media, and also that celebrities and anonymous citizens had no impact on perceptions of credibility. We also found that news credibility was affected by respondent gender, age, occupational status, and education level. We conclude that, despite disintermediation processes, the media continue to underpin news credibility in the digital public sphere.

**Keywords:** Twitter, credibility, opinion leader, media, fake news, disinformation, misinformation

In the new communicative context characterized by immediacy and uncertainty (Rebolledo, Luengo, & Bebic, 2018), the emergence of COVID-19 has served to highlight and accentuate the existence of an infodemic (Radu, 2020): that is, the rapid and widespread circulation, through different media and digital platforms, of information that is directly false or whose veracity has not been fully verified. In relation to COVID-19, the lack of scientists and institutions denying hoaxes outright has not helped in terms of stemming the spread of fake news (Pérez-Dasilva, Meso-Ayerdi, & Mendiguren-Galdospin, 2020), which no

Reinald Besalú: [reinald.besalu@upf.edu](mailto:reinald.besalu@upf.edu)  
Carles Pont-Sorribes: [carles.pont@upf.edu](mailto:carles.pont@upf.edu)  
Aleix Martí: [aleix.marti@upf.edu](mailto:aleix.marti@upf.edu)  
Date submitted: 2021-09-13

<sup>1</sup> Acknowledgments: The authors are grateful to the anonymous reviewers of the article for their valuable contributions to its improvement. Funding: This research was funded by the Ideograma-UPF Chair of Political Communication and Democracy (<https://www.upf.edu/web/catedra-ideograma>)

Copyright © 2021 (Reinald Besalú, Carles Pont-Sorribes, and Aleix Martí). Licensed under the Creative Commons Attribution Non-commercial No Derivatives (by-nc-nd). Available at <http://ijoc.org>.



social sciences



social sciences



Article

### Credibility of Digital Political News in Spain: Comparison between Traditional Media and Social Media

Reinald Besalú and Carles Pont-Sorribes

Department of Communication, Barcelona School of Management, Pompeu Fabra University,  
08002 Barcelona, Spain; [carles.pont@upf.edu](mailto:carles.pont@upf.edu)  
\* Correspondence: [reinald.besalu@upf.edu](mailto:reinald.besalu@upf.edu); Tel.: +34-9-3542-2447

**Abstract:** In the context of the dissemination of fake news and the traditional media outlets' loss of centrality, the credibility of digital news emerges as a key factor for today's democracies. The main goal of this paper was to identify the levels of credibility that Spanish citizens assign to political news in the online environment. A national survey ( $n = 1669$ ) was designed to assess how the news format affected credibility and likelihood of sharing. Four different news formats were assessed, two of them linked to traditional media (digital newspapers and digital television) and two to social media (Facebook and WhatsApp). Four experimental groups assigned a credibility score and a likelihood of sharing score to four different political news items presented in the aforementioned digital formats. The comparison between the mean credibility scores assigned to the same news item presented in different formats showed significant differences among groups, as did the likelihood of sharing the news. News items shown in a traditional media format, especially digital television, were assigned more credibility than news presented in a social media format, and participants were also more likely to share the former, revealing a more cautious attitude towards social media as a source of news.

**Keywords:** credibility; likelihood of sharing; political digital news; Facebook; WhatsApp; digital television; digital press; Spain

#### 1. Introduction

The notion of fake news has become widespread in recent years, especially since the 2016 US presidential elections.<sup>1</sup> However, the concepts and the implications of inaccurate, flawed, unverified or fake news have been studied since the early 20th century (Giglietto et al. 2019).

The classical literature on news creation indicates that a source's prominence influences the credibility assigned to the news, even by journalists (Tuchman 1978), leading to a privilege for institutionalised sources. However, today we are witnessing a loss of trust in the press as a democratic institution (Bennett and Livingston 2018), just as the new digital media are enabling political and institutional actors to leap over the flow of communication, which may include fake news. While at the same time, the more partisan media are contributing to making viral this flawed news, as proven by different studies on fake news (Vargo et al. 2018). Therefore, the obstacle to combatting disinformation or fake news is not only its creation but also its instantaneous propagation by means of multiple news channels, especially the social media.

Given all of this, it is clear that the credibility of the news that circulates in an online environment is an important factor when studying the phenomenon of disinformation, fake news, and the loss of trust in the traditional media, in that it can explain its scope or influence. In this sense, Go et al. (2016) offer an interesting reflection on the relationship between credibility and trust. According to these authors, the research tradition in media psychology has often focused on the concept of credibility as an individual perception, while the research tradition in media sociology has preferred to use the broader term "trust", which is associated with social capital. Nonetheless, as these authors and others

Copyright © 2021 by the authors. Licensee MDPI, Basel, Switzerland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Original Article

### Analysis of news credibility in the digital press. Source types have a limited effect, while age, gender, and education are differential factors

Aleix Martí-Danés

Universitat Pompeu Fabra UPF - Barcelona School of Management, Spain

Reinald Besalú

Universitat Rovira i Virgili, Spain

UPF - Barcelona School of Management, Spain

Carles Pont-Sorribes

Universitat Pompeu Fabra UPF - Barcelona School of Management, Spain

Lorena Gómez-Puertas

Universitat Pompeu Fabra UPF - Barcelona School of Management, Spain

#### Abstract

Studies of the credibility of sources is a key research focus in the communication field, especially in journalism. Given the increase in misinformation as a consequence of the COVID-19 pandemic, source credibility is crucial for people to contact news stories

Journalism  
2023, Vol. 0(0) 1–21  
© The Author(s) 2023  
Article reuse guidelines:  
[sagepub.com/journals-permissions](https://sagepub.com/journals-permissions)  
DOI: 10.1177/14648849231215190  
[journals.sagepub.com/home/jou](https://journals.sagepub.com/home/jou)








# 02. Investigación



**Cátedra Ideograma-UPF**  
de Comunicación Política y Democracia



## 02. Investigación

	<b>2019</b>	<b>Análisis de la credibilidad de la información política en el entorno digital</b>
	<b>2019</b>	<b>Estudio sobre el uso de WhatsApp como herramienta de información política</b>
	<b>2020</b>	<b>Análisis de credibilidad de la información según la atribución de fuentes en tiempos de COVID-19</b>
	<b>2021</b>	<b>Análisis de la credibilidad de la información en Twitter según la tipología de líder de opinión</b>
<p><b>Desinformación en la población senior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa</b></p> <p><small>Autores: Aleix Martí-Danés, Carles Pont-Sorribes, Reinald Besalú, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri-Rios, Xavier Ramon-Vegas, Roger Cuartielles</small></p>	<b>2023</b>	<b>Desinformación en la población sénior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa</b>
	<b>2024</b>	<b>Una aproximación a la credibilidad informativa en Latinoamérica</b>

## 02. Investigación



2019

Análisis de la credibilidad de la información política en el entorno digital

La investigación científica identifica el efecto del formato en el que se recibe la información en la credibilidad que los ciudadanos le otorgan.

Concretamente, se estudian estos 4 formatos: **prensa digital, televisión, Facebook y WhatsApp**. La muestra total de la encuesta es de 1.664 personas.

## 02. Investigación



2019

Análisis de la credibilidad de la información política en el entorno digital

### Principales conclusiones del estudio:

1. El formato que generó más credibilidad entre los encuestados es el de la noticia de **televisión** (4,03). Seguido de la prensa digital (3,54), y, finalmente, las redes sociales, con Facebook (3,00) y WhatsApp (2,38).
2. La **voluntad de compartir una noticia en redes sociales** está estrechamente correlacionada con los niveles de compartición.



## 02. Investigación



2019

Estudio sobre el uso de WhatsApp como herramienta de información política

Esta investigación se plantea **conocer las prácticas de los españoles ante la información política recibida a través de la plataforma WhatsApp** y analizar el nivel de credibilidad que le dan.

A partir de un formulario de preguntas realizadas a una muestra de 1.664 adultos, se identifican las principales tendencias en el uso de WhatsApp como canal de información política.



## 02. Investigación



2019

Estudio sobre el uso de WhatsApp como herramienta de información política

### Principales conclusiones del estudio:

1. Un **63%** de los españoles recibe como mínimo una noticia semanal de actualidad política a través de WhatsApp.
2. Un **77%** de los ciudadanos usa WhatsApp para compartir noticias.
3. Un **77%** de las personas encuestadas pertenecen a grupos de WhatsApp donde se comenta la actualidad política.

## 02. Investigación



2020

**Análisis de credibilidad de la información según la atribución de fuentes en tiempos de COVID-19**

En esta investigación **se analiza el efecto de la tipología de las fuentes informativas en la credibilidad de una noticia sobre la Covid-19**, mediante una encuesta experimental **a 2.007 individuos**.

**5 grupos** reciben la misma noticia de prensa digital sobre un brote de Covid-19, pero con la diferencia de que a cada grupo se le muestra con fuentes diferentes:

- **Fuentes ciudadanas**
- **Fuentes famosas**
- **Fuentes expertas**
- **Fuentes políticas**
- **Sin fuentes**

## 02. Investigación



2020

Análisis de credibilidad de la información según la atribución de fuentes en tiempos de COVID-19

### Principales conclusiones del estudio:

1. Los ciudadanos españoles tienden a percibir como **más creíbles las noticias de la Covid-19 sin atribución de fuentes**, y como **menos creíbles las informaciones con fuentes de famosos o ciudadanos que opinan**.
2. **Las personas de más edad son más crédulas** a todo tipo de fuentes.
3. A medida que el **nivel formativo aumenta**, **los ciudadanos tienden a dar menos credibilidad a las informaciones**.

## 02. Investigación



**2021**

**Análisis de la credibilidad de la información en Twitter según la tipología de líder de opinión**

A través de una encuesta con una muestra de **2.041 individuos de España** se identifica **la relevancia del emisor del mensaje para medir la credibilidad** en la red social **Twitter (actualmente, X)**.

**Tipo de liderazgo de opinión:**

- **Políticos**
- **Expertos**
- **Medios de comunicación**
- **Ciudadanos anónimos**
- **Celebridades**



# 02. Investigación



2021

## Análisis de la credibilidad de la información en Twitter según la tipología de líder de opinión

The image displays a grid of 24 screenshots of tweets, organized into four columns and six rows. Each screenshot shows a tweet from a different user, all related to the COVID-19 situation in Málaga. The users include politicians like Alejandro Sanz, Ferran Adrià, Pablo Casado Blanco, and Pablo Iglesias; experts like Miguel Hernán, Raquel Yuste, and Manuel Ortiz; and media outlets like OelDiario.es, EL MUNDO, and EL ESPAÑOL. The tweets contain text, images of industrial settings, and some include a 'CAUSAL DIAGRAMS' logo. The text in the tweets discusses the origin of the virus, the number of cases, and the need for preventive measures.

## 02. Investigación



2021

Análisis de la credibilidad de la información en Twitter según la tipología de líder de opinión

### Principales conclusiones:

1. **Expertos y medios de comunicación** son los perfiles con mayor credibilidad en Twitter, mientras que los **perfiles políticos** son los considerados menos creíbles.
2. Diferencias significativas **por género**: las mujeres otorgan mayor credibilidad a todos los perfiles, excepto a los anónimos.



## 02. Investigación

Desinformación en la población senior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

Autores: Aleix Martí-Danés, Carles Pont-Sorribes, Reinald Besalú, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri-Rios, Xavier Ramon-Vegas, Roger Cuartielles

2023

Desinformación en la población sénior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

Encuesta experimental (**n=1.200**) centrada en **mayores de 65 años**. Cada uno de los grupos experimentales se veía expuesto a 4 noticias de diferentes temáticas, un grupo en formato de **prensa digital**, y los otros dos en una **plataforma de fact-checking**. De estos dos últimos, un grupo se expuso a noticias **verificadas correctamente** y el otro a noticias **verificadas incorrectamente**.

# 02. Recerca

Desinformación en la población senior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

Autores: Àlex Martí-Danés, Carles Pont-Sorribes, Reinald Besalú, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri-Rios, Xavier Ramon-Vegas, Roger Cuartielles

# 2023

# Desinformación en la población sénior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

← → ↻ <https://elindependientedigital.es>

## El Independiente Digital

Lunes 5 de Septiembre de 2022  
Últimas Noticias Invasión de Rusia a Ucrania España Coronavirus Gobierno Tendencias Cultura

### El Gobierno alargará la edad de jubilación hasta los 67 años

El ejecutivo firmará la próxima semana la reforma que alargará la edad de jubilación efectiva que ahora está en 64 años

CLARA GONZÁLEZ  
MADRID



El Congreso de los Diputados en la sesión del jueves pasado. | AGENCIA EFE

El Gobierno ha cerrado casi todos los detalles del documento del primer paquete de medidas de la reforma de las pensiones, que se podría firmar la próxima semana. Uno de los puntos del documento es alargar la edad de jubilación efectiva (que hoy está en los 64 años) a la legal, que en 2027 estará en los 67 años.

El consenso en los aspectos más importantes en la reforma de pensiones ha sido posible después de que el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, presidido por José Luis Escrivá, haya aceptado la exigencia de los sindicatos de acelerar la derogación, este mismo año, del factor de sostenibilidad que había aprobado el Gobierno de Mariano Rajoy en 2011, que ajustaba las

← → ↻ <https://www.verificamos.es>

VERIFICAMOS  
PLATAFORMA PARA VERIFICAR LAS NOTICIAS

Portada Bulos Hemeroteca Ciencia Datos Nosotros

✓ Verdadero

FACT CHECKER

Lucía Manzanares  
Madrid

\*Este contenido ha sido verificado por el equipo de Verificamos. En Verificamos desmentimos los bulos, las mal llamadas fake news. Los bulos son un arma y los desinformadores son cada vez más. Con tu ayuda, luchamos contra la mentira.

## El Independiente Digital

Lunes 5 de Septiembre de 2022  
Últimas Noticias Invasión de Rusia a Ucrania España Coronavirus Gobierno Tendencias Cultura

### El Gobierno alargará la edad de jubilación hasta los 67 años

El ejecutivo firmará la próxima semana la reforma que alargará la edad de jubilación efectiva que ahora está en 64 años

CLARA GONZÁLEZ  
MADRID



El Congreso de los Diputados en la sesión del jueves pasado. | AGENCIA EFE

El Gobierno ha cerrado casi todos los detalles del documento del primer paquete de medidas de la reforma de las pensiones, que se podría firmar la próxima semana. Uno de los puntos del documento es alargar la edad de jubilación efectiva (que hoy está en los 64 años) a la legal, que en 2027 estará en los 67 años.

← → ↻ <https://www.verificamos.es>

VERIFICAMOS  
PLATAFORMA PARA VERIFICAR LAS NOTICIAS

Portada Bulos Hemeroteca Ciencia Datos Nosotros

✗ Falso

FACT CHECKER

Lucía Manzanares  
Madrid

\*Este contenido ha sido verificado por el equipo de Verificamos. En Verificamos desmentimos los bulos, las mal llamadas fake news. Los bulos son un arma y los desinformadores son cada vez más. Con tu ayuda, luchamos contra la mentira.

## El Independiente Digital

Lunes 5 de Septiembre de 2022  
Últimas Noticias Invasión de Rusia a Ucrania España Coronavirus Gobierno Tendencias Cultura

### El Gobierno alargará la edad de jubilación hasta los 67 años

El ejecutivo firmará la próxima semana la reforma que alargará la edad de jubilación efectiva que ahora está en 64 años

CLARA GONZÁLEZ  
MADRID



El Congreso de los Diputados en la sesión del jueves pasado. | AGENCIA EFE

El Gobierno ha cerrado casi todos los detalles del documento del primer paquete de medidas de la reforma de las pensiones, que se podría firmar la próxima semana. Uno de los puntos del documento es alargar la edad de jubilación efectiva (que hoy está en los 64 años) a la legal, que en 2027 estará en los 67 años.

El consenso en los aspectos más importantes en la reforma de pensiones ha sido posible después de que el Ministerio de Inclusión



## 02. Investigación

Desinformación en la población senior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

Autores: Aleix Martí-Danés, Carles Pont-Sorribes, Reinald Besalú, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri-Rios, Xavier Ramon-Vegas, Roger Cuartielles

2023

Desinformación en la población sénior: el impacto de la verificación en la credibilidad informativa

### Principales conclusiones:

1. Buena capacidad para identificar la desinformación por parte de los séniors.
2. Brecha de género: los hombres evalúan la credibilidad muy baja, mientras que las mujeres la evalúan muy alta.
3. La temática y el voto de la persona están correlacionados con la credibilidad que se le da a la noticia.

## 02. Investigación



2024

Una aproximación a la credibilidad informativa en Latinoamérica

Estudio realizado con la colaboración de **YouGov**, donde se traslada la metodología de investigación de la credibilidad informativa al **continente latinoamericano**.

Análisis de la percepción de los ciudadanos **chilenos y argentinos** sobre qué **formatos de la información** son más o menos creíbles.

## 02. Investigación



2024

Una aproximación a la credibilidad informativa en Latinoamérica

### Principales conclusiones:

1. La **televisión** se mantiene en los dos países como el formato más creíble.
2. Existe una fuerte correlación entre la credibilidad informativa de la información y la autoubicación a **la derecha ideológica**.
3. **La educación es un factor totalmente diferencial** en la evaluación de la credibilidad tanto en Argentina como en Chile.

# 03. Transferencia de conocimiento



**Cátedra Ideograma-UPF**  
de Comunicación Política y Democracia



# 03. Transferencia de conocimiento

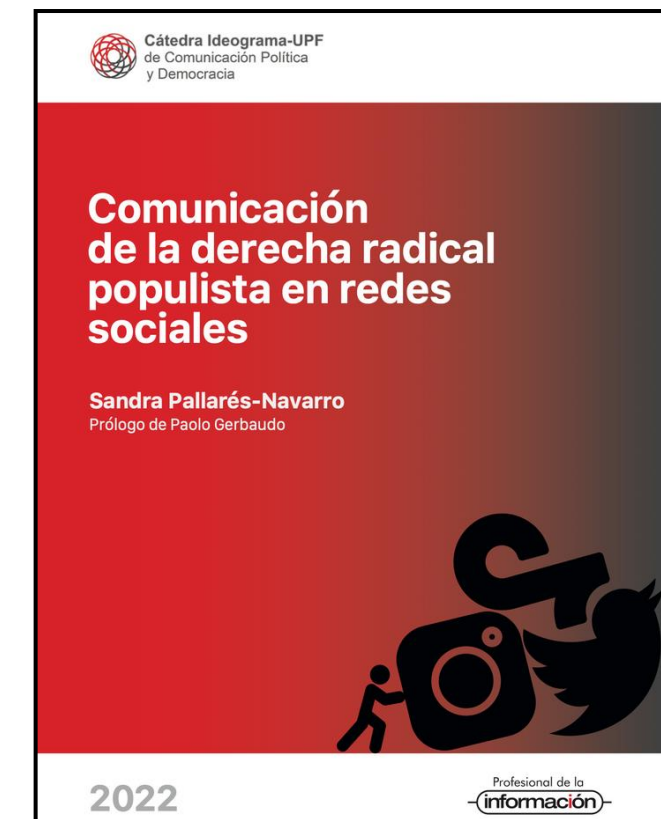
## PREMIO CÁTEDRA IDEOGRAMA

al mejor Trabajo de Fin de Máster sobre Comunicación Política.



5 ediciones celebradas (2020-25).

Con libros e informes de divulgación científica como resultados.





# 03. Transferencia de conocimiento

## WORKSHOPS Y CONFERENCIAS

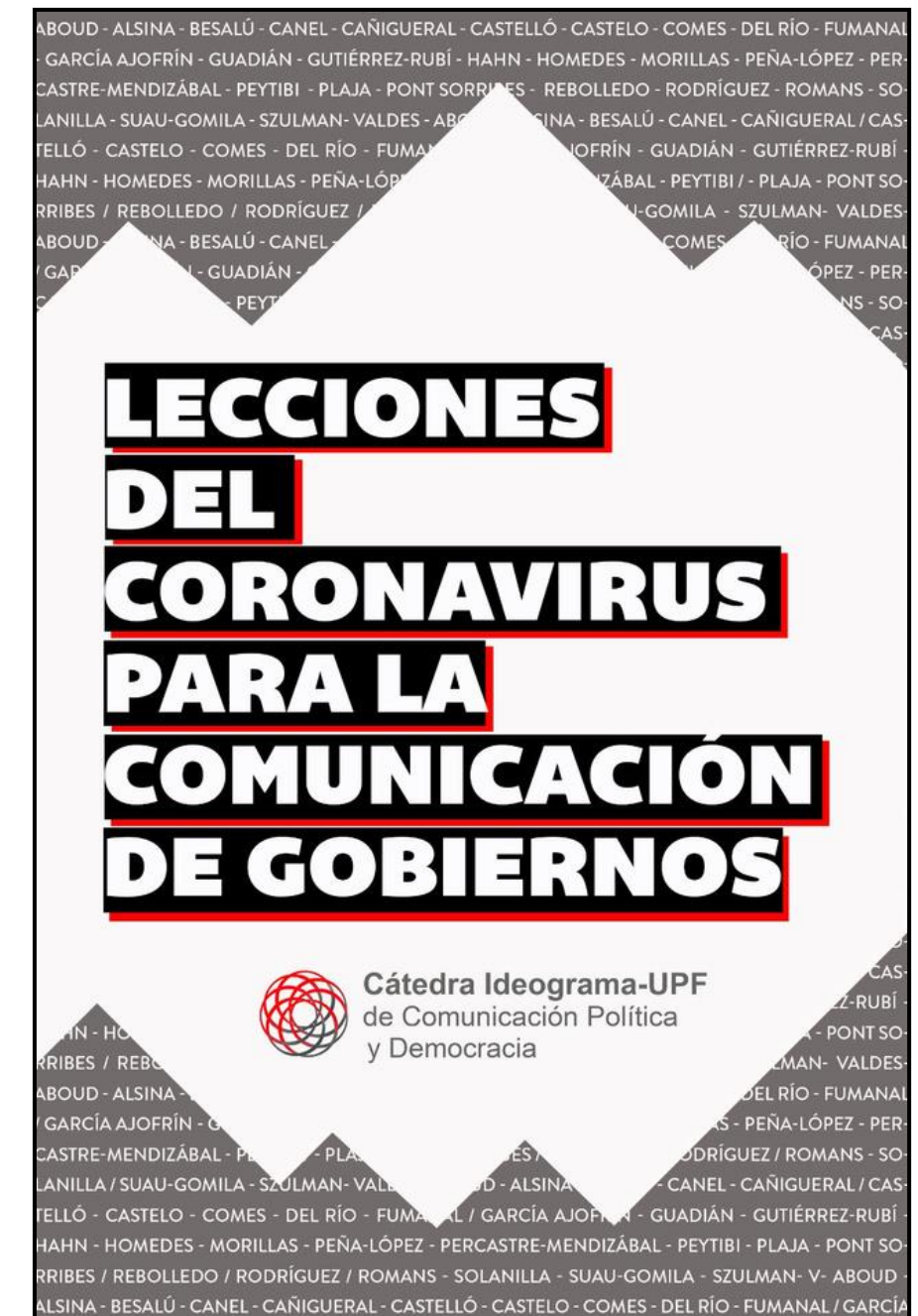
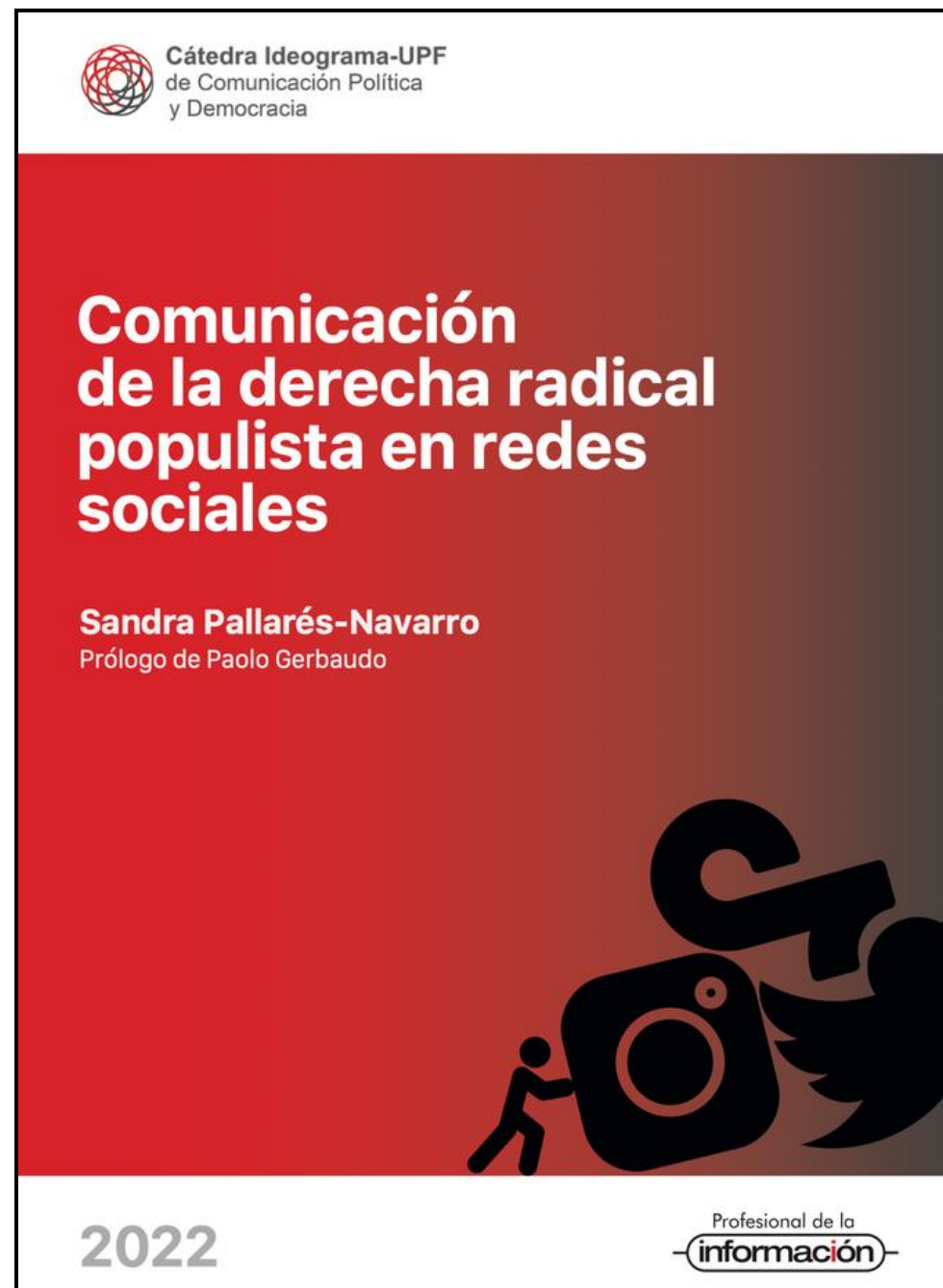
- Seminarios
- Presentaciones de libros
- Mesas redondas sobre actualidad
- Presentación a los medios de comunicación de los estudios de la Cátedra
- Visitas de profesores de universidades internacionales





# 03. Transferencia de conocimiento

## PUBLICACIÓN DE LIBROS ACADÉMICOS Y DIVULGATIVOS





## 03. Transferencia de conocimiento

### Centro de Documentación en Comunicación Política y Democracia

El Centro de Documentación es una biblioteca especializada en comunicación política, marketing político y campañas electorales. Su finalidad es servir de ayuda a toda la comunidad académica interesada en este campo de estudio.

Los libros están vinculados al catálogo de la UPF y ubicados en el despacho de la Cátedra Ideograma – UPF. Se catalogaron 365 libros (cedidos por **Miquel Iceta**) con la norma cooperativa del CCUC.



## 03. Transferencia de conocimiento

### Presencia en redes sociales

La Cátedra está presente en las siguientes redes sociales:

- Twitter/X: 2.052 seguidores
- Instagram: 443 seguidores
- Facebook: 116 seguidores
- YouTube: 128 subscriptores



# 04. Proyectos 2025



**Cátedra Ideograma-UPF**  
de Comunicación Política y Democracia

# Proyectos 2025



## Libro Editorial-UOC sobre comunicación política e *influencers*

Libro editado por Reinald Besalú y Santiago Castelo sobre la incorporación de la cultura *influencer* en la comunicación política contemporánea. Participan diversos autores y autoras de distintas universidades de España y Latinoamérica.

# Proyectos 2025



## **Explotación académica de los resultados obtenidos en la investigación realizada en Latinoamérica**

Elaboración y publicación de artículos en revistas de alto impacto académico, a partir de los datos obtenidos en la investigación latinoamericana.



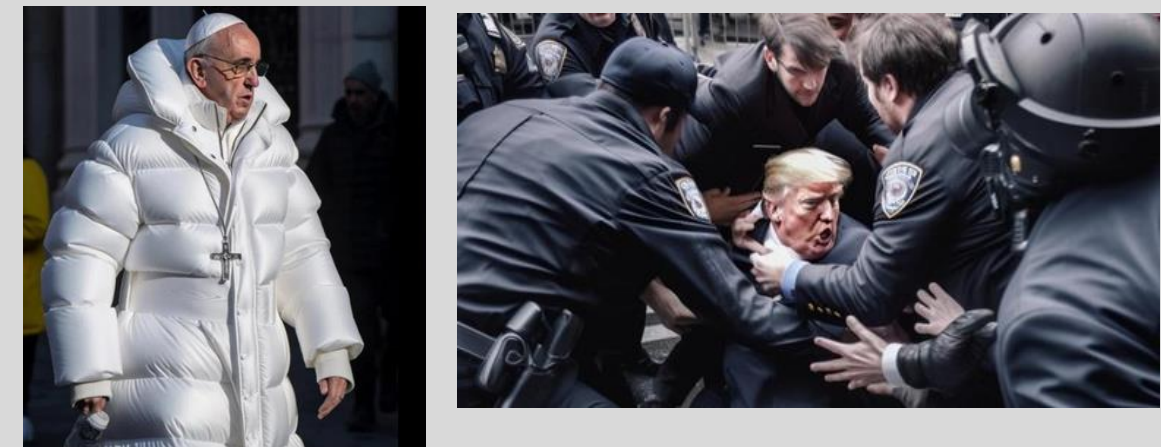
# 01. Proyectos 2025

## Futuras líneas de investigación

1. Incorporación de nuevos formatos en la comunicación política (**Inpolityoung**)



2. Uso de la inteligencia artificial (IA) en la comunicación política



3. El discurso populista en contra de los medios de comunicación convencionales





**Gràcies**  
**Gracias**  
**Thank you**

Contacte (+34) 935 422 344  
catedra.ideograma@upf.edu  
@CatedraIDG\_UPF  
[www.upf.edu/web/catedra-ideograma](http://www.upf.edu/web/catedra-ideograma)