



PRESENTACIÓN

Breve descripción: esta materia tiene como fin comprender el funcionamiento de las administraciones y gobiernos de los principales sistemas políticos y, más concretamente, el marco legal básico, español y europeo, de la comunicación política y corporativa y del lobbying. El alumno se capacitará para analizar la realidad social y los procesos de formación de la opinión pública en la comunicación política y corporativa y en los asuntos públicos. Como resultado podrá elaborar el diagnóstico de situación de una organización en un entorno sociopolítico cultural dado.

- **Titulación:** Máster en Comunicación Política y Corporativa
- **Módulo/Materia:** Análisis y fundamentos del entorno / Contexto sociopolítico y mediático
- **ECTS:** 3,5
- **Curso, semestre:** Anual
- **Carácter:** Obligatorio
- **Profesorado:** Alejandro N. García, Carlos Barrera, Jordi Rodríguez Virgili, Mercedes Muñoz, Miguel Ángel Benedicto
- **Idioma:** Español
- **Aula, Horario:** Edificio Alumni, horario de tarde entre 15:00-20:45h

COMPETENCIAS

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Conocer los fundamentos antropológicos, psicológicos, sociológicos, jurídicos y éticos de la comunicación institucional en sus distintas facetas.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.



ESPECÍFICAS

CE2 - Interpretar y conocer en profundidad las tendencias actuales de la opinión pública, mediante la aplicación de técnicas, herramientas de investigación y analítica especializadas propias de la comunicación política, corporativa y asuntos públicos.

CE3 - Conocer el marco legal y deontológico, español y europeo, de la comunicación política, corporativa y de los asuntos públicos..

CE4 - Conocer en profundidad los criterios éticos y deontológicos propios de la comunicación institucional asumiendo la responsabilidad profesional que se deriva de una actividad con una importante influencia social.

CE13 - Distinguir la estructura de los medios y de los mercados de la comunicación política y corporativa, considerando un enfoque internacional.

CE14 - Conocer el funcionamiento de las administraciones y gobiernos y del entorno empresarial, así como las técnicas para establecer relaciones orientadas a influir en las decisiones políticas.

PROGRAMA (La asignatura Contexto sociopolítico y mediático se divide en 5 partes diferenciadas)

Programa parte 1: Claves de comprensión de la Sociedad

Profesor parte 1: Dr. D. Alejandro N. García

TEMA 1. Fundamentos de la acción humana en sociedad: entre el individuo y la sociedad

- Conceptos, ideas y enfoques principales para el análisis sociológico.
- Las relaciones entre individuo y sociedad.
- El debate entre contractualismo sociológico y sociabilidad natural: ¿individuos o colectivos?
- La cultura como condición natural del ser humano.
- Diversidad cultural y el reto del relativismo: ¿Diálogo intercultural o choque de civilizaciones?
- Expectativas, roles y cultura institucionalizada
- Ideología y teorías de la reproducción cultural

LECTURA OBLIGATORIA:

1. "El enfoque relacional en sociología". Pierpaolo Donati y Pablo García Ruiz, *Sociología Relacional*, Universidad de Zaragoza, 2021 (enlace a documento).

TEMA 2: Enfoque morfogenético y dinámica cultural

- Perspectivas para el estudio de la cultura y la sociedad
- Estructura, cultura y agencia



Universidad de Navarra

- El dualismo analítico
- El mito de la integración cultural
- La dinámica cultural

LECTURA OBLIGATORIA:

2. "Diversidad cultural y globalización". Margaret Archer, ponencia resumen de su obra *Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 1988. (enlace a documento).

TEMA 3: Cultura emocional y políticas de identidad: comunicación y reivindicación política

- Los procesos de modernización: individualización y disciplinización del yo.
- Crisis de identidad y expresión personal: el ideal de la autenticidad.
- La emocionalización de la vida social.
- Cultura terapéutico-emocional: ¿una solución a la crisis de identidad?
- Desarrollo histórico de las reivindicaciones políticas
- De los derechos subjetivos a la exigencia de reconocimiento
- La contienda política desde el "care" emocional
- "Identity politics": comunicación política para una *Cancel Culture*
- Populismos, comunicación política y emociones

LECTURA OBLIGATORIA:

3. "La relación política: de la representación política universal a las ciberrevoluciones". Lourdes Flamarique, en *Emociones y estilos de vida*, Biblioteca Nueva, 2013, pp. 53-74 (enlace a documento).

Programa parte 2: Medios de comunicación y opinión pública

Profesor parte 2: Dr. D. Carlos Barrera del Barrio

TEMA 1. La opinión pública y sus mutaciones en los tiempos de la posverdad (2 sesiones)

[Prof. Carlos Barrera]

- Distintos enfoques y controversias sobre su naturaleza.
- Opinión pública y encuestas.
- Opinión pública y medios de comunicación.
- Opinión pública y redes sociales.
- Opinión pública y democracia.

Materiales de lectura previa para el tema:

- "Public Opinion", in *International Encyclopedia of Communication* (Glynn-Huge) [Se proporcionará desde Secretaría]
- "La opinión pública no existe" (P. Bourdieu) [Acceso a través de enlace, en Bibliografía]
- "La verdad en las democracias algorítmicas" [Abril 2020] (Daniel Innerarity y Carme Colomina) [Acceso a través de enlace, en Bibliografía]

TEMA 2: Desintermediación, desinformación y pérdida de confianza en los medios (2 sesiones)

[Prof. Carlos Barrera]

- Cambios en los hábitos de consumo de información y crisis de los medios clásicos.
- Los *social media* y el cambio de paradigma en el periodismo y en sus modelos de negocio.



Universidad de Navarra

- Amenazas y oportunidades de la desintermediación informativa.
- La brecha de la desconfianza y las actitudes ante la desinformación.

Materiales de lectura previa para el tema:

- "Así es la comunicación en la era de la desintermediación: claves para entender este concepto" (Carlos Mazalán) [Acceso a través de enlace, en Bibliografía]
- "Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación" [Abril 2020] (Juan Luis Manfredi y María José Ufarte) [Acceso a través de enlace, en Bibliografía]
- "Digital News Report 2022 - España. Resumen ejecutivo" [Acceso a través de enlace, en Bibliografía]

ACTIVIDAD FINAL: Análisis, presentación y discusión de casos por grupos (2 sesiones)

Material de lectura previo requerido: se proporcionará, en su caso, al término de las clases presenciales.

Programa parte 3: Entorno político

Profesor parte 3: Dr. D. Jordi Rodríguez Virgili

Programa parte 4: Entorno jurídico

Profesora parte 4: Dra. Dña. Mercedes Muñoz Saldaña

Programa parte 5: Geopolítica y diplomacia pública

Profesor parte 5: Dr. D. Miguel Ángel Benedicto

El programa de la asignatura consta de 2 sesiones:

(1 SESIÓN: 15 a 19:15)

Tema 1 Retos geopolíticos en la actualidad

Contexto geopolítico

Hard, soft y sharp power

Naturaleza internacional de la Comunicación

Materiales de lectura previa para el tema:

Ikenberry, G. John. «La crisis del orden liberal mundial». Anuario Internacional CIDOB, [en línea], 2018, pp. 29-36, <https://raco.cat/index.php/AnuarioCIDOB/article/view/348691>

Nye, J. (2021) Soft power: the evolution of a concept, Journal of Political Power, DOI: [10.1080/2158379X.2021.1879572](https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572)

Walker, C. (2018) What Is "Sharp Power"? Journal of Democracy, Volume 29, Number 3, July, pp. 9-23 (Article). Published by Johns Hopkins University Press.

Tema 2 Fundamentos de la Diplomacia Pública

Concepto de Diplomacia Pública

Imagen exterior y Marca País



Universidad de Navarra

Actores no estatales en la DP: multinacionales, ONGS, ciudades, organizaciones terroristas...

Materiales de lectura previa para el tema:

Cull, N. (2008) «Diplomacia pública: consideraciones teóricas». Revista Mexicana de Política Exterior. N°85. Noviembre de 2008-febrero de 2009

<https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/numeros-anteriores/116-rmpe85>

Apostolicas P. (2019, fall). Silicon States: How Tech Titans Are Acquiring State-Like Powers. Harvard International Review, 40(4), 18-21.

Available at: <https://ezproxy.si.unav.es:2108/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,url&db=edsjrs&AN=edsjrs.26917261&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Anholt, Simon (2011) "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations," Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1, Article 1.

Available at: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>

Tema 3 Tipologías y diplomacia Pública Comparada

Diplomacia Cultural y científica

Diplomacia Corporativa

Diplomacia Deportiva

Ejército y misiones en Exterior, el papel de las diásporas

Aproximación a la diplomacia Pública en EEUU, la UE y España

Materiales de lectura previa para el tema:

Monji, K. (2010, winter). Pop Culture Diplomacy. *Public Diplomacy Magazine* (issue 3), 104-108.

Available at: <https://static1.squarespace.com/static/5be3439285ede1f05a46dafa/t/5be34faf1ae6cfee29d51ef7/1541623732917/CulturalDiplomacy.pdf>

Drapeau, M. (2011, winter). Corporate Public Diplomacy: Engaging and Improving Stakeholder Communities. *Public Diplomacy Magazine* (issue 5).

Available at: <https://www.publicdiplomacymagazine.com/blog/corporate-diplomacy/drapeau>

Riordan, Shaun. 2014. "Business Diplomacy Shaping the firm's geopolitical risk environment". *Clingendael*: 1-7. <https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/Shاون%20Riordan%20-%20Business%20Diplomacy%20-%20October%202014.pdf>

Benedicto, M. A. (2022) Qatar y la lavadora del Mundial. The Objective

<https://theobjective.com/elsubjeto/opinion/2022-11-22/qatar-lavadora-mundial/>

Benedicto, Miguel A. (2022) Seducidas por la meca del capitalismo. The Objective

<https://theobjective.com/elsubjeto/opinion/2022-07-06/irene-montero-viaje-eeuu/>

Manfredi-Sánchez, J.L (2022) . Vaccine (public) diplomacy: legitimacy narratives in the pandemic age. *Place Brand Public Dipl* (2022). <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00258-2>



<https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-022-00258-2>

(2 SESIÓN: 15 a 17:45)

Tema 4 Transformación Digital y futuro de la Comunicación Política Internacional

El impacto de la revolución tecnológica

Redes sociales y nuevas técnicas de influencia

Liderazgo político, populismo y diplomacia Pública

Desinformación, fake news y uso de sharp power

Diplomacia, desglobalización y pandemia.

Materiales de lectura previa para el tema:

Kellett, M. & Kerr-Stevens, J. 2018. "Fighting Back: Fake news, Disinformation and the Question of Sharp Power." USC Center on Public Diplomacy. Available at: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/fighting-back-fake-news-disinformation-and-question-sharp-power>

Benedicto, Miguel Ángel (2021) The EU against the disinformation of China and Russia during the COVID-19. The need for greater European narrative proactivity at the international level. Thematic dossier International Relations and Social Networks, July 2021. <https://doi.org/10.26619/1647-7251.DT21.6>

Manfredi, J. L. (2021). Deglobalization and Public Diplomacy. International Journal of Communication 15(2021), 905–926 1932–8036/20210005. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15379>

Tema 5 Diseño de una Estrategia de Diplomacia Pública

Finalidad y Mensajes

Públicos objetivos

Medios: Recursos Humanos y presupuesto

Implementación con acciones específicas

Evaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales teóricas	35	100



Universidad
de Navarra

Clases presenciales prácticas	20	100
Estudio personal	18,5	0
Evaluación	3	100
Presentación de trabajos	11	100

EVALUACIÓN

Evaluación Dr. Alejandro N. García

- Asistencia y participación en clase: 30% de la nota final.
- Trabajo y exposición oral: 70% de la nota final.

Evaluación Dr. Carlos Barrera del Barrio

Evaluación Dr. Jordi Rodríguez Virgili

Evaluación Dra. Dña. Mercedes Muñoz Saldaña

Evaluación Dr. Miguel Ángel Benedicto

HORARIOS DE ATENCIÓN

Horario de atención Dr. Alejandro N. García: Previa cita a través del correo (angarcia@unav.es)

Horario de atención Dr. Carlos Barrera del Barrio

Horario de atención Dr. Jordi Rodríguez Virgili

Horario de atención Dra. Dña. Mercedes Muñoz Saldaña

Horario de atención Dr. Miguel Ángel Benedicto

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Dr. Alejandro N. García

Bibliografía obligatoria



Universidad de Navarra

- "Diversidad cultural y globalización". Margaret Archer, ponencia resumen de su obra *Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- "La relación política: de la representación política universal a las ciberrevoluciones". Lourdes Flamarique, en *Emociones y estilos de vida*, Biblioteca Nueva, 2013, pp. 53-74.

Bibliografía complementaria

- "Identidad y reconocimiento". Charles Taylor, *Revista internacional de filosofía política*, no. 7 (1996): 10-19
- "La víctima del destino". Ana Marta González, en *Emociones y estilos de vida*, Biblioteca Nueva, 2013, pp. 157-178.
- "Microaggression and Moral Cultures". Campbell, Bradley; Manning, Jason (2014), *Comparative Sociology* 13 (6): 692-726.
- "La propuesta de Bourdieu sobre la distinción social. Presupuestos y límites". Alejandro N. García, en *Distinción social y moda*, Eunsa, 2007, 231-253.
- Flamarique, L. y D'Oliveiras-Martins, M. (Eds), *Emociones y estilos de vida. Radiografía de nuestro tiempo*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2013
- Eva Illouz, *Saving the modern soul: therapy, emotions, and the culture of self-help*. Berkeley, University of California Press, 2008
- Francis Fukuyama, *Identidad*. Barcelona, Deusto, 2019

Bibliografía Dr. Carlos Barrera del Barrio

Bibliografía Dr. Jordi Rodríguez Virgili

Bibliografía Dra. Dña. Mercedes Muñoz Saldaña

Bibliografía Dr. Miguel Ángel Benedicto