



Desinformación y campañas
electorales:
Microsegmentación en RRSS
y Fake news

**Máster Universitario en
Comunicación política y Gestión
de crisis y Emergencias
2025-26**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Desinformación y campañas electorales: Microsegmentación en RRSS y Fake news

Titulación: Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencia

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 3

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Carmen Torres Narvárez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Conocer y manejar las herramientas de verificación de datos para evitar que la desinformación afecte a la campaña electoral.
- Usar redes sociales y herramientas digitales para favorecer el alcance del mensaje electoral a los diferentes públicos, aplicando técnicas de microsegmentación.
- 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

Conocer las principales herramientas de verificación de información para hacer uso de las redes sociales con fines electorales, y adaptar el mensaje a los microsegmentos poblacionales.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Verificación de datos para combatir la desinformación y las noticias falsas que puedan afectar a la comunicación. Uso de redes sociales con fines electorales y adaptación del mensaje a los micro segmentos poblacionales.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

- Presentación de la asignatura “Desinformación y campañas electorales: Microsegmentación en RRSS y Fake news”: Introducción a los objetivos de la asignatura, la estructura sus contenidos y explicación de la relevancia del tema de estudio.
- Guía Docente de la asignatura y planificación del cronograma

La asignatura se estructura en seis módulos temáticos interconectados. Los cinco primeros abordan el fenómeno de la desinformación desde múltiples perspectivas; el sexto introduce en profundidad la microsegmentación y la comunicación electoral digital, área que se amplía significativamente respecto a los materiales de referencia.

MÓDULO 1- FUNDAMENTOS: DESINFORMACIÓN, POSVERDAD Y FAKE NEWS

- 1.1. La sociedad de la información y el ecosistema informativo actual

Análisis del contexto digital contemporáneo: características de la sociedad de la información, transformación de los medios de comunicación, descentralización informativa y papel de las redes sociales. Se estudian los conceptos de desintermediación, infoxicación y la paradoja de la abundancia informativa.

- **1.2. Desórdenes informativos: tipología y diferencias clave**
 - **Misinformation * Disinformation * Malinformation**
 - **El concepto de posverdad y su consolidación política a partir de 2016.**
 - **Fake news: definición académica, usos políticos del término y evolución histórica.**

- 1.3. Breve historia de la desinformación

Propaganda política histórica, guerra de guerrillas informativas, desinformación soviética (dezinformatsiya), y la nueva desinformación digital. Caso de estudio: Cambridge Analytica como punto de inflexión

- 1.4 El papel de las redes sociales en la propagación de la desinformación

Cómo los modelos de negocio de las plataformas (algoritmos de engagement, cámaras de eco, burbujas de filtro) favorecen la viralización de contenidos falsos.

MÓDULO 2. MECANISMOS PSICOLÓGICOS Y PSICOSOCIALES DE LA DESINFORMACIÓN

- **2.1. Sesgos cognitivos que facilitan la desinformación**
- **2.2. Mecanismos psicosociales: grupos, identidad y polarización**
- **2.3. Pensamiento crítico y lateral como antídoto**

- **2.4. Neurociencia y persuasión en comunicación política**

MÓDULO 3- TECNOLOGÍA AVANZADA AL SERVICIO DE LA DESINFORMACIÓN

- **3.1. Campañas de desinformación coordinada: anatomía y fases**

Estructura de una campaña de desinformación profesional: definición del objetivo narrativo, creación de contenido falso, siembra inicial, amplificación mediante redes de cuentas, cobertura mediática y medición de impacto. Actores: estados, grupos políticos, empresas privadas.

- **3.2. Tecnologías al servicio de la desinformación**
- **3.3. Guerras híbridas y desinformación geopolítica**

MÓDULO 4- VERIFICACIÓN DE DATOS Y HERRAMIENTAS DE FACT-CHECKING

- **4.1. El ecosistema del fact-checking**
- **4.2. Verificación de textos y noticias**
- **4.3. Verificación de imágenes y vídeos**
- **4.4. Verificación en redes sociales**
- **4.5. Guías de buenas prácticas**

MÓDULO 5 - MEDIDAS INSTITUCIONALES Y MARCO NORMATIVO

- **5.1. El papel de los gobiernos y administraciones**

Mecanismos gubernamentales de respuesta: sistemas de alerta temprana, unidades especializadas y equilibrio entre libertad de expresión y protección democrática.

- **5.2. El papel de las plataformas digitales**
- **5.3. Marco normativo: nacional e internacional**

MÓDULO 6- MICROSEGMENTACIÓN EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN ELECTORAL DIGITAL

Este bloque constituye una ampliación significativa respecto a los materiales de referencia y representa el núcleo aplicado de la asignatura, conectando directamente con las actividades dirigidas y el trabajo final.

- **6.1. Fundamentos de la microsegmentación**
 - **Diferencia entre segmentación clásica (demográfica) y microsegmentación (psicográfica + comportamental).**
 - **El modelo OCEAN (Big Five) aplicado a la segmentación política**
 - **De Cambridge Analytica al presente**
 - **Datos first-party, second-party y third-party en entornos post-cookies.**
- **6.2. Fuentes de datos para microsegmentación electoral**
- **6.3. Plataformas y herramientas de microsegmentación**
- **6.4. Diseño de mensajes para microsegmentos**
- **6.5. Microsegmentación y ética: riesgos y límites**
- **6.6. Estrategia integral de campaña digital - Integración de todos los elementos en una estrategia coherente.**

2.4 Actividades Dirigidas

Las actividades académicas dirigidas, supondrán un 40% de la evaluación final en la modalidad presencial y un 30% en la modalidad online:

- **Actividad Dirigida 1 (AD1): Anatomía de una Campaña de Desinformación. Análisis Forense y Estrategia de respuesta (20% modalidad presencial – 15% modalidad online)**

El objetivo de esta AAD es realizar un análisis forense completo de una campaña de desinformación real, documentada y verificable, que haya tenido lugar entre 2018 y 2025 en un contexto político o electoral. No solo se debe describir qué pasó, sino diseccionar cómo y por qué funcionó: qué tecnologías empleó, qué sesgos psicológicos explotó, qué actores intervinieron y con qué objetivos, y finalmente qué estrategia de respuesta hubiera sido más eficaz.

Esta actividad conecta directamente los tres primeros módulos de la asignatura. El resultado debe tener valor como informe profesional.

- **Actividad Dirigida 2 (AD2): Diseño de Estrategia de Microsegmentación Electoral: Del análisis del electorado al Plan de Campaña Digital (20% modalidad presencial – 15% modalidad online)**

A partir de un escenario político ficticio pero verosímil, el estudiante debe diseñar una estrategia completa de microsegmentación para las últimas cuatro semanas de campaña. El trabajo no es solo un ejercicio de planificación: debe demostrar comprensión profunda de las herramientas y plataformas, manejo del marco normativo vigente, capacidad para diseñar mensajes por segmento, y sensibilidad ética ante los riesgos de la microsegmentación.

A diferencia de la AAD 1 (análisis de lo que ya ocurrió), la AAD 2 es esencialmente propositiva y creativa: se deben tomar decisiones estratégicas, justificarlas con el marco teórico de la asignatura, y producir materiales concretos (no solo análisis).

La prueba final (50% modalidad presencial – 60% modalidad online) se realizará mediante un trabajo final de la asignatura que será explicado en el aula.

Asistencia y participación (10%). Los estudiantes de la modalidad presencial tienen que asistir a un 75% de las sesiones para poder optar al punto de asistencia y participación, que se redondeará en función de la proactividad del alumno en el aula.

Los alumnos en modalidad online justificarán la nota de asistencia y participación tanto con sus intervenciones en clase como con su implicación en acciones y foros propuestos por la profesora.

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%
		600	

Modalidad A distancia:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad síncrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%

AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
AF5		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.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

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: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	30%	30%

SE3. Prueba final presencial	60%	60%
------------------------------	-----	-----

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. 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
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. 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

- Ireton, C. y Posetti, J. (2020). *Periodismo, noticias falsas y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo*. UNESCO.
- Levi, S. (2019). #FakeYou: fake news y desinformación.
- Martínez i Coma, F. (2008). *¿Por qué importan las campañas electorales?* Madrid: CIS.
- Rodríguez Fernández, L. (2021). *Propaganda digital: comunicación en tiempos de desinformación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rubio Núñez, R., Franco Alvim, F., & de Andrade Monteiro, V. (2024). *Inteligencia artificial y campañas electorales algorítmicas: Disfunciones informativas y amenazas sistémicas de la nueva comunicación política*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Sánchez Muñoz, O. (2020). *La regulación de las campañas electorales en la era digital. Desinformación y microsegmentación en las redes sociales con fines electorales*, Madrid, CEPC.
- Serrano Maillo, I. y Corredoira, L. (2024). *Democracia y desinformación*. Madrid, Dykinson.

Bibliografía complementaria

- Turcilo, L., y Obrenovic, M. (2020). *Misinformation, Disinformation, Malinformation: Causes, Trends, and Their Influence on Democracy*. Heinrich Böll Foundation, 38.
- Wardle, C., y Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making (Report)*. Council of Europe.
- Wu, T., y Zumalacárregui Martínez, P. (2020). *Comerciantes de atención: la lucha épica por entrar en nuestra cabeza*. Madrid: Capitán Swing.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Carmen Torres Narváez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Publicidad y Comunicación Audiovisual Máster en Comunicación Institucional y Política Licenciada en Publicidad Licenciada en Comunicación Audiovisual Licenciada en Periodismo
Correo electrónico	ctorresna@nebrija.es
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales pus Madrid -Sa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid (Sobresaliente Cum Laude), con una sólida trayectoria académica e investigadora en el ámbito de la comunicación institucional y política.</p> <p>Desde 2016 es docente en la Universidad Nebrija, donde imparte asignaturas como Comunicación Institucional, Dirección de Comunicación y Desinformación y Campañas Electorales, y participa activamente en la formación de profesionales en comunicación política y gestión de crisis. Ha recibido la Mención de Excelencia Docente (Programa Docentia 2023) y dirige Trabajos Fin de Grado y de Máster centrados en liderazgo político, polarización, microsegmentación digital y estrategias de comunicación en contextos electorales.</p> <p>Su línea de investigación se centra en la desinformación política, las dinámicas de construcción narrativa en entornos digitales y la gestión comunicativa de instituciones públicas en escenarios de alta complejidad sociopolítica. Analiza especialmente los efectos de la microsegmentación, la polarización y las arquitecturas digitales en la percepción pública, así como los desafíos regulatorios, éticos y estratégicos que enfrenta la comunicación institucional en la era de la inteligencia artificial.</p> <p>En el ámbito profesional, ha desarrollado su carrera en organismos multilaterales y administraciones públicas, liderando estrategias de comunicación institucional en contextos internacionales. Ha sido asesora de alianzas estratégicas y relaciones institucionales en la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y responsable de comunicación en la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), integrando la dimensión académica y la práctica profesional en el análisis y diseño de estrategias comunicativas.</p> <p>Su perfil combina docencia e investigación, experiencia en dirección estratégica y una profunda especialización en comunicación institucional y política, con especial atención a la gestión de crisis, la gobernanza comunicativa y la lucha contra la desinformación en sistemas democráticos contemporáneos.</p>
---	--