



**Càtedra Ideograma-UPF**  
de Comunicació Política  
i Democràcia

# **Recerca, transferència i innovació en Comunicació Política i Democràcia**

Universitat Pompeu Fabra (2018-24)

Desembre de 2024



# ÍNDEX

---

## 01. **Context i recorregut**

Descripció del progrés que ha seguit la Càtedra i definició dels seus principals objectius de recerca i impacte en la societat.

## 02. **Recerca**

Compendi d'investigacions realitzades en el marc de la Càtedra Ideograma - UPF de Comunicació Política i Democràcia

## 03. **Transferència de coneixement**

Activitats realitzades per compartir els resultats de la recerca amb la societat, amb l'objectiu de generar impacte social, econòmic, cultural i tecnològic.

## 04. **Projectes 2025**

# 01. Context i recorregut



**Càtedra Ideograma-UPF**  
de Comunicació Política i Democràcia

# 01. Context i recorregut

El **21 de setembre de 2018**, la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i la consultora **ideograma** van signar un acord amb l'objectiu d'aprofundir, reflexionar i analitzar com els canvis en l'àmbit de la comunicació estan afectant al relat públic dels sistemes democràtics.

Aquest compromís es **renovà el 17 de desembre de 2021**.



# ideograma

És una empresa de consultoria i assessorament en comunicació pública, amb una visió global i transversal que contempla la seva dimensió política, social i institucional. Amb una llarga trajectòria, de quasi 40 anys d'experiència, afronten cada nou repte amb la màxima il·lusió, proximitat i professionalitat.

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



La UPF és una universitat pública, internacional i intensiva en investigació que, en tan sols 25 anys, s'ha situat al nivell de les millors universitats europees. Distingida pel Ministeri d'Educació com a Campus d'Excel·lència Internacional (CEI). L'any 2019 es va complir el desè aniversari del Campus de la Comunicació.

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

# 01. Context i recorregut

## Objectius de la Càtedra:

1. Generar iniciatives de recerca, transferència i difusió del coneixement en l'àmbit de la Comunicació Política.
2. Aprofundir en la col·laboració entre la universitat i l'empresa.
3. Constituir i reforçar la xarxa d'investigadors en la disciplina de la Comunicació Política.



# Treball en equip i col·laboratiu

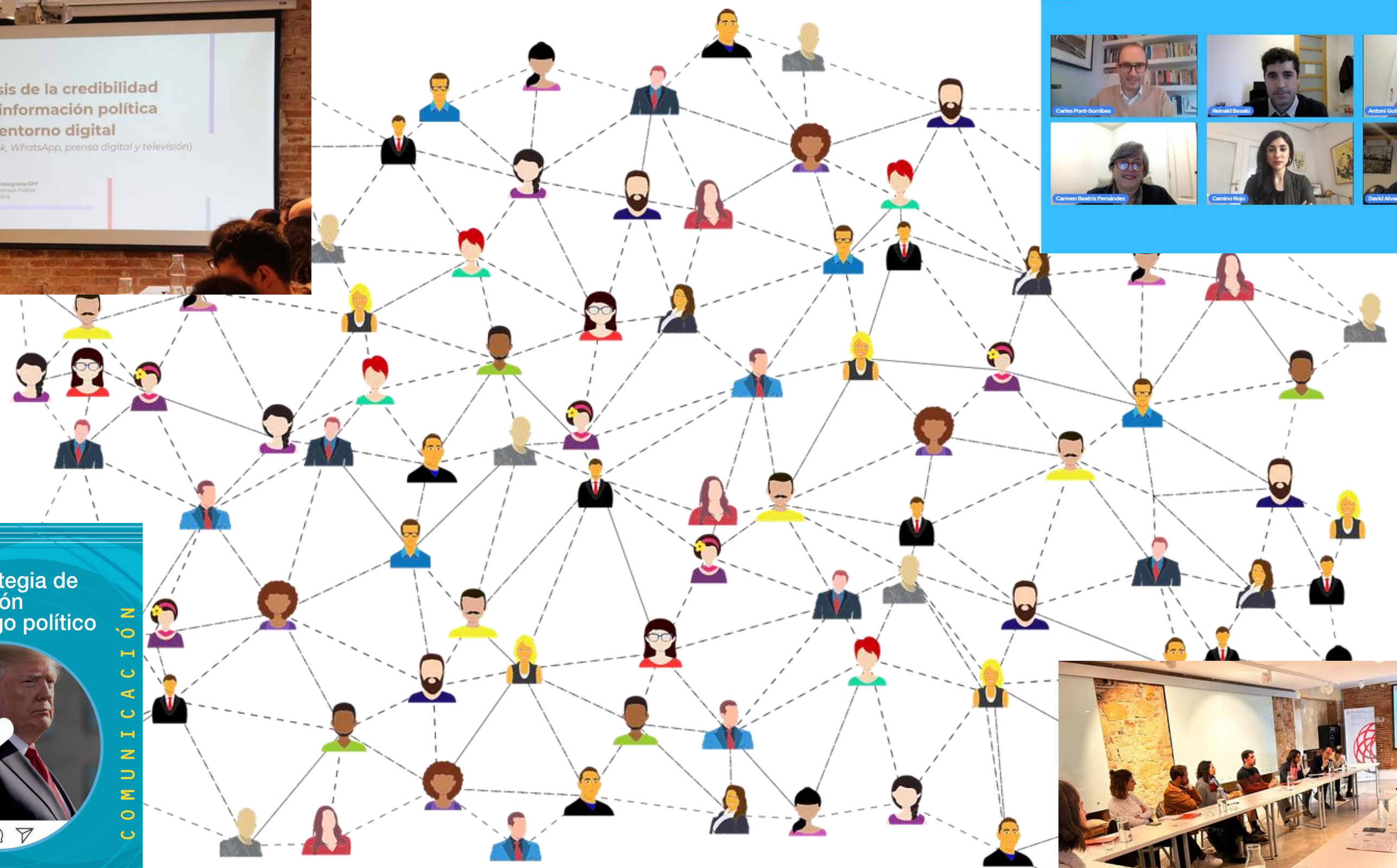
Equip de la Càtedra



Equip **ideograma**



# 01. Context i recorregut





# 01. Context i recorregut

## Credibilitat informativa com a principal línia de recerca

La credibilitat pot determinar la validesa que donem a una informació i ha esdevingut un important element de valoració de la qualitat democràtica.



# 01. Context i recorregut

## Credibilitat informativa

- Desenvolupament d'una metodologia pròpia per a l'avaluació de la percepció de la credibilitat informativa a través d'enquestes experimentals amb la col·laboració de **YouGov Spain**.
- En base a estudis previs (Appelman & Sundar, 2015) es crea un **Indicador de Credibilitat** en què es mesura: *Autenticitat, Credibilitat i Rigorositat*.
- Avalada per múltiples revistes: *International Journal of Communication, Journalism, Social Sciences, Profesional de la Información...*

# 01. Context i recorregut

## Credibilitat informativa: producció 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



**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



**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

#### 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  
Carles Pont-Sorribes: carles.pont@upf.edu  
Aleix Martí: 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<sup>\*</sup> and Carles Pont-Sorribes<sup>\*</sup>

Department of Communication, Barcelona School of Management, Pompeu Fabra University,  
08002 Barcelona, Spain; carles.pont@upf.edu  
<sup>\*</sup> Correspondence: 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<sup>†</sup>

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. Recerca



**Càtedra Ideograma-UPF**  
de Comunicació Política i Democràcia

## 02. Recerca

	<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. Recerca



2019

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

La recerca identifica l'efecte del format en què es rep la informació en la credibilitat que els ciutadans li atorguen.

Concretament s'estudien aquests 4 formats: **premsa digital, televisió, Facebook i WhatsApp**. La mostra total de l'enquesta és de 1.664 persones.

## 02. Recerca



2019

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

### Principals conclusions de l'estudi:

1. El format que va generar més credibilitat entre els enquestats és el de la notícia de **televisió** (4,03). Seguit de la premsa digital (3,54), i, finalment, les xarxes socials, amb Facebook (3,00) i WhatsApp (2,38).
2. La **voluntat de compartir una notícia a xarxes socials** està estretament correlacionada amb els nivells de compartició.

## 02. Recerca



2019

**Estudio sobre el uso de WhatsApp como herramienta de información política**

Aquesta recerca es planteja **conèixer les pràctiques dels espanyols davant la informació política rebuda a través de la plataforma WhatsApp** i analitzar el nivell de credibilitat que li donen.

A partir d'un formulari de preguntes realitzades a una mostra de 1.664 adults, s'identifiquen les principals tendències en l'ús de WhatsApp com a canal d'informació política.



## 02. Recerca



**2019**

**Estudio sobre el uso de WhatsApp como herramienta de información política**

### **Principals conclusions de l'estudi:**

- 1. Un 63% dels espanyols rep com a mínim una notícia setmanal d'actualitat política a través de WhatsApp.**
- 2. Un 77% dels ciutadans fan servir WhatsApp per compartir notícies.**
- 3. Un 77% de les persones enquestades pertanyen a grups de WhatsApp on es comenta l'actualitat política.**

## 02. Recerca



2020

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

En aquesta recerca **s'analitza l'efecte de la tipologia de les fonts informatives en la credibilitat d'una notícia sobre la Covid-19**, mitjançant una enquesta experimental **a 2.007 individus**.

**5 grups** reben la mateixa notícia de premsa digital sobre un brot de Covid-19, però amb la diferència que a cada grup se li mostra amb fonts diferents:

- **Fonts ciutadanes**
- **Fonts famoses**
- **Fonts expertes**
- **Fonts polítiques**
- **Sense fonts**

## 02. Recerca



2020

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

### Principals conclusions de l'estudi:

1. Els ciutadans espanyols tendeixen a percebre com a **més creïbles les notícies de la Covid-19 sense atribució de fonts**, i com a **menys creïbles les informacions amb fonts de famosos o ciutadans que opinen**.
2. **Les persones de més edat són més crèdules** a tota mena de fonts.
3. A mesura que el **nivell formatiu augmenta, els ciutadans tendeixen a donar menys credibilitat a les informacions**.

## 02. Recerca



**2021**

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

A través d'una enquesta amb una mostra de **2.041 individus de l'Estat espanyol** s'identifica **la rellevància de l'emissor del missatge per mesurar-ne la credibilitat** a la xarxa social **Twitter (actualment, X)**.

**Tipus de lideratge d'opinió:**

- **Polítics**
- **Experts**
- **Mitjans de comunicació**
- **Ciutadans Anònims**
- **Celebritats**

# 02. Recerca



## 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 tweet discusses the COVID-19 situation in Málaga, with a focus on the 'rebotada' (rebound) and the impact on the local industry. The tweets are from various sources, including politicians, experts, and media outlets.

- Column 1:** Tweets from Alejandro Sanz, Ferran Adrià, Fernando Alonso, and Rosalia.
- Column 2:** Tweets from Pablo Casado Blanco, Pedro Sánchez, and Santiago Abascal.
- Column 3:** Tweets from Miguel Hernández, Miguel Otero, and Antoni Trilla.
- Column 4:** Tweets from Manuel Ortiz, Laura Martínez, Juan José Olmedo, and Rafa Santamaría.

The tweets generally follow a similar structure, mentioning the 'rebotada' and the impact on the local industry. Some tweets include images of the factory floor or the city of Málaga.

## 02. Recerca



2021

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

### Principals conclusions:

1. **Experts i mitjans de comunicació** són els perfils amb major credibilitat a Twitter, mentre que els **perfils politics** són els considerats menys creïbles
2. Diferències significatives per **gènere**: les dones atorguen major credibilitat a tots els perfils, excepte els anònims

## 02. Recerca

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

Enquesta experimental (**n=1.200**) centrada en els **majors de 65 anys**. Cadascun dels grups experimentals es veia exposat a 4 notícies de diferents temàtiques, un grup en format de **premsa digital**, i els altres dos en una **plataforma de fact-checking**. D'aquests dos últims, un grup s'exposa a notícies **verificades correctament** i l'altre a notícies **verificades incorrectament**.

# 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. Recerca

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

### Principals conclusions:

1. **Bona capacitat per identificar la desinformació** per part dels séniors.
2. **Bretxa de gènere:** homes avaluen la credibilitat molt baixa, mentre que les dones molt alta.
3. La **temàtica** i el **vot** de la persona estan correlacionats amb la creidibilitat que se li dona a cada notícia.

## 02. Recerca



2024

Una aproximación a la credibilidad informativa en Latinoamérica

Estudi dut a terme amb la col·laboració de **YouGov**, en què es trasllada la metodologia de recerca de la credibilitat informativa al **continent llatinoamericà**.

Anàlisi de la percepció dels ciutadans **xilens i argentins** sobre quins **formats de la informació** són més o menys creïbles.

## 02. Recerca



2024

Una aproximación a la credibilidad informativa en Latinoamérica

### Principals conclusions:

1. La **televisió** es manté en els dos països com el format més creïble.
2. Existeix una forta correlació entre la credibilitat informativa de la informació i l'autoubicació a **la dreta ideològica**.
3. **L'educació és un factor totalment diferencial** en l'avaluació de la credibilitat tant a Argentina com a Xile.

# 03. Transferència de coneixement



**Càtedra Ideograma-UPF**  
de Comunicació Política i Democràcia

# 03. Transferència de coneixement

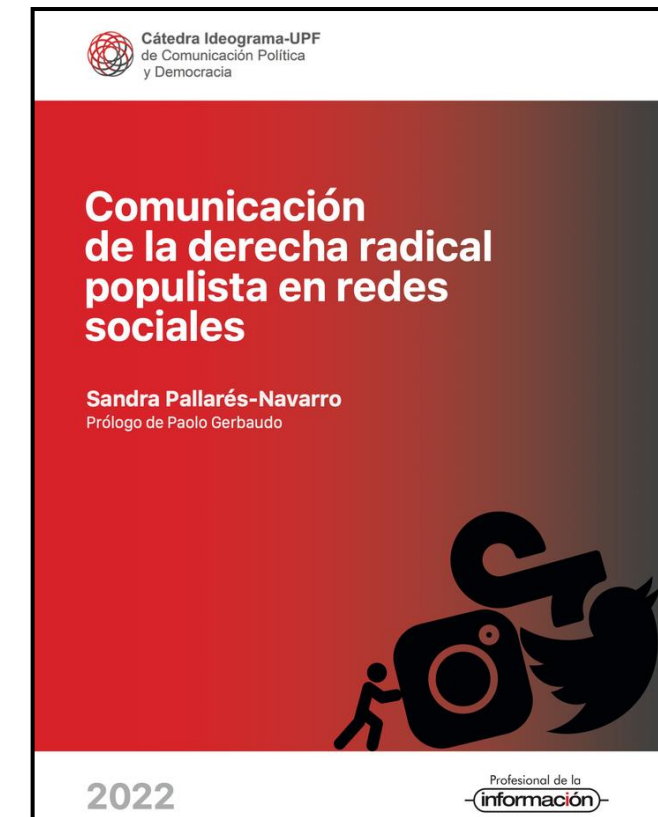
## PREMI CÀTEDRA IDEOGRAMA

al millor Treball de Fi de Màster sobre Comunicació Política



5 edicions celebrades (2020-25)

Amb llibres i informes de divulgació científica com a resultats



# 03. Transferència de coneixement

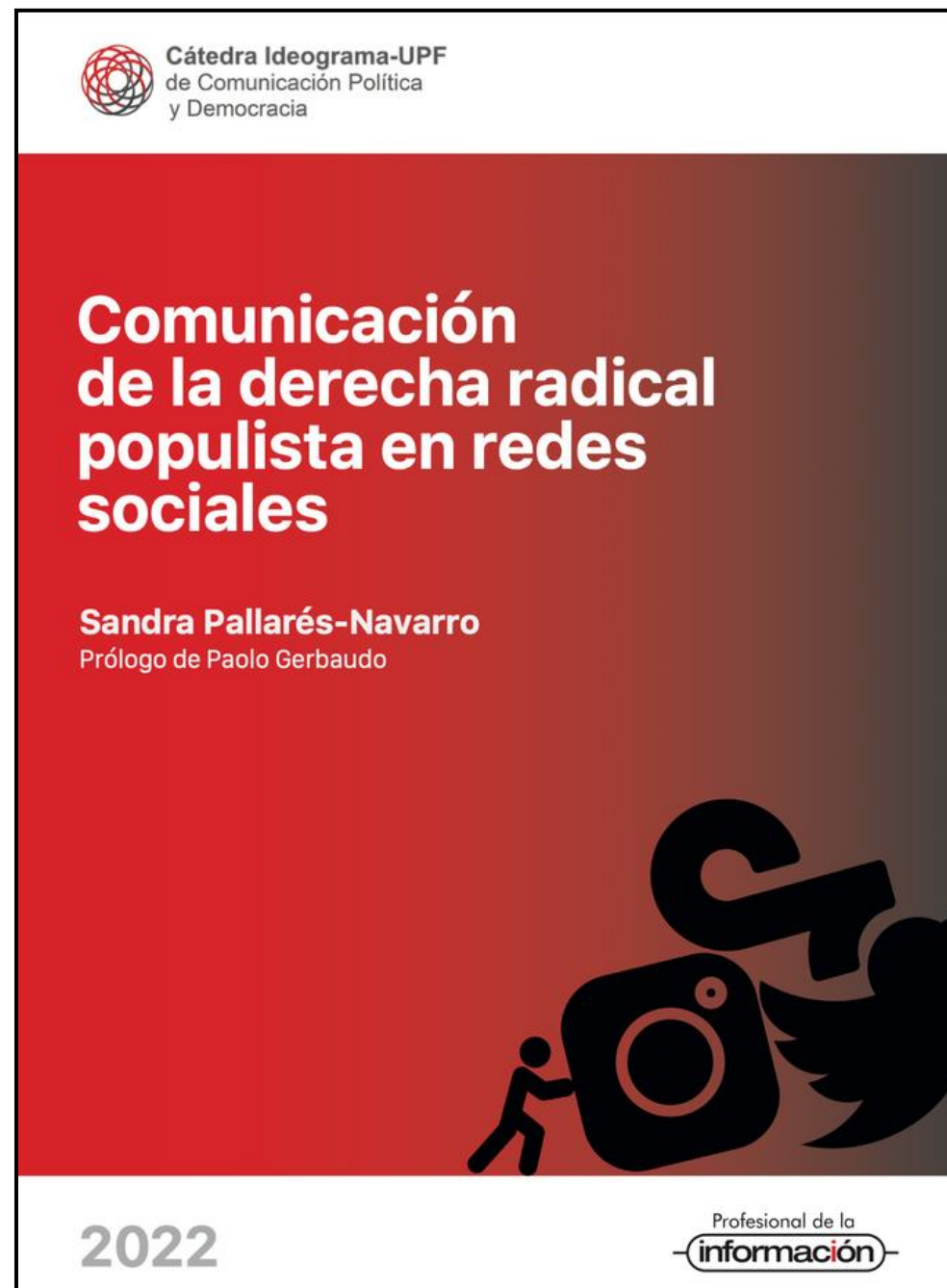
## WORKSHOPS i CONFERÈNCIES

- Seminaris
- Presentacions de llibres
- Taules rodones sobre actualitat
- Presentació als mitjans de comunicació del estudi de la Càtedra
- Visites de professors d'universitats internacionals



# 03. Transferència de coneixement

## PUBLICACIÓ DE LLIBRES ACADÈMICS I DIVULGATIUS



## 03. Transferència de coneixement

### Centre de Documentació en Comunicació Política i Democràcia

El Centre de Documentació és una biblioteca especialitzada en comunicació política, màrqueting polític i campanyes electorals. La seva finalitat és servir d'ajuda a tota la comunitat acadèmica interessada en aquest camp d'estudi.

Els llibres estan vinculats al catàleg de la UPF i es troben ubicats al despatx de la Càtedra Ideograma – UPF. Van ser catalogats 365 llibres (cedits per **Miquel Iceta**) amb la norma cooperativa del CCUC.



## 03. Transferència de coneixement

### Presència a xarxes socials

La Càtedra està present en les següents xarxes socials:

- Twitter/X: 2.052 seguidors
- Instagram: 443 seguidors
- Facebook: 116 seguidors
- YouTube: 128 subscriptors



# 04. Projectes 2025



**Càtedra Ideograma-UPF**  
de Comunicació Política i Democràcia

# Projectes 2025



## Llibre Editorial-UOC sobre comunicació política i influencers.

Llibre editat per Reinald Besalú i Santiago Castelo sobre la incorporació de la cultura influencer en la comunicació política contemporània. Hi participen múltiples autors de diverses universitats de l'Estat espanyol i el continent llatinoamericà.

# Projectes 2025



## **Explotació acadèmica dels resultats obtinguts en la recerca realitzada a Llatinoamèrica**

Elaboració i publicació d'articles a revistes d'alt impacte acadèmic, a partir de les dades obtingudes en la recerca llatinoamericana.

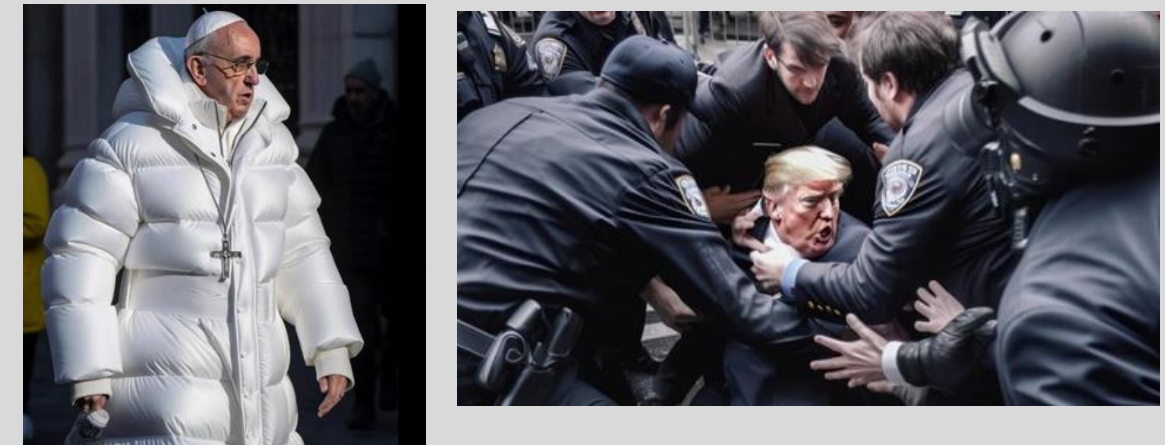
# 01. Projectes 2025

## Futures línies de recerca

1. Incorporació de nous formats en la Comunicació Política (**Inpolityoung**)



2. Ús de la IA en la comunicació política



3. El discurs populista en contra dels mitjans de comunicació convencionals





**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)