



Análisis de datos para la
comunicación política:
propaganda, marketing político,
mediatización y ciberpolítica

**Máster Universitario en
Comunicación Política y Gestión de
Crisis y Emergencias
Curso 2022-23**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Análisis de datos para la comunicación política: propaganda, marketing político, mediatización y ciberpolítica.

Titulación: Máster Universitario en Comunicación Política y Gestión de Crisis y Emergencias.

Curso Académico: 2022-23.

Carácter: Obligatoria.

Idioma: Castellano.

Modalidad: **Presencial** / A distancia

Créditos: 3.

Semestre: 1º.

Profesora: Dra. Tania Brandariz Portela.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Diseñar contenidos persuasivos eficaces en la comunicación política, tras la aplicación de las herramientas de obtención y análisis de datos
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

1.2. Resultados de aprendizaje

Utilizar las herramientas online de explotación de datos que alimenten y mejoren la redacción de contenido persuasivos en comunicación política.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2.2. Descripción de los contenidos

Conocimiento de las herramientas de obtención de datos útiles para su uso en el diseño del contenido persuasivo de la comunicación política.

2.3. Contenido detallado

Módulo 1. Comunicación política en la red: multidireccionalidad de la información y espíritu participativo.

- Crisis de valores y orientación antipolítica.
- Los marcos de interpretación de la realidad: agenda política, mediática y pública desde las Teoría de la Agenda-Setting y el Framing.
- Gestión computacional de campañas electorales: Segmentación de públicos y datos.
- Aproximación a las herramientas para la monitorización y el análisis del contenido.

Módulo 2. Mediatización, marketing político y espectacularización.

- La intervención en el marketing político: mundo offline, medios de comunicación tradicionales y la red.
- Mediatización de la política y politización de los medios.
- La imagen del partido y del candidato: politainment y personalización.
- Herramientas digitales para el análisis de información en marketing político.

Módulo 3. Ciberpolítica, ciberactivismo y ciberdemocracia.

- Comunicación política en redes sociales: públicos, mensaje y formatos.
- Vídeo-política, ciberpolítica y participación.
- Ciberactivismo y movimientos sociales en red: la pugna por la determinación de la agenda.
- Desinformación en comunicación política.

2.4. Actividades Dirigidas

Actividad Dirigida 1 (20%): Ejercicio que consistirá en la elaboración de una acción para redes sociales sobre un supuesto práctico. Los estudiantes deberán enmarcar el tema en función del público al que se dirigen, articular los marcos de interpretación y diseñar el formato y tono pertinente para la circunstancia en cuestión.

Actividad Dirigida 2 (20%): La actividad dirigida 2 consistirá en una entrevista a un político que se realizará en el estudio de televisión de la Facultad de Comunicación y Artes, en directo. Atendiendo al lenguaje mediático, los estudiantes deberán plantear las preguntas y el tono de la entrevista, realizarla al político, y posteriormente, analizar en clase la pieza desde la mirada del consultor político, con sugerencias y recomendaciones.

Prueba final (50%). La prueba final consistirá en un debate sobre un tema de actualidad surgido en el contexto de la tecnopolítica. Deberá analizarse con todos los recursos aprendidos en la asignatura -estudiando todos los ejes de los módulos 1, 2 y 3- y debatirlo el último día de clase en el plató de televisión.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		300	

Modalidad Virtual:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad Sincrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
		600	

2.6. Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico.

		Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.
MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumental	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de

alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: Virtual

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	5%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	20%	40%
SE3. Prueba final presencial	25%	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Arias Maldonado, Rafael (2016). *La democracia sentimental. Política y emociones en el siglo XXI*. Barcelona: Página Indómita.
- Berrocal, Salomé (2017). *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación*. Valencia. Tirant Humanidades.
- Dader, J. L. (2020). Ciberpolítica y ciberdemocracia: Nuevas herramientas y viejos desafíos para la comunicación política. En: Castromil, Antón, Humanes, María Luisa y García Tojar, Luis (eds.).
- Gedisa. PEYTIBI, Xabier (2019): *Las campañas conectadas*. Barcelona. UOC.
- Gutiérrez, Antoni (2019): *Gestionar las emociones políticas*. Barcelona.
- Reyero Simón, L., & Cordero Verdugo, R. R. (2020). *Marketing político 3.0: cómo Podemos, Ciudadanos y Vox han cambiado las reglas del juego*.
- Viounnikoff, Nadia. (2017). *La imagen del candidato en la era digital*. Barcelona. UOC.

Bibliografía recomendada

- Aruguete, N. (2022). Efecto framing. Material didáctico multimedia sobre la influencia de los encuadres noticiosos en las audiencias. Programa enriquecido del seminario de posgrado: “El framing como programa integral de estudios en comunicación política”. Recuperado de: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3733>
- Flores-Vivar, J. M., & Zaharías, A. M. (2022). Etnografía digital del ciberactivismo político-social. Caso: elecciones generales españolas de 2019. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*, 56, 22-35.
- López-López, P. C., & Oñate, P. (2019). De la videopolítica a la ciberpolítica: debate entre candidatos y televisiones en cinco elecciones presidenciales. *Profesional de la Información*, 28(5).
- Merlano, A. A., Chamorro, A., & Quintero, M. (2021). Ciudadanías movedizas: ciberpolítica y los dilemas de Twitter como esfera pública/privada. *Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi*, 26(2).
- Slimovich, A. (2019). La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos. *Revista Sociedad*, (39), 31-45.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Tania Brandariz Portela
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Periodismo
Correo electrónico	tbrandariz@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Horario de tutoría: Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Especialista en Teoría de la Comunicación y Opinión Pública. Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política. Como Colaboradora Honorífica en la Universidad Complutense de Madrid, ha impartido sesiones sobre Sociología, Opinión Pública y Comunicación Política y Género en los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas (2019-2020/ 2020- 2021) y, como conferenciante, en el Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política (2020-2021/ 2021-2022).</p> <p>Investiga sobre los marcos de interpretación políticos sobre el feminismo y el anti-feminismo, publicando artículos científicos y capítulos de libro sobre la temática. Pertenece al grupo de investigación <i>Producers cultural en redes sociales</i> y al grupo <i>Estudios literarios y culturales y estudios de género</i>, en la Universidad Complutense de Madrid. Por otro lado, ha colaborado con <i>European Journalism Observatory</i>, <i>The Conversation</i> y la Revista de la Asociación de Comunicación Política.</p> <p>Se ha formado en herramientas digitales de apoyo a la investigación y en medición y estrategias para la comunicación y el Marketing. Profesora de Marketing Online (2021-2022) y de Herramientas TIC (2021-2022) en el Máster en Marketing y Publicidad Digital, Universidad Nebrija. Se ha desempeñado como periodista digital en Nós Televisión, La Voz de Galicia y La Mirada Común.</p>