

Globalización y poder: la consolidación de la comunicación internacional como disciplina. Artículo de revisión

Globalization and power: The consolidation of international communication as a discipline. Review article

Juan-Luis Manfredi-Sánchez

Note: This article can be read in English on:

<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2020/ene/manfredi.pdf>

Cómo citar este artículo:

Manfredi-Sánchez, Juan-Luis (2020). "Globalization and power: the consolidation of international communication as a discipline. Review article". *El profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290111.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.11>

Artículo recibido el 27-12-2019
Aceptación definitiva: 14-01-2020



Juan-Luis Manfredi-Sánchez ✉

<https://orcid.org/0000-0001-9129-2907>

Universidad de Castilla-La Mancha
Facultad de Comunicación
Plaza Libertad de Expresión, s/n.
16071 Cuenca, España
juan.manfredi@uclm.es

Resumen

Se presenta un recorrido sobre el desarrollo teórico y las principales líneas de investigación de la comunicación internacional. Para ello, se analiza la aparición de la comunicación en la configuración del poder en cuatro vertientes (duro, blando, punzante y narrativa estratégica). Se examina la perspectiva crítica y el dominio anglosajón de la materia, con evidencias de Francia, Alemania, o América Latina. Se anticipan cinco ejes de futuras investigaciones, como son el propio fortalecimiento de las bases teóricas y metodológicas con métodos interdisciplinarios; la naturaleza y característica del periodista internacional (corresponsales frente a noticias falsas); el manejo de la comunicación populista ante una globalización política con líderes que dificultan el ethos periodístico convencional; el análisis de las estructuras; y los sistemas mundiales de información ante un escenario multipolar y menos "efecto CNN" del esperado, y la constante dinámica de innovación de la propaganda.

Palabras clave

Comunicación internacional; Poder; Poder duro; Poder blando; Poder punzante; Narrativa estratégica; Diplomacia pública; Propaganda; Liderazgo; Movimientos sociales; Activismo; Diplomacia mediada; Efecto CNN: Artículo de revisión.

Abstract

This study presents an overview of the theoretical development and main lines of research regarding international communication. To this end, the emergence of communication in the structuring of power has been analysed with regard to four areas (hard, soft, sharp power, and the strategic narrative). The critical perspective has been reviewed as well as Anglo-Saxon dominance of the subject using evidence from France, Germany, and Latin America. Five main lines of future research have been forecast, the first of which involves strengthening the theoretical and methodological bases with interdisciplinary methods; the nature and characteristics of the international journalist (journalist versus fake news); the

Financiación

Este artículo forma parte de las actividades del proyecto de investigación *La diplomacia pública de las megaciudades iberoamericanas: estrategias de comunicación y poder blando para influir en la legislación ambiental global* (RTI2018-096733-B-I00), financiado por el *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades* (2019).

handling of populist communication when confronting political globalisation with leaders who challenge the conventional journalistic ethos; the analysis of structures and global information systems in the face of a multifaceted scenario with less “CNN effect” than expected, along with a dynamic situation of constant propagandistic innovation.

Keywords

International communication; Power; Hard power; Soft power; Sharp power; Strategic narrative; Public diplomacy; Propaganda; Leadership; Social movements; Activism; Mediated diplomacy; The CNN effect.

1. Introducción

Escribir un artículo de revisión sobre la comunicación internacional por encargo de la dirección de la revista es un reto intelectual. Me apetecía enfrentarme a la bibliografía académica y sus autores de referencia, analizar la agenda de investigación o revisar las sucesivas organizaciones y congresos multitudinarios para conocer la dinámica y el alcance de la comunicación internacional. Antes de comenzar, revisé los escritos aparecidos en las fuentes de interés para abordar una revisión sistematizada del estado del arte (**Vanc; Fitzpatrick, 2016**), examinar las metodologías al uso y proponer nuevas avenidas de investigación para la disciplina. El objetivo del trabajo consiste en identificar fuentes y autores principales para conocer las aproximaciones epistemológicas y teóricas para alcanzar un acuerdo razonable en torno a definiciones y conceptos; organizar las teorías y la interrelación entre la doctrina entre disciplinas que configuran la comunicación internacional; señalar cómo se estructura y organiza el conocimiento asentado en la ciencia acumulada; y apuntar los problemas no resueltos (**Codina, 2018**).

El presente trabajo cumple, pues, con la tarea encomendada, si bien presenta algunas limitaciones por la propia naturaleza del objeto de estudio. No es una disciplina al uso, sino un objeto multidisciplinar que se teoriza desde la práctica. La comunicación internacional bebe de fuentes muy dispares. Incluye la estructura y las políticas de comunicación (qué papel desempeña el Estado en el sistema informativo, la norma o la cultura profesional, políticas europeas de información), la historia (relación con acontecimientos y sucesos de carácter relevante en la conformación de la sociedad global), la sociología (el consumo cultural, las audiencias, las rutinas profesionales, los valores ambientales y la cultura, el comportamiento social ante las noticias, el amarillismo o la desinformación), la economía (los modelos de negocio, la globalización de los mercados, los subsidios a la prensa, el *media mogul* de alcance global), las relaciones internacionales (fronteras, estado nación, nacionalismo, idealismo o realismo) o la hibridación del sistema de medios y política (el rol del periodista profesional, auge y caída de los corresponsales, el tratamiento de las fuentes, la publicidad institucional). Todos estos elementos están presentes en la revisión, aunque cada uno de ellos podría ser el tema de un monográfico. Y la tendencia crece. Por esto no existe una respuesta corta a qué es o cómo se define la comunicación internacional en un entorno de globalización que ha multiplicado las fuentes, los promotores de información, así como las agendas transversales de acción política internacional.

En la última década, se han multiplicado los actores y las temáticas, por lo que se ha expandido el empleo de la comunicación como herramienta para influir en la agenda, reputar las causas (**Pamment, 2016b**), atraer el interés de la opinión pública y ejercer el poder. En el plano normativo se expresa en las tensiones entre secreto (diplomático y militar) e información (periodística, pública) y entre libertad de expresión (censura, humor, sátira) y discurso del odio (hostigamiento, negacionismo). El análisis sociológico indaga cómo se producen y se consumen los productos periodísticos y audiovisuales, cuyas audiencias comparten los mecanismos de distribución y adquisición, pero no los mismos patrones culturales o informativos. Se observa aquí la conformación de una audiencia global o bien la suma de audiencias locales que consumen productos globales, con más contenido similar pero menos canales de distribución, así como la percepción de los problemas globales y la cultura exterior (**Noya, 2012**). Esta cuestión de sociología del consumo informativo y audiovisual puede conducir hacia mensajes uniformizados o bien hacia nuevas estructuras informativas nacionales, aisladas del proceso de globalización (**Cheng; Golan; Kioussis, 2016**). En perspectiva comparada, la comunicación internacional facilita una mirada de aproximaciones teóricas que combinan lo local y lo global, sea en el estudio de las brechas entre norte y sur, la pluralidad informativa y audiovisual (**Valcke; Sukosd; Picard, 2015**), el auge de las diásporas digitales o la redefinición de la profesión periodística (**Hanitzsch et al., 2019**).

El análisis de las divisiones de la *International Communication Association (ICA)* confirma la dificultad del objeto disciplinar:

https://www.icaheadq.org/page/div_igs

Siguiendo la *ICA*, bajo la etiqueta de cambio social y global se agrupan los estudios de producción, distribución y recepción de contenidos cuya agenda es transformadora de la realidad. La comunicación intercultural es la rama que ofrece una salida intuitiva a la internacionalización. La economía política estudia las relaciones de poder, la titularidad de las empresas, el impacto de los conglomerados, las condiciones laborales de los periodistas y otros aspectos habituales en la estructura de la información. La sección de medio ambiente incluye cuestiones relacionadas con la salud, el riesgo y la ciencia, asuntos de naturaleza global y transversal. Conviene destacar que sí aparece un grupo

“ La comunicación internacional consiste en el proceso de creación, producción, distribución y recepción de mensajes en la arena internacional ”

de interés especializado, centrado en diplomacia pública, que se abre paso como disciplina a mitad de camino entre las relaciones internacionales y la comunicación estratégica. El paraguas semántico no acaba nunca, ya que cada una de las divisiones ofrece posibilidades para un estudio comparado.

Se ha definido el “efecto CNN” como el impacto de la televisión global en las decisiones de política internacional

Ante este panorama interdisciplinar y de creciente complejidad, en este trabajo la comunicación internacional consiste en el proceso de creación, producción, distribución y recepción de mensajes en la arena internacional. Su interés ha crecido de forma exponencial durante el proceso de globalización, que ha apalancado sobre la industria de la comunicación unos valores sociales, un sistema político y un orden económico dominantes. **Thussu** (2000) teoriza los grandes cambios en el modelo informativo y de entretenimiento con estudio de casos relevantes, como *MTV*, el imperio de Rupert Murdoch, *TV Globo* o *ESPN*. Se discute el “efecto CNN”, definido como el impacto de la televisión global en las decisiones de política internacional, cuyos efectos son irregulares y dependen del contexto político nacional, la opinión pública y la causa de la intervención militar o humanitaria. **Gilboa** (2005) concluye que no hay un acuerdo unánime.

Este enfoque es sustantivo en la comprensión de la comunicación internacional de la primera globalización (**Baylis; Smith; Owens**, 2014). Sin embargo, la gran recesión de 2008 inaugura una etapa novedosa calificada de “globalización política” que consiste en el auge de los países emergentes en la escena internacional (**Mishra**, 2017) y su discurso aislacionista, la gestión de la crisis económica, la aparición de conflictos bélicos de nuevo cuño, la popularización de las redes sociales, la aceptación del lenguaje de nación y frontera (Trump, Boris Johnson, Marine Le Pen, Viktor Orbán...), el modo populista (**Müller**, 2016), desinversiones, barreras artificiales al comercio y des-globalización empresarial (*The economist*, 2017; 2019; **Tanveer**, 2019), entre otros nuevos elementos en la escena que somete la globalización a juicio (*La vanguardia*, 2017). Por este motivo, se antoja necesario revisar el estado de la comunicación y los estudios internacionales con estos nuevos ingredientes.

2. Comunicación y estudios internacionales: la dimensión estratégica

La expansión de la comunicación internacional entronca con el proceso de interdependencia económica, la heterogeneidad de las fuentes de poder y la complejidad, que pone en jaque la concepción tradicional de poder y soberanía (**Price**, 2002). Cambian elementos sustanciales en los estudios internacionales: los poderes intermedios ganan peso en la estructura de poder (**Paris**, 2019; **Fernández-de-Losada**, 2019; **Rachman**, 2018; **Fels**, 2012), las guerras híbridas combinan la tradición militar con el uso intensivo de tecnologías de nuevo cuño como robots y drones para el conflicto, en un entorno de cambio climático que afecta al diseño de las operaciones (**Freedman**, 2019) y se incrementa la actividad comercial global con la mejora de los transportes, las tecnologías y las comunicaciones (**Baldwin**, 2016). Tras 1989, se expanden el multilateralismo, los tratados de libre comercio, la libre circulación de ideas, contenidos audiovisuales y mensajes a través de canales internacionales de comunicación, así como los actores capaces de influir en la opinión pública global. En este fenómeno, a menudo ignorado en los manuales de relaciones internacionales, es esencial la creación de un ethos global a través de la información internacional, bien sean televisiones y cabeceras globales, bien sean redes sociales (**Gilboa**, 2005).

La globalización de la comunicación afecta a los valores y las normas que fijan las rutinas y los procedimientos institucionalizados para la producción de paradigmas normativos y de conocimiento (**Sobrinho**, 2004; **Bauman**, 1998). Afecta a la producción, la distribución y el estudio de las audiencias en la medida en que la construcción de “internacional” se vincula a unas fuentes periodísticas y académicas delimitadas. El liderazgo anglosajón de la epistemología internacional es evidente, en sintonía con la propia construcción de la disciplina de las relaciones internacionales, ciencia social de matriz estadounidense (**Hoffmann**, 1977) y, desde luego, occidental (**Van-der-Pijl**, 2014). Como muestra, basta repasar el listado de referencias que acompaña el presente trabajo. Aun con el empeño de ampliar fuentes e idiomas, los autores, sean o no anglosajones, prefieren escribir en inglés para que sus ideas e investigaciones tengan alcance global. Esta condición ha sido estudiada por **Wiedemann y Meyen** (2016), quienes alertan de la confusión entre internacionalización con “americanización” en las instituciones académicas y en la construcción de las teorías de comunicación. **Agbobli** (2015) apunta que la innovación metodológica de la comunicación internacional exige romper con el paradigma de “americanización” para atender la complejidad de otras regiones del planeta.

El mercado global crea valor mediante la estandarización de productos y objetos de consumo, sean revistas, noticias o producciones audiovisuales

En lengua francesa, la comunicación internacional aporta autores de referencia, como **Mattelart** (1992), **Neveu** (2001), **Benhamou** (1996) o **Cabedoche** (2016). La diversidad cultural es una de las cuestiones recurrentes en la bibliografía académica no anglosajona. **Rasse** (2013) reúne un conjunto de ensayos para defender la necesidad de las políticas públicas de comunicación internacional, que defiendan la diversidad y la identidad, en clara respuesta a la tendencia americanizante de la lengua y los usos culturales e idiomáticos (**Jean**, 2016). Asimismo, los autores francófonos auxilian en la introducción de tendencias y análisis de la África subsahariana (**Agbobli**, 2014). Estos enfoques, como los de

América Latina, están infrarrepresentados en las grandes revistas. **Enghel y Becerra** (2018) reprochan que la teorización ha bebido en exceso de fuentes anglosajonas y ha creado pocas ideas novedosas y sustanciales al corpus general de la comunicación desde los países iberoamericanos. Esta cuestión es sorprendente en lengua alemana, cuyos autores principales prefieren vehicular sus investigaciones en inglés, como muestra la bibliografía. La escasez de autores en la revisión bibliográfica intensiva me lleva a seleccionar menos trabajos de los esperados. **Hartig** (2019) publica un manual didáctico, mientras que **Berghofer** (2017) vincula la comunicación internacional con aspectos teóricos y analíticos de las políticas de comunicación.

En el plano periodístico, la titularidad de las agencias de información que aún hoy vehiculan los mensajes y la agenda, el dominio de la información audiovisual a través de las grandes cadenas o la primacía de la lengua inglesa en redes sociales apunta hacia un modelo concreto de industria de la comunicación (**Chalaby**, 2016). Así, el mercado global crea valor mediante la estandarización de productos y objetos de consumo, sean revistas, noticias o producciones audiovisuales (**Chalaby; Esser**, 2017; **Surm**, 2019). La globalización informativa y audiovisual se sostiene sobre la estandarización acotada en un universo de productores y distribuidores oligopólicos. Sobre un catálogo extenso –pero no infinito–, el lector o el espectador elige.

En el ámbito periodístico, el ethos de este paradigma se asienta en la idea de objetividad y precisión (**Dahlgren**, 2009), así como en su contribución a la construcción de las sociedades democráticas (**Schudson**, 2018). **Esser y Neuberger** (2019) reflexionan sobre la función democrática de la prensa en un contexto de creciente digitalización e identifican una agenda de desafíos para el ejercicio de la profesión, tales como la llegada de nuevos actores de vigilancia de la actividad política (e.g. *Wikileaks*), los usos comunicativos de los movimientos sociales o la naturalización de la vigilancia masiva mediante uso de redes sociales y dispositivos móviles. Este cambio puede alterar el ethos periodístico.

La dimensión epistemológica del ethos sostiene el fundamento jurídico de la libertad de información y expresión, que encuentra acomodo en el sistema multilateral. Aparece en la *Declaración universal de derechos humanos*, el acervo comunitario, la profusa documentación de la *Unesco*, los textos de la *Corte Interamericana de Derechos Humanos*, las políticas de alfabetización mediática, las campañas de *Reporteros sin Fronteras* y tantas otras instituciones internacionales. Ahí se constituye el ideal del periodista internacional, corresponsal y enviado especial, que tiene una mirada abierta al mundo y que explica a las audiencias locales la causa y los efectos de los acontecimientos. El imaginario construye un profesional viajero y buen escritor de crónicas. Manuel Chaves Nogales, Sofía Casanova, Gerda Taro, Ilya Ehrenburg, George Orwell, Martha Philby, Indro Montanelli, Manuel Leguineche, Ryszard Kapucinski, Marie Colvin, James Nachtwey, Seymour Hersh, James W. Foley, Anna Politkovskaya, Christiane Amanpour o Svetlana Aleksievich son nombres recurrentes en el Olimpo periodístico.

En el plano del entretenimiento y publicitario, las economías de escala del comercio internacional de bienes y servicios audiovisuales promueven la circulación sin barreras de los estrenos de cine, los éxitos musicales, los formatos publicitarios o las estrellas deportivas. La cultura audiovisual vehicula la comunidad imaginada, ahora, de corte global gracias a las plataformas, los nuevos medios y otros dispositivos tecnológicos. La oferta y la demanda convergen gracias a recomendaciones, contenidos populares, campañas de publicidad, cultura de memes y un cierto filtro burbuja de gustos sobre qué es la producción audiovisual de calidad. El auge del consumo de series está en esta línea de consumo global y cultura popular (**Carpenter**, 2019).

“ La comunicación no está presente en la doctrina y el estudio convencional de las relaciones internacionales ”

A pesar de todos estos hitos, la comunicación no está presente en la doctrina y el estudio convencional de las relaciones internacionales. Ésta es la disciplina que examina la conducción de los asuntos y las relaciones entre actores en la esfera internacional. Los estudios se aterrizan en el análisis de la teoría y en la acción exterior, el conjunto de comportamientos, contactos e interacciones que los actores mantienen entre sí. Cuando se ordenan y priorizan las decisiones, se puede hablar de una política exterior, basada en las capacidades, deseos, necesidades y motivaciones de los actores. La institucionalización de la política exterior es pareja a la consolidación del Estado como actor racional unitario que despliega un catálogo de instrumentos para conseguir sus objetivos. A saber, la fuerza militar, las relaciones económicas, la cooperación internacional, el multilateralismo, por mencionar los más comunes. Cada una de estas acciones requiere el empleo de la comunicación internacional para la consecución de sus objetivos; no se trata, pues, de un elemento menor en la ejecución de la acción exterior, si bien su estudio no ha sido uno de los espacios principales de la comunicación ni la ciencia política. Las primeras referencias se sitúan en los años sesenta y setenta del año pasado, cuando la comunicación internacional se institucionaliza como un subcampo de las relaciones internacionales (*The American University*, 1989).

En teoría, el Estado es la institución legitimada para la acción exterior, si bien en la práctica se han multiplicado los actores que participan en el diseño, la producción y la ejecución de las decisiones internacionales (**Melissen**, 2005). Así, los ministerios de asuntos o relaciones exteriores transmitían los mensajes con cierta autoridad no discutida. Sin embargo, la crisis (**Cassidy; Manor**, 2016) y la incertidumbre (**Boulton; Allen; Bowman**, 2015) han transformado la esfera comunicativa pública.

“ La crisis y la incertidumbre han transformado la esfera comunicativa pública ”

Ciudades, corporaciones, entidades subestatales, organizaciones internacionales, asociaciones cívicas o movimientos sociales participan con regularidad en la esfera global con y sin atribución expresa y acorde al derecho internacional. Un análisis somero de las actividades internacionales de este listado demuestra que emplean la comunicación para conseguir sus objetivos, ante la escasez de instrumentos legales que facilitan otro tipo de actuación. La diplomacia pública, las conferencias o el activismo digital son una muestra de esta afirmación.

La perspectiva comunicativa de los estudios internacionales cambia cuando se amplía la conceptualización del poder y se entiende su dimensión estratégica. A la manera de **Hirschman** (1945, 2006), la comunicación contribuye a la creación de poder e influencia, como parte de la estrategia de protección de los intereses nacionales, a la misma altura que el comercio exterior o la defensa. La dimensión estratégica se alcanza cuando los gobiernos deciden cómo se emplean los recursos (tiempo, dinero y personal), se crean y disponen los mecanismos y procedimientos de trabajo (tribunales, planes, acuerdos comerciales) y, lo más relevante, se promueven valores políticos (participación en una organización internacional como la OTAN o un proyecto como la Ruta de la seda), económicos (marca país) o internos (acciones de autoconsumo de líderes de naciones sin Estado para internacionalizar su causa). Así, la comunicación conduce la política y el comercio internacional, vertebrada la identidad, promueve los intereses nacionales, se alinea con los objetivos del poder. Con **Krugman** (1986), la condición estratégica significa la adquisición de una ventaja competitiva en la esfera global que genera retornos en términos políticos o económicos.

“ La comunicación contribuye a la creación de poder e influencia, como parte de la estrategia de protección de los intereses nacionales, a la misma altura que el comercio exterior o la defensa ”

Fuera de este marco, una revisión sistematizada de la bibliografía revela que la comunicación aparece de modo tangencial o vinculada a fenómenos particulares, más a título de anécdota (véase el error de Schabowski² en **Großman**, 2013) que de eje a través del cual se vehiculan los mensajes para configurar la opinión pública. Pocos autores han valorado el impacto de la transformación de los medios de comunicación en la configuración de la arena internacional. Hay excepciones notables: **Nicholson** (1935) inaugura el estudio de los efectos de la aparición de la opinión pública en la diplomacia británica. **Carr** (1939) señala que el poder internacional se compone de elementos militares, económicos y de opinión pública. **Deutsch** (1953; 1978) es el primero que integra la comunicación de forma sistemática en sus análisis de construcción del nacionalismo y la comunidad política o de la realidad internacional. Para **Strange** (1988), la comunicación es el mecanismo para ejercer el poder relacional y el elemento vertebrador del poder estructural. Para **Krasner** (1991), la comunicación pública internacional sirve a los intereses de aquellos que pueden determinar las normas y los actores, esto es, aporta una interpretación legitimadora de la acción exterior. Krasner explica el poder de la comunicación en cuatro aspectos:

“conjuntos de principios, normas, reglas y procedimientos de toma de decisiones implícitos o explícitos en torno a los cuales las expectativas de los actores convergen en un área determinada de las relaciones internacionales. Los principios son creencias de hecho, causalidad y rectitud. Las normas son estándares de comportamiento definidos en términos de derechos y obligaciones. Las reglas son prescripciones específicas o proscripciones para la acción. Los procedimientos de toma de decisiones son prácticas predominantes para tomar e implementar la elección colectiva (**Krasner**, 1983, p. 185).

Se trata de un planteamiento similar al elaborado por Keohane y Nye, que definen los regímenes políticos como

“redes de reglas, normas y procedimientos que regularizan el comportamiento y controlan sus efectos” (**Keohane**; **Nye**, 1977, p. 19).

Las ideas políticas configuran distintos regímenes de conocimiento y expresión, que facilitan el modo de organización de la política exterior, las relaciones entre periodistas y diplomáticos y la capacidad de influencia de otros actores (**Campbell**; **Pedersen**, 2014).

La comunicación internacional es sustantiva a las relaciones culturales (**Ardnt**, 2006; **Rivera**, 2015), la transformación de los valores y las normas globales de la “democracia cosmopolita” (**Norris**; **Inglehart**, 2009), la estructura de la información internacional (**Jarren**; **Künzler**; **Puppis**, 2019), la libertad de expresión y la censura (**Molnar**, 2015), la acción de las organizaciones no gubernamentales (**Powers**, 2016), la audiovisualización de los acontecimientos (**Dayan**; **Katz**, 1994), los grandes eventos deportivos (**Xifra**, 2009; **Samuel-Azran**, 2013) o la globalización de la publicidad política (**Strömbäck**; **Kiousis**, 2011), las marcas y los patrones de consumo (**Manfredi-Sánchez**, 2019). La comunicación internacional, pues, no es solo la CNN o Hollywood, aunque estas dos marcas comerciales hayan asentado los principios de la información periodística y el entretenimiento audiovisual en el siglo XX.

“ CNN y Hollywood han asentado los principios de la información periodística y el entretenimiento audiovisual en el siglo XX ”

La comunicación internacional es la piedra de toque en la construcción del poder y en la gestión de la influencia ante la audiencia internacional. La seducción o la atracción hacia los intereses de un país combina los hechos veraces (flujos de comercio, política de vecindad, relaciones consulares) con los deseos o las aspiraciones de la audiencia (una vida mejor,

un país de libertad, más seguridad en las calles, menos extranjeros en los servicios sociales). El aspecto emocional o prepolítico de la atracción ordena la interpretación que la audiencia hace de la política exterior de un país. Es el poder de las ideas que explicita Alleyne como

“el poder de cierto tipo de información, y es distinto del poder de la comunicación que se refiere a los medios de comunicación a través de los cuales se difunden estas ideas y otro tipo de información” (Alleyne, 1995, p. 15).

En síntesis, el interés académico y profesional por la comunicación internacional encuentra acomodo en un análisis amplio de las estructuras de poder, esto es, la capacidad relacional de influir sobre el conocimiento, el juicio y el comportamiento de individuos e instituciones. Las políticas de comunicación, el diseño de las instituciones y el marco legal, la promoción del libre intercambio de ideas y opiniones, el uso de la fuerza, la propia definición de propaganda o la injerencia en la comunicación electoral o el futuro de una red neutral aparecen en el horizonte.

3. Comunicación internacional y configuración del poder

El poder es un concepto polisémico, que se define como la capacidad de influir y modificar el entorno mediante una acción o una decisión. En el ámbito de la política, se relaciona con la agenda temática, el *framing* y el *priming* o la espiral del silencio. Entman resume los aspectos clave en su definición canónica:

“los intentos organizados de un presidente y su aparato de política exterior para ejercer el mayor control posible sobre la formulación de la política estadounidense en los medios extranjeros” (Entman, 2008, p. 89).

En la empresa recibe otras denominaciones: relaciones institucionales, asuntos públicos, capital político, responsabilidad social, marketing social y diplomacia corporativa, por mencionar los más conocidos. En el plano internacional la acción comunicativa se justifica por la naturaleza política de la gestión y la dirección de las compañías globales: la reputación y la legitimidad son fuentes de ventaja competitiva (Scherer; Palazzo, 2011; Den-Hond *et al.*, 2014). Así, cada disciplina trata de acotar el modo en que se ejerce la influencia, cómo se crea la legitimidad del poder, cómo actúa el contrapoder y qué rol desempeñan los poderes públicos y privados. Hoy estas decisiones tienen escala internacional.

La comunicación es la espina dorsal porque aspira a impactar en el otro. Abarca la expresión simbólica, formal o gráfica, de modo que convierte las abstracciones informativas en manifestaciones concretas, ajustadas a unos criterios culturales comunes. Por acción o por omisión, solo acontece cuando hay un “otro” a quien afecta la circulación de los mensajes informativos. Organiza la difusión de los mensajes, establece un tipo de relación entre los actores públicos y privados, limita o amplía los derechos individuales relacionados con la información y, favorece unos modelos propagandísticos, entre otras cualidades. La propaganda, aquí, se entiende como el proceso que aspira a cambiar e influir en los comportamientos políticos. Al margen del ámbito periodístico, la ficción facilita el entretenimiento, la experiencia o la participación. El cine, la bibliografía (Salman Rushdie o Houellebecq), el teatro, los videojuegos (Wills, 2019), los programas de televisión o los contenidos para dispositivos móviles son instrumentos sensibles a la acción internacional. La “televisión geopolítica” es aquella que crea una ficción que engancha con temas y escenarios internacionales, construye mundos políticos verosímiles y plantea la cuestión de la identidad de un “ellos” contra “nosotros” (Saunders, 2019). Este marco de análisis es relevante porque la cultura popular audiovisual se ha convertido en uno de los mecanismos definidores de la realidad. Ahora con *Homeland*, *Narcos*, *Okkupert*, *Years and Years* o *Marseille* y antes con el cine político de Polanski, Pilar Miró o Costa-Gavras, la audiencia consume ideas y propuestas políticas que explican desde la ficción las relaciones de poder y las tensiones entre el interés nacional y el individual. Tales ficciones son veraces, aunque se asienten en el territorio de la invención, por lo que la audiencia termina por asumir sus postulados como interpretaciones cercanas a lo que sucede en el mundo.

La comunicación satisface el orden de convivencia, las normas de conducta y las instituciones, con distintos modelos según la tradición y la geografía política (Hallin; Mancini, 2004). Construye el sistema político, legal y administrativo a través de la definición del alcance de los derechos individuales (e.g. libertad de expresión) y el orden internacional (e.g. convenios de protección de derechos). La unidad mínima se disemina a través de canales ordenados (BOE, entrevistas, notas de prensa, web institucional) o desordenados (declaraciones no oficiales, propaganda, redes sociales, conferencias) que influyen en la construcción de los asuntos internacionales. En particular, la diplomacia conforma un área que ha institucionalizado el uso intensivo de la información para la consecución de sus objetivos porque *pacta sunt servanda*. El valor de la palabra escrita reside en la fijación de los puntos de acuerdo o desacuerdo. Los mecanismos son diversos: los tratados, los acuerdos, las firmas internacionales, pero también las declaraciones, los sistemas de consultas, los acuerdos no normativos y –más recientemente– los tuits o los vídeos para el universo digital. Sea como fuera el soporte, se reconoce la importancia de establecer los fundamentos de los compromisos en documentos que se transmiten y comparten.

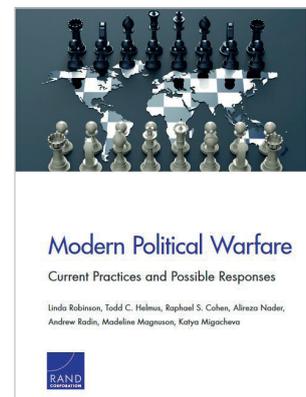
Sin embargo, la disonancia entre la realidad actual (globalización, digitalización, crisis de soberanía, entre otras claves) y el curso del derecho internacional público apunta hacia la necesidad de examinar estas estrategias de comunicación, así como la actividad informativa y las relaciones entre estados y medios comunicación como parte del proceso mismo de redefinición de la soberanía y la capacidad de acción de los actores internacionales, la producción social del conocimiento y la gestión de los conflictos, esto es, la esencia misma del poder. Así, se han articulado cuatro interpretaciones sobre la relación entre comunicación y poder que sirven a este artículo de revisión para explicar los fundamentos epistemológicos y organizar las principales teorías de la disciplina. Así, enunciaremos los cuatro ejes de análisis: el poder duro, el blando, el punzante y la narrativa estratégica. Veamos cada uno de ellos.

3.1. El poder duro: el realismo comunicativo

El realismo es la doctrina dominante en relaciones internacionales. Sostiene que el Estado es la única institución que puede garantizar la estabilidad y el orden en un entorno de anarquía. Por eso, la soberanía es un valor inexorable, resultado de una comunidad política independiente que actúa como única autoridad sobre el territorio. El prisma de poder, fuerza o dominación justifica las decisiones que se toman en el seno del Estado, que compite de forma racional con otros Estados por estabilizar el sistema. Se corresponde con una visión estática de la realidad internacional, basada en la geografía política que rechaza las capacidades reales de acción de otros actores o de la cooperación institucionalizada.

Este modelo de sistema internacional opera sobre el manejo del poder duro, que es la expresión del realismo comunicativo. Consiste en el uso de la fuerza militar y los activos económicos con el objetivo intencionado de afectar la conducta de un actor en la escena internacional. Está en línea con la doctrina realista y la defensa del interés nacional en un entorno de anarquía estructural. Así, la comunicación es la continuación de otras herramientas de poder, como el comercio, las sanciones o la coerción. Se emplea para imponer marcos de comprensión de la realidad y significados (Qin, 2015; Drezner, 2017), legitimar causas a través de la orquestación de campañas de información y propaganda (Audinnet, 2017) y atraer segmentos de población a través de celebridades y el entretenimiento (Quessard-Salvaing, 2018). Otras nomenclaturas posteriores a 1945 como operaciones psicológicas o consenso manufacturado (Herman; Chomsky, 1988) han quedado atrás, no así sus objetivos (Chesney; Citron, 2019).

La retórica bélica se ha instalado en el uso de la comunicación como instrumento para la influencia, en sintonía con una interpretación dura del poder. Se ha instalado en la bibliografía y en la acción política la idea “armamentización de todo” (Mousavizadeh, 2015) y la “guerra política”. El informe de *Rand Corporation* (Robinson et al., 2018) retoma la expresión del diplomático George F. Kennan para referirse a la ampliación del rango de actividades de poder e influencia que se dan en las intervenciones internacionales. La diplomacia, las relaciones económicas y la estrategia militar se apoyan en acciones de información, propaganda, ayuda a la resistencia y diplomacia pública. La comunicación internacional se integra en el cuadro de mando, con iniciativas específicas para modificar conductas y estados de opinión pública. La comunicación pasa, pues, de ser de carácter instrumental para convertirse en un elemento estratégico, diferenciador en las operaciones internacionales en tiempos de paz (injerencia rusa en las elecciones EUA) y en aquellas de naturaleza bélicas (*Estado islámico, Al Qaeda, Boko Haram*).



ISBN: 978 0 8330 9707 1

En segundo lugar, el poder político influye en la estructura y la organización de las tecnologías, con una producción normativa adaptada a las particularidades de cada país o sistema. Se practica con la defensa del Estado ante los ataques exteriores, reales o simulados, que justifican el control sobre las formas de expresión e información. La erosión de las fronteras, además, dificulta afrontar el problema con garantías:

“La desinformación no es una amenaza que viene del exterior. Es ya una realidad interior. Es la consecuencia, no la causa, de la transformación de la esfera pública europea; de unas fronteras cada vez más difusas entre hechos y opiniones; entre la capacidad disruptiva del exterior y el poder de amplificación de los actores internos” (Colomina, 2019, p. 44).

Los sistemas no liberales presionan sobre la libertad en Internet y persiguen la disidencia digital (Mackinnon, 2013). En cambio, en las sociedades abiertas, la presión se ejerce mediante la regulación, los límites al pluralismo empresarial, el bloqueo al derecho al acceso a la información pública, o la defensa de una idea de “buen gusto” o “blasfemia”, de modo que se interfiere en la actividad profesional. El estudio de Bennett y Naim (2015) identifica numerosas prácticas de censura presentes tanto en países dictatoriales como democráticos (Garton-Ash, 2016; Parcu, 2019).

Está por determinar cómo las prácticas de poder duro conformarán el sistema informativo digital, así como las plataformas, la inteligencia artificial o el control de las bases de datos, entre otros elementos de las políticas públicas de comunicación (Picard; Pickard, 2017). Frente a un modelo histórico de recogida de datos para cuestiones de titularidad pública, se ha disparado el número y el rango de actores privados que capturan, organizan y comercializan datos a terceros. Este aspecto afecta a la protección de la libertad de expresión, ya que pende de intereses privados aspectos tan sensibles como la privacidad, la censura o el discurso del odio (Toscano-Méndez, 2017). En otro orden, el poder duro puede emplear esta información para influir en los comportamientos, las preferencias, la orientación y la práctica sexual o la expresión de emociones políticas (Arias-Maldonado, 2016). El uso de los datos para la publicidad política para promover una causa o deslegitimar la contraria está a la orden del día (Pasquale, 2015). La propia captura y sistematización de la recogida responde a un patrón político predefinido que se concreta en la definición de qué es público o privado, qué se puede comercializar o explotar en iniciativas empresariales. La condición política de los datos responde a prácticas sociales, decisiones políticas y asignación de recursos de acuerdo con prioridades políticas (Green, 2018). Con titularidad pública o privada, con monopolio o duopolio, la institucionalización de los datos masivos (*big data*) demuestra que existe una relación inexorable y que podemos hablar de “data politics” (Ruppert; Isin; Bigo, 2017). La política, los datos, la privacidad y la comunicación representan un continuo en el manejo del poder.

Interesa, en último término, cómo el poder duro utilizará las plataformas y los intermediarios en los procesos de control de la comunicación en la medida en que reestructura el entorno (Nielsen; Ganter, 2018). El sistema europeo defiende una protección extensiva de los derechos individuales y un modelo de operadores incumbentes, a modo de gigantes locales, los campeones europeos. La propuesta estadounidense se sostiene sobre una lógica de mercado y fortaleza de las ideas. Los derechos se protegerán a posteriori, si se da una vulneración. El ideal chino utiliza la exposición pública de datos para el control del comportamiento y las actitudes públicas, dirige la innovación desde el Estado y encuadra la comunicación internacional dentro del marco de la seguridad y la promoción de bienestar social (Kostka, 2019). A este punto se le suman dos dudas: ¿Podrá un país liderar como hiperpotencia la protección de los derechos fundamentales en la red en un escenario de multipolaridad creciente? Y ¿podrá un país liderar la industria informativa y audiovisual, como en la era dorada de Hollywood y las agencias de información en un entorno de audiencias fragmentadas y canales de distribución desagregados?

En el ámbito audiovisual, la multiplicación de los mensajes, las herramientas, las industrias de la comunicación y las audiencias contribuye a los problemas contemporáneos de identidad nacional. Los gobiernos nacionalistas y populistas maniobran para capturar el territorio perdido en la industria audiovisual, tanto en ficción como en servicios informativos. La actitud pasiva de recepción de contenido a bajo coste define los mercados, los canales y los consumos de la audiencia. El mercado interior –de los Estados– se ha debilitado porque la regulación y los consumidores se han organizado en otra escala, bien sea la propia de la Unión Europea o bien aquella de inspiración norteamericana, que aspira a ser el estándar global y financia su producción internacional (Murschetz; Teichmann; Karmassin, 2018). China ha apostado por la globalización de su producción audiovisual mediante la promoción intensiva de películas, autores y directores en cines y plataformas. Así, se explica la apuesta de Amazon Prime por llevar a la pantalla “El problema de los tres cuerpos”, novela homónima de Liu Cixin y que será la producción más cara de la historia. Con 1.000 millones de dólares de presupuesto duplica a su inmediato seguidor, la serie de “El señor de los anillos”. “La tierra errante” –del mismo autor– está disponible en Netflix; se trata de una cinta de ciencia ficción que explica el rol de China en el futuro amenazado de la humanidad. Hollywood o el cine europeo ya no están solos en la carrera por la industria audiovisual, cuya cadena de valor “se caracteriza desde los años noventa por el crecimiento rápido y sincronizado de las redes y formatos de televisiones, conceptos que de espectáculo audiovisual que son licenciados/adaptados para el público local” (Chalaby, 2016, p. 35).

El resto de los países emergentes copian esta segunda estrategia, de modo que las nuevas fronteras no se asientan sobre geografía política, sino sobre bloques de orientación ideológica informativa con sus propios controles, barreras y normas. El ejemplo más visual es la Ley orgánica de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (LOPD-GDD) que ejecuta el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) frente los gigantes tecnológicos de capital estadounidense. El debate sobre el impacto de Facebook y otras compañías en el referendo del Brexit, las campañas al Parlamento Europeo en 2019 y otras actividades políticas contribuyó a sensibilizar a los ciudadanos europeos ante el fenómeno de control y vigilancia por parte de las redes sociales.

La ficción y el entretenimiento sirven, en otro orden, para la consolidación de nuevos mercados audiovisuales para combatir una interpretación del mundo. Así se eleva a categoría de información audiovisual “nuestra verdad” frente a las noticias falsas que proceden de actores periodísticos internacionales (Yablokov, 2015). Esta división favorece la expansión de productos audiovisuales en mercados grandes, pero desabastecidos por la producción informativa anglosajona, como la Comunidad de Estados Independientes en la órbita de Rusia. En otros casos, el populismo alimenta una suerte de “autoritarismo informativo” (Guriev; Triesman, 2018) que controla los mensajes, los titulares de las empresas y el estándar de calidad profesional. La orientación económica de la información reduce el interés por las cuestiones políticas, de apertura y democracia, de modo que este autoritarismo refleja liderazgos fuertes que dan resultados económicos (crecimiento, exportaciones, empleo) sin otros matices de liberalismo político.

En suma, el realismo comunicativo aspira a controlar los mensajes y los canales de modo que se premie una interpretación de la globalización acorde con los intereses del Estado promotor. Esta realidad no es ajena a la intervención comunicativa en sintonía con otros intereses nacionales, por lo que se instrumentalizan las herramientas usuales (contenidos, televisiones, mercados audiovisuales, informaciones periodísticas, suscripciones) para conseguir el objetivo estratégico declarado.

3.2. El poder blando: atracción, seducción y legitimación

El relato de la sociedad global, de origen westfaliano, que ordena el sistema internacional y favorece la creación de largos periodos de estabilidad opera en un marco de fronteras estables y control interno. Pero dicho mito (Oslander, 2001) ha encontrado sucesivos escollos que han conducido a su colapso (Ikenberry, 2011; Duncombe; Dunne, 2018) o fallo masivo (Strange, 1999). La comunicación ha contribuido a la disolución de las fronteras mediante la expansión de contenidos que homogeneizan el consumo informativo y de entretenimiento, de modo que se globalizan las biografías y se comparten valores a escala mundial. Steensen y Ahva explican la disolución de las fronteras no solo geográficas, sino también en las propias estructuras informativas:

“entre estados nacionales; mercados nacionales; lo local y lo global; lo público y lo privado; comunicación masiva y comunicación interactiva; profesionales y aficionados; producción y consumo; y profesiones, por nombrar algunas” (Steensen; Ahva, 2015, p. 4).

Para Aznar-Fernández-Montesinos, el contexto internacional actual es complejo:

“un área gris entre la paz y la guerra, entre lo interno y lo externo, los negocios y la política, lo civil y lo militar o lo nacional y lo multinacional. Y las fronteras se desplazan a conveniencia entre lo público y lo privado, la privacidad y la vigilancia, la libertad y el control, lo nacional y lo transnacional... con toda la inestabilidad e inseguridad que ello trae consigo” (Aznar-Fernández-Montesinos, 2019, p. 132).

En perspectiva teórica, se consolida la teoría de la interdependencia compleja (Orsini *et al.*, 2019). Un país es a un tiempo proveedor energético, comprador de armas, valedor de prácticas contrarias a los derechos humanos, adversario por el comercio y colaborador en la lucha contra el terrorismo global. Esta contradicción genera disfunciones en la gestión de muros y fronteras. En comunicación internacional, contiene multitud de elementos: las telecomunicaciones, las redes y las plataformas; la protección de la propiedad intelectual y, ahora, también de intangibles como los algoritmos o las marcas; la delimitación de los mercados; el audiovisual y la industria cultural; el sistema de medios y la profesión periodística; o la regulación de la protección de datos y la publicidad. Por este motivo, se buscan nuevas articulaciones teóricas que permitan ejercer poder e influencia sin herramientas coercitivas. Ahí aparece la construcción teórica elaborada por Nye (1990; 2004), quien apunta que la capacidad para tejer alianzas, atraer el interés de los públicos internacionales, compartir agendas y promover el entendimiento mutuo es una estrategia acertada para el ejercicio del poder. Los intercambios se producen en el terreno mediático, los intercambios educativos y culturales, así como las relaciones comerciales y de negocio. Haass apunta que el este mecanismo apunta el liderazgo global a través de las ideas y la cultura:

“La influencia de los Estados Unidos reflejaría el atractivo de la cultura estadounidense, la fuerza de la economía estadounidense y el atractivo de las normas que se promueven. La coerción y el uso de la fuerza normalmente serían una opción secundaria” (Haass, 1999, p. 41).

El poder blando emerge en este contexto. Consiste en la capacidad de organizar la agenda política de acuerdo con las preferencias políticas de modo que se influye en los individuos, la sociedad civil, los distintos niveles de gobierno y las organizaciones internacionales. Esta interpretación del poder se sustenta sobre los valores, la cultura y los intangibles que fortalecen una posición y facilitan la ejecución de proyectos internacionales.

La nueva aproximación al poder se produce tras la caída del Muro de Berlín y la progresiva reducción de los conflictos armados. Sin necesidad de imponer la fuerza (nuclear), Estados Unidos revisa su estrategia de intervención y acción exterior con acento en la creación de capacidades adaptadas a un mundo en el que es la fuerza hegemónica (Cull, 2012). La cultura, los valores y las políticas públicas se sitúan como elementos de la acción exterior con el ánimo de persuadir, influir, moldear los comportamientos o presionar a los gobiernos extranjeros. El catálogo de instrumentos es amplio: la intensificación de las relaciones culturales, los acuerdos para el intercambio de estudiantes, las emisiones internacionales de contenido audiovisual, los acontecimientos culturales, el deporte global, la cooperación al desarrollo, el turismo o la misma doctrina de derechos humanos (Rieff, 2003; Ignatieff, 2001) ofrecen nuevas vías para la influencia exterior, sin necesidad de violentar el orden político. Abunda en la teoría clásica de Keohane y Nye (1977) sobre la interdependencia en el ejercicio del poder. Estas tesis suponen un avance en las propias de Putnam (1988) y su trabajo sobre la lógica del doble juego entre los acontecimientos nacionales y los internacionales, revisada por Bjola y Manor (2018) para estudiar el caso del acuerdo nuclear con Irán. La orientación hacia la audiencia, y no hacia los gobiernos, es paralela a la popularización de internet como fuente de información global (Servaes, 2013).

La ejecución del poder blando se produce mediante la diplomacia pública. Se define como la gestión de la comunicación política internacional con arreglo a unos intereses de acción y política exterior. Tiene como objetivo el ejercicio de la influencia por parte de una entidad sobre un público extranjero mediante el desarrollo de estrategias de comunicación, que incluyen los programas educativos, informativos y de entretenimiento (Manfredi, 2011). La noción primigenia se centra en la actividad del Estado (Gilboa, 2016), mientras que la realidad ha demostrado que es una práctica habitual por parte de todos los actores de la esfera global (Melissen, 2005).

Esta definición amplia permite analizar la gestión de la imagen exterior, el uso de los intangibles y el uso de instrumentos de comunicación y cultura para promover un proyecto político a escala internacional. Cull (2019) divide el catálogo de acciones en cinco: la escucha activa, la promoción de los intereses, la diplomacia cultural, los intercambios y los programas educativos y las emisiones audiovisuales internacionales. Hay multitud de ejemplos en la bibliografía académica (Grincheva, 2019) y en prensa. Arabia Saudí ha creado “Jeddah Season”, festival internacional de música y teatro. Catar ha impulsado su Museo Nacional, del arquitecto Jean Nouvel, como obra arquitectónica y como contenedor de piezas de primer nivel. Abu Dhabi ha abierto una sede del Louvre parisino. La ciudad de Málaga ha creado un polo de atracción en torno a las colecciones y los museos, lo que le ha permitido diversificar su oferta turística. El fondo estatal del *Hermitage* ruso ha abierto salas en Amsterdam y prevé hacerlo en Barcelona en 2022. Cataluña se esfuerza por reforzar el carácter internacional de su cultura (De-San-Eugenio-Vela; Xifra, 2014). En la última época, el liderazgo público de los políticos ha recobrado el interés de la comunidad académica (Aznar-Fernández-Montesinos, 2018). La oratoria del presidente Barack Obama, los discursos de Michel Barnier ante el *Parlamento Europeo*, la gesticulación de Angela Merkel o el carisma de Cristina Fernández de Kichner o Pepe Múgica se utilizan para persuadir, emocionar o liderar causas. El manejo de *Twitter* ha acelerado esta tendencia de diplomacia pública y poder internacional en tiempo real (Seib, 2012b). El ejemplo

se ha extendido y otros líderes políticos han empleado estas mismas técnicas para la consecución de sus objetivos, con Donald Trump como arquetipo del tiempo populista de la globalización (**Bødker; Anderson**, 2019).

Sin embargo, el propio desarrollo de la actividad diplomática pública en cierta confusión teórica, conceptual y metodológica (**Ingenhoff et al.**, 2018; **Labarca**, 2017). El desorden ha derivado en la gestión de la marca país como una sucesión de eslóganes vacíos (**Pamment**, 2016a). Este modelo de gestión obsesiva puede conducir a que

“el foco en la reputación de un país sea un obstáculo para otros instrumentos de la diplomacia” (**Cull**, 2019, p. 139).

La diplomacia pública, como expresión del poder blando, se caracteriza por vehicular los intereses de distintos actores a través de alianzas público-privadas, organizaciones internacionales sin ánimo de lucro, diásporas, programas educativos y otros instrumentos abiertos a terceros. Cull concluye que estas operaciones de comunicación global identifican objetivos comunes, como la Agenda 2030 o la lucha contra el cambio climático, por lo que la “obsesión con las marcas nacionales” (**Cull**, 2019, p. 161) desvirtúa muchos de los modelos actuales de gestión publicitaria de la imagen exterior de los países. Esta interpretación del bien común es dinámica, propia de los desafíos internacionales, que implican la participación de gobiernos subestatales, empresas o ciudades con mecanismos entre periodísticos, publicitarios y políticos (**Barber**, 2017; **Macnamara**, 2014; **La-Porte**, 2012; **Zeraoui; Castillo-Villar**, 2016). Así se explica que otras iniciativas sean mixtas: el *Hay Festival*, las oficinas para la promoción de rodajes (*film commissions*), el *Camino de Santiago*, la *Municipal Alliance for Peace in the Middle East* o la *United Council and Local Governments* y otros tantos proyectos y acciones.

La articulación teórica del poder blando no significa el final del uso de la fuerza militar o la presión económica, sino el desarrollo de otros instrumentos entre los que destaca la comunicación como motor para cambiar las percepciones, los juicios y los comportamientos de las audiencias internacionales. Esta combinación recibe la denominación de poder inteligente:

“El poder inteligente significa desarrollar una estrategia integrada, una base de recursos y un kit de herramientas para lograr los objetivos estadounidenses, aprovechando tanto el poder duro como el blando” (**Armitage; Nye**, 2007, p. 7),

porque

“el poder blando rara vez es suficiente por sí solo” (**Nye**, 2018).

Nye concluye que

“El poder inteligente es la combinación del poder duro de la coerción y el pago con el poder blando de la persuasión y la atracción” (**Nye**, 2011, p. xiii).

El interés por esta corriente integradora se alinea con la crisis del Estado como unidad prioritaria de análisis en relaciones internacionales (**Jordán**, 2018). **Curtis y Acuto** (2018), **Bjola y Holmes** (2015), **Manor** (2019) y, sobre todo, **Slaughter** (2004; 2017) teorizan sobre la redistribución del poder y sus consecuencias epistemológicas. Owen enfatiza la transformación digital en la crisis del Estado:

“Los estados como la unidad principal del sistema internacional están siendo desafiados por el poder y la legitimidad por una amplia gama de nuevos individuos, grupos y redes ad hoc, todos empoderados por la tecnología digital” (**Owen**, 2015, pp. 209-210).

En palabras de Slaughter, el nuevo orden

“es un mapa no de separación, que marca los límites del poder soberano, pero de conexión, de densidad e intensidad de los lazos a través de los límites” (**Slaughter**, 2017, p. 7).

Der-Derian anuncia la transformación radical que subyace:

“a diferencia de los anteriores desarrollos en transporte, comunicación e información, la innovación virtual se conduce más por el software y que por el hardware, se ejecuta antes por redes que por agentes, lo que supone una adaptación (y una mutación) más fácil y más rápida” (**Der-Derian**, 2000, p. 772).

En la medida en que las redes dificultan la consolidación de actores hegemónicos, el poder inteligente requiere innovación en la gobernanza internacional. En asuntos diplomáticos, **Cornago** (2013) considera que la pluralidad de los actores e intereses requiere instrumentos y acuerdos abiertos, resultado de instrumentos blandos y duros.

En síntesis, el rol de la comunicación pública en la ejecución de las estrategias de poder blando se ha convertido en uno de los elementos más dinámicos de la acción exterior de los actores internacionales y de los estudios académicos. Su versatilidad, velocidad y prestigio confluyen en una actividad atractiva para el ejercicio del poder comunicativo.

3.3. El poder punzante: la influencia deshonesto

El tercer concepto es el denominado poder punzante, que **Nye** (2018) define como el uso de información deshonesto con fines hostiles por parte de un Estado o de alguno de sus agentes. El paraguas semántico del poder punzante se refiere a las operaciones de influencia a cargo de estados autoritarios con tres indicadores de actividad

“la intencionalidad (desestabilizar o socavar la moral del adversario, en lugar de informar o de proyectar la propia cultura), los medios (la mentira o la tergiversación) y la ausencia de publicidad (el carácter subrepticio u oculto)” (López-Aranda, 2019, p. 24).

La trazabilidad de la información aparece como unas de las claves para distinguir el poder punzante, cuyas tácticas son de corto plazo (un proceso electoral, una campaña de propaganda, un acto político) y no tanto de largo alcance (reputación o marca país). Encuentra sustento previo en la antidiplomacia (Der-Derian, 1987), cuyo comportamiento explica la actitud de algunos actores internacionales. Son prácticas profesionales que desafían la autoridad, crean un nuevo lenguaje, promueve nuevos valores en las antípodas del orden liberal wilsoniano. La sociedad digital crea nuevas oportunidades para la innovación diplomática y la irrupción de actores al margen de los estados y las organizaciones internacionales creadas por éstos (Der-Derian, 2009).

Es una actividad asociada a la intervención de Rusia y China en la esfera internacional mediante técnicas que persiguen atacar los valores y los principios de las sociedades abiertas, así como sus mecanismos y procedimientos electorales (Walker; Ludwig, 2017; Tworek, 2019). Cardenal *et al.* (2017) han presentado cuatro casos concretos de intervención en Perú, Argentina, Eslovaquia y Polonia con un repertorio amplio de acciones de influencia e injerencia en procesos electorales y conformación de la opinión pública.

En Rusia, el antecedente se encuentra en la propia comunicación internacional de la URSS. Las denominadas “medidas activas” eran

“la propaganda, la provocación, la manipulación de los medios de comunicación extranjeros, la infiltración de agentes, las operaciones paramilitares encubiertas o una kombinatsiya” (Aznar-Fernández-Montesinos, 2019, p. 140).

La actualización de dicha idea se ha popularizado de modo impreciso bajo la etiqueta “doctrina Gerasimov” como un agregado de ciberguerra, ciberinteligencia, desinformación y propaganda, una suerte de “área gris” de información, operaciones militares y acción de baja intensidad (Baqués, 2017).

La bibliografía académica ha sido más crítica con la estrategia china, que a menudo se ha identificado con una “charm offensive” (Kurlantzick, 2007) que oculta las intenciones del país y que tiene a los *Institutos Confucio* en el punto de mira. Sahlins (2015) les denomina “academic malware” y McCord (2014) considera que son una amenaza a la libertad académica. El informe elaborado por *National Endowment for Democracy* (2017) detalla las prácticas chinas en varios países, sobre todo, en América Latina y Europa del Este: periódicos, medios de comunicación, becas de estudio, think tanks o soporte tecnológico se utilizan para apalancar la presencia y la reputación del gigante asiático.

El poder punzante emplea una debilidad propia de las democracias y las sociedades abiertas, que es la apertura a la libre circulación de ideas y el contacto directo con estados autoritarios y no mediado a través de bloques o instituciones multilaterales. Con esta finalidad, se difunden contenidos imprecisos a través de dispositivos móviles para aprovechar las “vulnerabilidades cognitivas” (Fernández-Dols, 2019, p. 52) que son los errores de percepción, el sentimiento de estar en lo cierto o el deseo de estarlo. Las cámaras de eco y las burbujas informativas afectan menos al comportamiento político y electoral que la erosión de la confianza social en las instituciones y los procesos democráticos. Aznar-Fernández-Montesinos explica que el poder punzante

“trata de presentarse como una expresión más de esa pluralidad informativa, una suerte de alternatividad” (Aznar-Fernández-Montesinos, 2019, p. 146).

En la medida en el que el estilo de liderazgo es diferente y acuña nuevos conceptos como “crecimiento pacífico” o “New style of great power relations”, su aparición genera inquietud (Hinck *et al.*, 2016).

Sin embargo, esta articulación teórica que recuerda a los hechos alternativos o los contenidos “políticamente incorrectos”. Bajo la etiqueta de “esto no lo verás en los medios tradicionales” se difunden contenidos supremacistas, racistas y misóginos (Marwick; Lewis, 2017). La vaguedad intelectual de “hechos alternativos” facilita que los medios rusos y chinos se ubiquen como opciones informativas alejadas del paradigma periodístico occidental. La audiencia se desorienta, se legitiman audiencias de baja calidad y se acusa al contrario de información falsa, de modo que el ruido dificulta la comprensión de la actualidad internacional. Más aún, el consumo de tales productos informativos y servicios culturales apalanca una identidad no occidentalizada que abre otros circuitos de influencia no necesariamente tóxicos. Esta ruptura epistemológica de la comunidad internacional afecta al criterio jurídico que sustenta la libertad de información y expresión frente al discurso del odio o la protección del interés nacional por encima de la libertad individual. No es un asunto menor.

El uso intensivo de tecnologías digitales ha incrementado la capacidad de vehicular opiniones y comentarios que erosionan las instituciones abiertas, bien mediante bots y granjas de trols, memes, vigilancia de datos o espionaje (*Huawei*, *Xiaomi*) y automatización de contenidos imprecisos. Esta característica dificulta la capacidad de respuesta en un entorno de comunicación efímera. Hamid-Akin Ünver explica que

“el coste de defenderse contra dichos ataques requiere grandes recursos y mejor coordinación. Incluso cuando el defensor tiene éxito, el proceso psicológico consume y persiste” (Ünver, 2017, p. 7).

La lógica de reproducción digital genera economías de escala que aprovechan la gratuidad de las redes sociales para compartir y distribuir información, a sabiendas o no, de su carácter impreciso o –directamente– falso.

La respuesta de la Unión Europea ante este fenómeno se enmarca en la estrategia global de política exterior. Conviene subrayar que China es ahora un rival sistémico y no sólo un competidor económico al uso (*Comisión Europea*, 2019). Aquí sí, la comunicación se emplea como herramienta para promover los valores propios y contrarrestar las campañas de desinformación y las amenazas híbridas (*Comisión Europea*, 2018; *Swedish Civil Contingencies Agency*, 2018). El enfoque europeo abarca la protección de los datos y derechos individuales, la regulación de las plataformas digitales, la lucha contra los contenidos falsos o la protección de los procesos electorales ante posibles injerencias. La ciberseguridad europea, pues, concede espacio preferente a la comunicación internacional y no sólo a los canales o tecnologías.

En resumen, la singularidad del poder punzante consiste en el empleo de técnicas ya conocidas de la propaganda y la diplomacia pública adaptadas al nuevo tiempo. Ahí reside el desconcierto de europeos y norteamericanos, ya que Rusia y China han desplegado sus capacidades de seducción y atracción no solo para defensa de sus intereses, sino también para desmerecer los ajenos. En una situación de crisis económica y descreimiento social, las nuevas amenazas requieren un examen sistemático desde las democracias liberales.

3.4. Narrativa estratégica: consolidación del nuevo paradigma

La cuarta elaboración teórica que conviene añadir es la propuesta de **Roselle, Miskimmon y O'Loughlin** (2014): la narrativa estratégica. Los autores describen el fenómeno en el que

“los actores políticos intentan construir un significado compartido del pasado, el presente y el futuro de las políticas internacionales para moldear el comportamiento de los actores nacionales e internacionales” (**Miskimmon; O'Loughlin; Roselle**, 2017, pp. 77-78).

La narrativa examina la dimensión social de la experiencia comunicativa, que crea los significados de acuerdo con nuestras redes y pares. La identidad se construye en red, en comunidad de significados compartidos. Es relevante porque el contacto personal afecta al contenido del mensaje: es más fiable, si procede de una fuente próxima a mis intereses (mensajería móvil, redes sociales). Así, la narrativa explica los acontecimientos, los dota de sentido de acuerdo con un código, una experiencia o una perspectiva de futuro. El diseño, ejecución y recepción en las audiencias de los mensajes conduce a la creación de significados compartidos, bien sea para facilitar los acuerdos alrededor de consensos internacionales o bien para identificar puntos ciegos. La definición de conceptos como “terrorista” y “territorio ocupado” o los propios derechos humanos explican cómo cada actor político proyecta sus intereses a través de narrativas en tres niveles de análisis.

El primer nivel es la narrativa de sistema, que explica la posición de un actor político ante y en el orden internacional. La clave es conocer cómo se ven los países, sobre todo cuando han sido grandes potencias, a través de sus manifestaciones culturales, las declaraciones de sus líderes políticos o los eventos internacionales que organiza. La proyección internacional repercute en la audiencia local. El caso de Rusia es paradigmático, ya que plantea que la cultura rusa ha contribuido a la civilización universal y está en pie de igualdad con otras corrientes de pensamiento o valores como el derecho internacional público o la democracia liberal (**Miskimmon; O'Loughlin**, 2017). **Snyder** (2018) señala que la narrativa de la Rusia de Putin es una mezcla de ideología nacionalista, sentido de destino, resentimiento ante Occidente y una elevada dosis de cinismo. **Pomerantsev** (2019) explica la desintegración del sistema informativo ruso y cómo la desinformación se maneja desde el poder político sin apenas oposición del periodismo profesional. Esta línea argumental se encuentra también en la decepción que proyectan los países del Visegrado (Hungría, Polonia, República Checa y Eslovaquia) ante la Unión Europea, que se ven como perdedoras de la globalización europea y que se expresa en un desacuerdo recurrente con el acervo comunitario (**Krastev**, 2017).

En segundo lugar, la narrativa de identidad explica el auge del uso de la historia, los valores prepolíticos y la singularidad de un territorio a la hora de explicar su participación en los acontecimientos globales. En la obra de **Fukuyama** (2018), la cuestión de la identidad, el reconocimiento o la dignidad (en traducción del griego clásico *thymos*) se identifica con el resurgir de los liderazgos políticos fuertes, de perfil autoritario. **Norris e Inglehart** (2019) explican el Brexit como un fenómeno identitario basado en las guerras culturales y de valores entre generaciones. Las naciones sin Estado reclaman presencia y reconocimiento internacional sobre un hecho identitario, real o figurado. Otros países recontextualizan pasados imperiales para dotarse de legitimidad en su región geográfica. **Frankopan** (2018) explica cómo Irán emplea las inversiones chinas de la nueva ruta de la seda para posicionarse como la espina dorsal de Asia, de modo que se refuerza su propia visión de potencia regional y civilización universal. Aquí, el uso de la memoria es uno de los cambios sustanciales en el manejo de la comunicación política internacional (**Ociepka**, 2018). La memoria compacta los modelos mentales y da coherencia interna a la realidad internacional, aunque no esté basada en hechos reales. El desorden informativo y la desinformación como armas de guerra permiten manipular el pasado y arrogarse la posición de víctima (**Cull**, 2019, pp. 167-168). Tzvetan Todorov, citado por **Gascón** (2015), plantea que la memoria compartida de Europa no es tal, sino que se divide entre aquellos que vivieron siempre en el lado occidental y aquellos que son excomunistas. Por último, la narrativa de tema se dirige a la configuración de un objetivo político. El consenso en la lucha contra el cambio climático que se escucha en el *Parlamento Europeo* y en los gobiernos nacionales facilita la transmisión de unos mensajes a la audiencia. En cambio, el análisis de la posición internacional ante la resolución del conflicto entre Israel y Palestina manifiesta los disensos conceptuales sobre los actores, la legitimidad de sus reivindicaciones o sus métodos de acción política.

La narrativa estratégica interesa, en suma, porque trata no solo de cómo se ve y ubica un actor político en la arena internacional, sino también en cómo se elabora el discurso público—qué instituciones políticas y con qué instrumentos— y cómo descifra la audiencia dicho discurso. Mide los efectos persuasivos de una interpretación del orden internacional en la confluencia entre poder y comunicación, entre activos tangibles y elementos emocionales del relato de la globalización, entre experiencia histórica y expectativas.

En último término, la narrativa ofrece nuevas avenidas de investigación en materia de propaganda. El funcionamiento de las cámaras de eco, las burbujas, la propaganda computacional y otras técnicas similares consiguen mayor impacto cuando se produce una “polarización afectiva” y no tanto ideológica (Tucker *et al.*, 2018, p. 19). Del-Fresno y Manfredi apuntan a ese cóctel de ficciones y emotividad en la crisis catalana:

“Las emociones y los sentimientos son reales, se concluye que los objetivos también son reales y, por lo tanto, las emociones compartidas son importantes. Es decir, la emoción y los sentimientos se equiparan a la verdad y la legalidad. Así es como se fabrica la epistemología, y también la legalidad de la post-verdad” (Del-Fresno; Manfredi, 2018, p. 1232).

Para contrarrestar las nuevas propagandas no se puede, por tanto, diseñar una estrategia de comunicación racional o argumentativa, sino que se debe reescribir la narrativa de quien consume dicha propaganda (Archetti, 2018).

4. Teoría crítica de la comunicación internacional

Las teorías heterodoxas representan el conjunto de ideas y propuestas que aspiran a explicar los cambios sociales y los fenómenos que no han cabido en los grandes autores y debates del siglo XX. Sin embargo, tales acontecimientos ahora son esenciales para entender la globalización política, la irrupción en la escena internacional de los países emergentes, el futuro del empleo ante la automatización, la aparición del feminismo (Nordberg, 2015) o la lucha contra el cambio climático. La comunicación internacional ha sostenido el crecimiento de estas teorías a través del marxismo, el constructivismo y el post-colonialismo. Los modos de producción económica del conocimiento y su distribución entre las clases sociales, la desigualdad sistematizada o la identidad son áreas de trabajo descriptivo y normativo por encima del estudio del Estado o la política exterior.

Gramsci considera que la hegemonía crea y produce consensos sociales a través de la expansión de unas determinadas ideas, que se asumen como opinión pública dominante. Al autor italiano le debemos el uso de la noción de consentimiento:

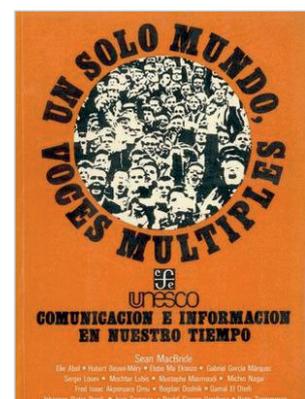
“el estado promueve y requiere el consentimiento; más aún, educa el consentimiento” (Gramsci, 1971, p. 258).

La hegemonía controla los avances teóricos, dota de recursos para la investigación y apalanca las expresiones que favorecen una determinada interpretación de los acontecimientos. Robert Cox escribe que

“la teoría es siempre para alguien y con un propósito. Todas las teorías tienen una perspectiva que derivan de una posición en el tiempo y el espacio, específicamente en su dimensión política y social” (Cox, 1981, p. 128).

La heterodoxia tiene distintos niveles de análisis. El primero fundamenta la economía política de la comunicación y la naturaleza de los medios internacionales; el segundo se refiere al estudio de los movimientos sociales y activismo mediático fuera de la agenda hegemónica (Carroll; Hackett, 2006).

1) La sección *International Communication* de la *International Association for Media and Communication Research (IAM-CR)* apuntala las líneas de investigación del primero: la visión global de la industria mediática y no solo la anglosajona, la economía política y otras formas de expresión intercultural. La creación misma de la sección en la conferencia de 1976, y su posterior formalización en 1978, coincide con la expansión de los estudios culturales y la multiplicación de las epistemologías aplicables al consumo y recepción de productos informativos. De forma expresa, estudia el rol de los medios en la construcción de la política exterior. La obra de Galtung y Ruge (1965) estructura los análisis de la prensa internacional y su contribución al conocimiento y el juicio de las crisis internacionales. Para Galtung, la industria mediática contribuye al “imperialismo cultural” (Galtung, 1971, p. 93) en el que las compañías multinacionales operan como mecanismos de control (Mattelart, 1979). Schiller (1971) es el autor referencial con ideas sobre la industria de la comunicación como artefacto para la dominación de las estructuras de poder y promoción de la economía capitalista. Las tecnologías de la información contribuirían a la consecución de dicho objetivo y la instauración de un flujo de relaciones comerciales y comunicativas de dominación. Este marco de análisis produce *International Commission for the Study of Communication Problems. Many voices, one world* (1980), popularizado como el *Informe MacBride*, el documento esencial de los estudios de comunicación internacional auspiciado por la Unesco para romper el modelo de preeminencia estadounidense sobre las industrias de la cultura, el ocio y la comunicación. Así se persigue un “nuevo orden”, el denominado *NWICO* por sus siglas en inglés (*New World Information and Communication Order*), cuyas ideas se difunden a través de la proliferación de las cátedras Unesco (Cabedoche, 2013).



ISBN: 9681627741

En esta tradición intelectual, Alleyne acuña el “imperialismo de la comunicación”, ya que

“implica el dominio de las naciones centrales de las noticias y los medios de comunicación internacionales” (Alleyne, 1995, p. 58).

En la misma estela, Mosco (1996) publica los fundamentos de la economía política de la comunicación, que abre la puerta a trabajos que explican cómo el ejercicio del poder apalanca sus principios y normas en el control del sistema informativo: tecnología, mercado y producto cultural sirven a las elites para imponer su mensaje. Miège (1989) reprueba la construcción capitalista de los elementos de la cultura, que ha degradado su función crítica. Bustamante (2003), Labio-Bernal (2006) y Reig (2015) aproximan este enfoque a la industria, los mercados y la estructura informativa española. En América Latina, *Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Ulepicc)* lidera las aportaciones acerca de la teoría crítica en comunicación y cultura internacional. Conviene destacar la reciente obra de Sierra-Caballero (2019) que consolida la construcción de “capitalismo cognitivo” como mercantilización de la producción social de conocimiento en esta familia de pensamiento, así como las aportaciones de Fernández-Vicente sobre la mercantilización de la vida íntima, sobreexpuesta en redes sociales y entornos urbanos (Fernández-Vicente, 2016).

En este epígrafe, aparecen los estudios sobre la titularidad de las agencias y las empresas de comunicación, que influyen en la sección de internacional y en la comprensión de los asuntos globales (Curran *et al.*, 2015). Estas relaciones entre poder político y económico se definen como economía política de la comunicación y acumula patrones de investigación. Chang (1998) identifica los patrones informativos de la agencia Reuters y qué factores y filtros pueden explicar que unos países formen parte de la cadena global de noticias y otros queden al margen. Wilke, Heimprecht y Cohen (2012) acuñan la expresión “geografía de las noticias” para explicar qué se considera información internacional en un estudio comparado de 17 países y cómo articulan su criterio informativo los periodistas y editores de medios. En el trabajo se diferencia entre las noticias internacionales de primera categoría (acontecimientos políticos, elecciones, hechos económicos) que merecen la atención mediática internacional y aquellas otras de segundo nivel que son propias de las páginas de sociedad, turismo o cultura. En relación con el análisis del contenido, la caracterización de la naturaleza de un conflicto proyecta en la audiencia internacional quién es un terrorista, un combatiente, un mercenario o un contratista, cualificaciones muy distintas de quiénes toman las armas en un escenario bélico. Basta recordar la polémica recurrente sobre la denominación de “grupo terrorista” o “grupo separatista” al referirse a ETA en la prensa anglosajona (Holder, 2005). Ambas calificaciones tienen connotaciones distintas.

En el ámbito institucional, la libre circulación de bienes y servicios culturales, la protección de las industrias locales, los modos de la propiedad intelectual o los estándares tecnológicos aparecen como items para el debate. Los países no occidentales plantean que dicha estructura perpetúa una desigualdad estructural basada en el control de los canales, los enfoques y los mensajes. Mattelart plantea cómo se construye el discurso sobre los movimientos migratorios en el Mediterráneo (Mattelart, 2014). El crecimiento de los conglomerados chinos refleja esta tendencia de promoción de la identidad china como actor global, la interpretación informativa de acuerdo con el prisma de Beijing y, por último, el propio análisis de actualidad con características propias (Thussu; De-Burgh; Shi, 2017). Mención especial merece también la revolución de *Al Jazeera* en las televisiones informativas. Su trayectoria ha construido una audiencia en lengua árabe que aspira a unos estándares informativos de calidad y la introducción de nuevos puntos de vista en los géneros de opinión e interpretación. El impacto de esa televisión catari ha sido estudiado como un fenómeno para revolucionar el escenario mediático en lengua árabe (Zayani, 2005; El-Issawi, 2016), como un contrapeso a la hegemonía de la información global (Seib, 2008, 2012a) o bien como el epítome de las primaveras árabes (Sultan, 2013). Sea como fuere, en línea con lo argumentado por Cherribi (2017) la cadena catari ha unificado las audiencias en lengua árabe, ha conectado las diásporas y ha generado su propia agenda de temas políticos y sociales.

En suma, Mattelart y Koch (2016) consideran que el crecimiento sistemático de grandes cadenas es una respuesta a la “americanización” de los mercados audiovisuales. La lista incluye la titularidad de los satélites, así como los proveedores y agregadores de información digital (Samei, 2016). El conglomerado encabezado por *Russia Today* (Audinet, 2018) o la apuesta venezolana de *TeleSur* (Lugo-Ocando, 2017) son dispositivos de la “diplomacia televisiva” para contrarrestar la hegemonía de las grandes operadoras occidentales. La paradoja es evidente: los modelos creados al calor del chavismo o la Rusia de Putin no alcanzan los estándares del ethos periodístico de calidad, objetividad y libertad de expresión. Su vinculación estrecha con los poderes ejecutivos perjudica su reputación. Más aún, cuando Estados Unidos ha copiado este modelo, alejado de los patrones de la *United States Information Agency (USIA)* (Cull, 2012), ha cometido los mismos errores: el proyecto *Al Hurra* –aunque vivo– no es una referencia periodística en la región³ (Rugh, 2017).

<https://www.alhurra.com>

En este mismo punto, se puede incluir el estudio del lenguaje y la escena internacional. Bially denomina este fenómeno la “fuerza representacional” (Bially, 2005) que prefigura el proceso de toma de decisiones en la esfera internacional. Resulta de la escenografía de los eventos internacionales, la selección de líderes y portavoces, la elección de los conflictos “humanitarios” o aquellos que no pueden atenderse por “interés nacional”. La novedad reside en el uso de la ficción para conseguir estos objetivos políticos. Saunders dice que la “televisión geopolítica” ha construido un mapa cognitivo basado en valores estéticos alejados del monopolio de las televisiones nacionales de modo que se producen nuevas formas de ver y conocer la política internacional (Saunders, 2019, p. 693). El poder estético de la ficción televisiva dota

de sentido cultural y contexto a las noticias de actualidad, al tiempo que la audiencia asocia realidad y ficción de manera natural. En un mercado global de contenidos y plataformas el consumo no se asocia a un entorno nacional, sino que transforma la industria del entretenimiento (Cunningham; Craig, 2016).

Por último, conviene destacar las aportaciones de Fuchs (2018). El autor plantea que *Twitter* ha facilitado la polarización social y el auge de la demagogia política basada en emociones y sentimientos nacionalistas. Así, el Brexit y la presidencia de Trump forman parte de un mismo fenómeno de uso intensivo de las redes sociales para conseguir objetivos políticos nacionalistas al margen de los problemas sociales (cambio climático, desempleo). Esta corriente de comunicación digital al servicio del control de los comportamientos y los usos sociales preocupa porque afecta a las políticas públicas y las libertades individuales (Zuboff, 2019).

2) El segundo nivel reúne los modos y usos alternativos de la comunicación internacional. Los movimientos sociales y la protesta global aparecen en la bibliografía académica a mediados de la década de los noventa. Tras el 11 de septiembre de 2001, se multiplican las acciones contra la guerra y una interpretación antineoliberal de la protesta. Las revueltas de Seattle y Génova, el movimiento del 15M, #Yosoy132 u *Occupy Wall Street* amplían el repertorio de la protesta internacional y fundamentan la aproximación teórica de la “autocomunicación de masas” (Castells, 2008). Ya no basta con una visión izquierda/derecha o trabajadores/empresarios, sino que emergen reivindicaciones morales y postmateriales ligadas a la identidad individual y colectiva. No se pueden instaurar categorías tras el análisis de los acontecimientos de España, Chile, Cataluña, Hong Kong o Ecuador, pero sí se pueden inferir patrones de comportamiento que utilizan la protesta para crear imágenes que promuevan el cambio político. Los repertorios de protesta, de origen social diverso, conectan con la información política y con el escenario global (Sampedro; Martínez-Avidad, 2018). El manejo de las redes sociales y sus técnicas específicas (memes, vídeos, campañas en *Twitter*) son objeto de estudio en línea con lo adelantado por Melucci (1985): la creación de símbolos y relaciones sociales ha reemplazado la producción material de la protesta, eliminando las fronteras entre el activismo y el activismo de naturaleza mediática.

En esta dinámica, conviene destacar el creciente interés por los movimientos políticos que han modificado la ruta de la agenda con acciones de impacto en la audiencia internacional, a pesar de la asimetría en las capacidades (acceso a grandes medios internacionales o financiación de campañas). Por eso, se promueve símbolos que dan un sentido antropomórfico a la demanda política (De-Andrés; Nos-Aldás; García-Matilla, 2016). Las figuras de Greta Thunberg, Aaron Swartz o Audrey Tang amplían las referencias.

La simbolización internacional concede un significado de valor que sustenta la causa (independencia, cambio climático, derechos humanos) y da cohesión al discurso ante las distintas audiencias. Los significados simbólicos se han alimentado de la cultura global de las redes sociales, que permiten el apalancamiento sencillo (hashtags, iconos) que se pueden publicar, promover o compartir en las plataformas globales. Las campañas de bajo presupuesto compiten con los grandes anunciantes gracias a la organización menos rígida, más voluntariosa y poco costosa en términos de compromiso individual. La acción colectiva encuentra resultados inmediatos, reforzando el sentimiento de comunidad, rompa o no la burbuja informativa propia. La unificación de canal y mensaje reduce los costes de producción en la medida que no existen diferencias entre los emisores y los receptores. Cada participante tiene el mismo nivel de acceso a las redes, por lo que se convierte en creador potencial de mensajes o en reemisor de contenidos de éxito, virales. La calidad del vídeo o el meme es indiferente, ya que prima el compromiso antes que la profesionalización de la producción periodística o audiovisual.

La comunicación simbólica de la protesta crea cercanía emocional y sentido de comunidad alejadas de las instituciones políticas convencionales (parlamento, partidos políticos o sindicatos). Las causas aglutinan los intereses individuales, aceleran los cambios cognitivos y erosionan la confianza en las instituciones. El impacto se mide por la capacidad para influir en la agenda y no tanto en la consecución de objetivos concretos (un referendo, un cambio legislativo, una dimisión). En la esfera política, destaca la “galaxia secesionista de Cataluña” (Ordeix; Ginesta, 2014, p. 6) que utiliza #CataloniaWins, #FreedomForCatalonia o #CatalansForYes para divulgar sus mensajes en *Twitter*. Los partidarios de la independencia de Escocia en 2014 se reunieron en *Twitter* con usuarios como @wearenational o @celebsforindy. Las compañías globales han asumido el discurso de las causas políticas y han creado estrategias empresariales orientadas al propósito o el compromiso (Matos; Vinuales; Sheinin, 2017).

Se puede concluir que estas ideas heterodoxas, en los márgenes, van camino de ocupar el centro de la investigación académica. Las nuevas geografías políticas, la cuestión de la identidad individual y colectiva, el movimiento feminista o la simbolización de las causas (cambio climático, libertad en China o Egipto) ocupan más espacios en congresos, revistas y en centros de análisis. Los fundamentos básicos de Estado y nación se antojan insuficientes a la hora de catalogar y examinar las rutas de comunicación internacional alternativa.

6. Nuevas avenidas de investigación

La comunicación internacional se ha naturalizado como una disciplina de creciente impacto en las ciencias sociales, aún a mitad de camino entre las relaciones internacionales y la comunicación social. La nueva consideración política de la globalización ha acelerado dicho proceso en la medida en que se han concatenado factores de cambio en la producción de mensajes, la distribución por distintos canales y el consumo de contenidos para una audiencia internacional. Es, en

este momento, una de las disciplinas más vibrantes y transdisciplinarias. De la ciencia política a la economía, la rápida transformación de la comunicación internacional ha generado un corpus académico importante en su relación con los mecanismos para el ejercicio del poder, la influencia y la guerra. Los estudios internacionales han incorporado las teorías y las herramientas de la comunicación, de manera que se han constituido nuevas avenidas de investigación. En la última época, basta con revisar las distintas aproximaciones metodológicas y analíticas del fenómeno de la desinformación para entender la nueva realidad internacional. Todos los científicos sociales, así como los provenientes de otras ciencias de la vida, informan, estudian y examinan la relación entre verdad, mentira e incertidumbre en las distintas esferas de la vida pública (**Fletcher; Schwartz; Wong, 2019**).

El balance es positivo para unos estudios que construyen la teoría desde la práctica, esto es, que necesita la fuerza empírica para consolidar las hipótesis de trabajo, las metodologías o las acotaciones terminológicas. Hay una extensa bibliografía académica, aunque se observa una carencia grave: en los planes universitarios de grado, la asignatura aún tiene que pelear para ser considerada básica o troncal, por lo que hay pocas obras monográficas que faciliten el estudio sistematizado. Tampoco en la órbita anglosajona es una asignatura consolidada, sino más bien un área destinada a ser posgrado.

Con todo, el trabajo de exploración en comunicación internacional se antoja fértil y abierto al cruce de marcos de estudio y materias. Apunto a continuación cinco grandes ejes que pueden estructurar una agenda y servir como brújula para los próximos años. A saber:

- la aplicación de métodos interdisciplinarios para reinterpretar la globalización política
- la naturaleza del periodista internacional
- la hibridación del sistema político y el nuevo tiempo populista
- la estructura de la información, y
- la vieja nueva propaganda, vanguardia de la comunicación internacional.

Veamos cada uno.

1) La interdisciplinariedad consiste en la capacidad de utilizar distintas metodologías y sustentos teóricos con el ánimo de explicar una realidad cada vez más complejas. La comunicación internacional contribuirá a establecer el pluralismo epistemológico y normativo como un elemento nativo de la globalización. No se trata de crear una disciplina académica nueva, con cánones y lenguaje, sino más bien servir de hilo conductor de las ya existentes. Conviene indicar aquí la necesidad de promover transferencia de conocimiento entre profesionales y académicos para disciplinas complejas como el cambio climático, la salud pública global o las migraciones, realidades que configurarán la arena internacional en este siglo. A través de la comunicación internacional, se negocian los significados, se construye el poder y se entiende el curso de los acontecimientos. La obra de **Waisbord (2019)** asienta las bases para esta renovación metodológica y teórica.

2) El segundo eje de estudios es la propia naturaleza del periodista internacional, el profesional que informa, interpreta y opina sobre los sucesos de naturaleza mundial para una audiencia concreta, delimitada, a menudo local. La zozobra de las empresas periodísticas ha conducido a un recorte sistemático de las redes de profesionales y colaboradores en el exterior, como un servicio de difícil justificación, menor valor añadido y menor singularidad. El declive del corresponsal debería ser objeto de estudio sistemático, tanto como indicador del interés (o no) de la audiencia por aquello que sucede en un país como sujeto de la transformación de la profesión fuera de la lógica de las redacciones. En este momento de asedio de la desinformación, la desaparición del corresponsal es una pésima noticia: no hay nadie en destino que contraste, interrogue y explique el contexto internacional. Conviene unir el futuro del corresponsal o el enviado especial a la demanda del público. No hay alfabetización mediática sin componente internacional del estado del mundo, las relaciones políticas internacionales o la posición de un país ante un conflicto. Buena parte de las noticias falsas y las campañas de desinformación abonan la visión partidista, alimentando estereotipos y rumores. Benkler, Faris y Roberts han mapeado las redes de polarización en la democracia estadounidense y han categorizado a estos actores como “emprendedores de las *fake news* y fabricantes de clickbait político” (**Benkler; Faris; Roberts, 2017, p. 9**). El usuario, como productor y consumidor a un tiempo de productos y servicios desinformativos, forma parte de la cadena de valor. Stroud, Thorson y Young dan sentido al fenómeno

“el apalancamiento de la identidad social sería más efectivo en el punto de distribución que en la recepción de la audiencia” (**Stroud; Thorson; Young, 2017, p. 46**);

mostrar nuestra identidad en redes sociales y, sobre todo, nuestro desacuerdo con los medios tradicionales alarga el ciclo de vida de la desinformación. Ni rastro de la profesión periodística.

3) El tercer eje es la consolidación del tiempo populista, que emplea las bases afectivas en la construcción de liderazgos fuertes. Como consecuencia, se construye una retórica agresiva e inestabilidad discursiva, un “tiempo de hipérboles” en el discurso político en acertada metáfora de **Gallardo-Paúls (2018)**. Las campañas electorales, las movilizaciones sociales y las decisiones políticas contribuyen a modelos de liderazgo público basados en el culto a la personalidad y la celebridad (**Wheeler, 2013**). En perspectiva internacional, hay que subrayar que el modelo populista ofrece dos vías de estudio. Por un lado, el uso de los asuntos exteriores para reforzar las políticas nacionales mediante la presentación de datos económicos, la recuperación de la memoria histórica el refuerzo de una cultura de seguridad basada en aliados/enemigos. Por el otro, el hiperliderazgo contribuye a la desinstitucionalización y la erosión de la credibilidad de las entidades políticas.

Diplomáticos, militares o periodistas conforman el establishment y no representan al “pueblo” en un fenómeno que ya es global: “steady erosion of independent journalism and deterioration of democratic politics” (Crilley; Gillespie, 2019, p. 273). Donald Trump y Boris Johnson son el objeto preferido de estudio de dicho fenómeno, pero no debe obviarse la contribución de otros líderes como López Obrador, Barack Obama, Emmanuel Macron o Justin Trudeau a este modelo político de liderazgo sobreexpuesto. La política pop y espectáculo encuentra acomodo en un aparato comunicativo gubernamental que usa los recusos públicos para influir de forma decisiva en la estructura política y social (Amado, 2014).

4) El cuarto eje para el futuro es el examen de las estructuras mundiales de información en el sistema de medios, una suerte de cartografía de los poderes políticos, económicos y sociales. Los conglomerados empresariales, el rol de las ciudades globales, los lobbys, la concentración de la titularidad, el impacto de las tecnológicas en la industria o la situación del periodismo independiente son factores para comprender la comunicación internacional. La geografía digital del poder será también un instrumento de poder a la hora de favorecer la aparición de operadores tecnológicos, start-ups o compañías de telecomunicaciones con aspiraciones globales. Todo apunta a que nos conducimos hacia un sistema multipolar con esferas de influencia y características propias en Estados Unidos, la Unión Europea y China. Está por ver qué modelos se desarrollan en Rusia, Turquía, Catar o Irán. La regulación de asuntos como la privacidad, la propiedad de los medios, la protección de los datos, la transparencia o la gobernanza aparecen ya en congresos y publicaciones especializadas. Asimismo, será relevante conocer el impacto del tiempo real de las redes sociales en la solución de los conflictos políticos internacionales. Las notas acerca del “efecto CNN” o “efecto Al Jazeera” disminuyen ante los estudios sobre el valor de *Twitter*, *Instagram* o lo que está por venir. En última instancia, la cuestión de la neutralidad de la red crecerá ante la globalización de los procesos de digitalización de la producción y la distribución de contenidos y la liberalización de los servicios digitales (Pickard; Berman, 2019). La neutralidad afecta al buen gobierno de la comunicación internacional, reduce la arbitrariedad en la censura previa y promueve mecanismos de cooperación inter y supra estatales.

5) En último lugar, la propaganda es una fuente inagotable de temas y proyectos de investigación. El desorden informativo facilita la defensa de los intereses con mecanismos comunicativos ahora etiquetados como postverdad, postfactual o denominaciones parecidas (Mearsheimer, 2011; Amado, 2016; Bennett; Livingston, 2018). Con viejas y nuevas técnicas, se generan campañas políticas de manipulación cognitiva activa (exposición a datos falsos, el escándalo de *Cambridge Analytica*) y pasiva (la caja negra de los algoritmos, las burbujas, las cámaras de eco). Hay menos impacto del soñado por la bibliografía totalitaria, pero sí hay evidencias de que

“cuando la gente está inundada por información, aquella que coincide con nuestro interés se percibe como de mayor calidad y es más propicia para ser consumida” (Stroud; Thorson; Young, 2017, p. 46).

Este reto obliga a las democracias a desplegar unas políticas públicas adecuadas para contrarrestar los efectos de la manipulación en el sistema político y electoral, así como sus prioridades de acción exterior. Tal decisión requiere un tratamiento ético sólido para definir qué o cómo afrontar dicho desafío (Bjola, 2018).

Parece probable que la tecnología modifique la dinámica y el alcance como coste de producción con coste marginal decreciente, con especial mención a los bots y trolls (Bradshaw; Howard, 2017), así como la inteligencia artificial (Ufar-te-Ruiz; Manfredi-Sánchez, 2019) y la producción de textos automatizados y vídeos falsos a bajo coste (Bullock; Luengo-Oroz, 2019). Adler (2018, p. 13) contribuye al fundamento teórico y acuña la figura del *mathkeeper* como aquel que controla los algoritmos que dibujan el conocimiento de la realidad internacional. Tras el *gatekeeper* y el *infokeeper*, este nuevo elemento analiza la automatización de datos y decisiones. En el aspecto cultural, la ficción ha contribuido a divulgar conceptos propios de las relaciones internacionales, aunque sea de manera superficial o imprecisa. En particular, la semiótica de los muros y las fronteras que ha popularizado “Juego de Tronos” ayuda a distinguir un “ellos” bárbaro del que conviene protegerse. A la manera de Lacoste (2009), la comunicación geopolítica es un instrumento de poder para promover conflictos, imponer la paz o inventar naciones porque se comunican mapas, historias o controles de frontera. Bien sea a través de las plataformas o a través de sistemas estatales de comunicación, la difusión de contenidos bajo la etiqueta de cine documental, “basado en hechos reales” y otras etiquetas parecidas construyen un relato emocional que persigue la identificación de las audiencias con un banco de valores sociales y la alteración del juicio. Por último, la construcción de la propaganda se asienta sobre el manejo de las emociones. La emoción constituye un ethos de autoridad que desafía las estructuras cerradas del Estado, que no puede gestionar los sentimientos de su población expresados en redes sociales (Zaharna; Uysal, 2016).

En suma, la nueva era de la globalización política pivota sobre estructuras y políticas de comunicación internacional que se consolidan en los estudios de ciencias sociales. Más aún cuando emergen nuevos actores deseosos de innovar en el diseño y la ejecución del poder comunicativo, de manera que transforman los métodos, los conceptos y las herramientas de la comunicación internacional. Estamos en el inicio de una disciplina de investigación llamada a participar en la explicación de numerosos fenómenos. Será, por tanto, apasionante conversar sobre estas cuestiones en los próximos años.

“ La emoción constituye un ethos de autoridad que desafía las estructuras cerradas del Estado, que no puede gestionar los sentimientos de su población expresados en redes sociales ”

7. Notas

1. In memoriam

El pasado 15 de enero de 2020 falleció María-Teresa La-Porte, pionera en España de la comunicación internacional y para el desarrollo. Nacida en Madrid en 1961, era profesora de la *Facultad de Comunicación* de la *Universidad de Navarra*, donde fue la primera mujer que ejerció como decana.

2. Günter Schabowski, miembro del *Partido Socialista Unificado* de la República Democrática Alemana se hizo mundialmente famoso en noviembre de 1989 cuando improvisó una respuesta ligeramente equivocada a una pregunta de una conferencia de prensa, elevando las expectativas populares mucho más rápido de lo que el gobierno había planeado, de modo que multitudes masivas se reunieron la misma noche en el Muro de Berlín, forzando su apertura después de 28 años. Poco después, se abrió toda la frontera interior alemana.

3. *Al Hurra* no ha sido capaz de impactar en la agenda mediática en lengua árabe. El proyecto está vivo, como tantos otros, porque cuenta con financiación del *Departamento de Estado*, pero no es una televisión de referencia desde el punto de vista periodístico.

8. Referencias

Adler, Richard (2018). *Diplomacy in the age of networks*. Washington DC: The Aspen Institute.
<https://csreports.aspeninstitute.org/documents/ADDTech2017.pdf>

Agbobli, Christian (2014). "Communication internationale et développement en Afrique: postcolonialité et perspectives critiques". *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n. 4.
<https://doi.org/10.4000/rfsic.955>

Agbobli, Christian (2015). "La communication internationale: état des lieux et perspectives de recherche pour le XXI^e siècle". *Communiquer: revue de communication sociale et publique*, v. 15, n. 1, pp. 65-84.
<https://doi.org/10.4000/communiquer.1678>

Alleyne, Mark D. (1995). *International power and international communication*. New York: St. Martin's Press. ISBN: 978 0 333 64051 7

Amado, Adriana (2014) (ed.). *La comunicación pública como espectáculo. Relatos de la Argentina del siglo XXI*. ISBN: 978 987 1285396

Amado, Adriana (2016). *Política pop: de líderes populistas a telepresidentes*. Buenos Aires: Ariel. ISBN: 978 987 3804328

Archetti, Cristina (2018). "Narrative wars: Understanding terrorism in the era of global interconnectedness". In: Miskimmon, Alaister, O'Loughlin, Ben & Roselle, Laura (eds.). *Forging the world: Strategic narratives and international relations*, pp. 218-245. Ann Arbor: University of Michigan Press. ISBN: 978 0 472130214

Ardnt, Richard T. (2006). *The first resort of kings. American cultural diplomacy in the twentieth century*. Washington: Potomac Books. ISBN: 978 1 574885873

Arias-Maldonado, Manuel (2016). "La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia". *Revista de estudios políticos*, n. 173, pp. 27-54.
<https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>

Armitage, Richard L.; Nye, Joseph S. (2007). *CSIS Commission on Smart Power: A smarter, more secure America*. Washington, DC: Center for Strategic and International Studies. ISBN: 978 0 89206 510 3

Audinet, Maxime (2017). "Anatomie de la diplomatie culturelle russe à l'ère post-soviétique". *Hérodote*, n. 166-167, pp. 165-177.
<https://www.ifri.org/fr/publications/publications-ifri/articles-ifri/anatomie-de-diplomatie-culturelle-russe-lere-post>

Audinet, Maxime (2018). "RT, la voix de Moscou". *Manière de voir*, v. 6, n. 159, p. 78.
<https://www.cairn.info/magazine-maniere-de-voir-2018-6-page-78.html>

Aznar-Fernández-Montesinos, Federico (2018). *Repensando el liderazgo estratégico*. Madrid: Sílex Universidad. ISBN: 978 84 7737 978 2

Aznar-Fernández-Montesinos, Federico (2019). "Hacia una definición del Sharp power". *Geopolítica y comunicación. La batalla por el relato*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos. Ceseden.
<http://www.ieee.es>

Baldwin, Richard (2016). *The great convergence: Information technology and the new globalization*. Cambridge, MA: Harvard University Press. ISBN: 978 0 674660489

Baqués, Josep (2017). *Hacia una definición del concepto Grey Zone*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
<http://www.ieee.es>

- Barber, Benjamin** (2017). *Cool cities: Urban sovereignty and the fix for global warming*. New Haven: Yale University Press. ISBN: 978 0 300224207
- Bauman, Zygmunt** (1998). *Globalization. The human consequences*. London: Polity Press. ISBN: 0 231 11428 1
- Baylis, John; Smith, Steve; Owens, Patricia** (eds.). (2019). *The globalization of world politics: An introduction to international relations*, 9th ed. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 198825548
- Benhamou, Françoise** (1996). *L'économie de la culture*. Paris: La Découverte. ISBN: 2707125490
- Benkler, Yochai; Faris, Robert; Roberts, Hal** (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York, NY: Oxford University Press. ISBN: 978 0 190923631
- Bennett, Lance W.; Livingston, Steven** (2018). "The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions". *European journal of communication*, v. 33, n. 2, pp. 122-139.
<https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bennett, Philip; Naim, Moisés** (2015). "21st-century censorship. Governments around the world are using stealthy strategies to manipulate the media". *Columbia journalism review*.
https://archives.cjr.org/cover_story/21st_century_censorship.php
- Berghofer, Simon** (2017). *Globale Medien- und Kommunikationspolitik. Konzeption und Analyse eines Politikbereichs im Wandel*. Berlin: Nomos.
<https://doi.org/10.5771/9783845283227>
- Bially, Mattern J.** (2005). "Why 'soft power' isn't so soft: Representational force and the sociolinguistic construction of attraction in world politics". *Millennium – Journal of international studies*, v. 33, n. 3, pp. 583-612.
<https://doi.org/10.1177/03058298050330031601>
- Bjola, Corneliu** (2018). "The ethics of countering digital propaganda". *Ethics & international affairs*, v. 32, n. 3, pp. 305-215.
<https://doi.org/10.1017/S0892679418000436>
- Bjola, Corneliu; Holmes, Marcus** (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. London: Routledge New Diplomacy Studies. ISBN: 978 1 138843806
- Bjola, Corneliu; Manor, Ilan** (2018). "Revisiting Putnam's two-level game theory in the digital age: Domestic digital diplomacy and the Iran nuclear deal". *Cambridge review of international affairs*, v. 31, n. 1, pp. 3-32.
<https://doi.org/10.1080/09557571.2018.1476836>
- Bødker, Henrik; Anderson, Chris** (2019). "Populist time: Mediating immediacy and delay in liberal democracy". *International journal of communication*, v. 13, pp. 5948-5966.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11980>
- Boulton, Jean G.; Allen, Peter M.; Bowman, Cliff** (2015). *Embracing complexity: Strategic perspectives for an age of turbulence*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199565252
- Bradshaw, Samantha; Howard, Philip N.** (2017). "Troops, trolls and troublemakers: A global inventory of organized social media manipulation". In: Woolley, Samuel & Howard, Philip (eds.), *Working paper 2017.12*. Oxford: Project on computational propaganda, 37 pp.
<https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/07/Troops-Trolls-and-Troublemakers.pdf>
- Bullock, Joseph; Luengo-Oroz, Miguel** (2019). "Automated speech generation from UN General Assembly statements: Mapping risks in AI generated texts". *International conference on machine learning. AI for social good workshop*. Long Beach, US.
<https://arxiv.org/abs/1906.01946>
- Bustamante, Enrique** (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 74329667
- Cabedoche, Bertrand** (2013). "Le réseau des chaires Unesco en communication, think tank pour une agence spécialisée des Nations-Unies sous étroite surveillance". *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, v. 3.
<https://doi.org/10.4000/rfsic.669>
- Cabedoche, Bertrand** (2016). "Communication internationale et enjeux scientifiques: un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information - communication en France". *Les enjeux de l'information et de la communication*, v. 17, n. 2, pp. 55-82.
<https://journals.openedition.org/communication/7442>
- Campbell, John L.; Pedersen, Ove-Kaj** (2014). *The national origins of policy ideas: Knowledge regimes in the United States, France, Germany, and Denmark*. Princeton N.J. and Oxford UK.: Princeton University Press. ISBN: 0691150311

- Cardenal, Juan-Pablo; Kucharczyk, Jacek; Mesežnikov, Grigorij; Pleschová, Gabriela** (2017). *Sharp power: Rising authoritarian influence*. Washington: National Endowment for Democracy, 156 pp.
<https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf>
- Carpenter, Charlie** (2019). "Armies, gold, flags – and stories. What Game of Thrones has taught us about pop culture and foreign affairs". *Foreign affairs*, 27 May.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/2019-05-27/armies-gold-flags-and-stories>
- Carr, Edward-Hallett** (1939). *The twenty years' crisis*. London: Macmillan. ISBN: 0061311227
- Carroll, William K.; Hackett, Robert A.** (2006). "Democratic media activism through the lens of social movement theory". *Media, culture & society*, v. 28, n. 1, pp. 83-104.
<https://doi.org/10.1177/0163443706059289>
- Cassidy, Jennifer; Manor, Ilan** (2016). "Crafting strategic MFA communication policies during times of political crisis: A note to MFA policy makers". *Global affairs*, v. 2, n. 3, pp. 331-343.
<https://doi.org/10.1080/23340460.2016.1239377>
- Castells, Manuel** (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, n. 74, pp. 13-24.
<http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>
- Chalaby, Jean** (2016). "Television and globalization: The TV content global value chain". *Journal of communication*, v. 66, n. 1, pp. 35-59.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12203>
- Chalaby, Jean; Esser, Andrea** (2017). "The TV format trade and the world media system: Change and continuity". *International journal of digital television*, v. 8, n. 1, pp. 3-7.
https://doi.org/10.1386/jdtv.8.1.3_2
- Chang, Tsan-Kuo** (1998). "All countries not created equal to be news: World system and international communication". *Communication research*, v. 25, n. 5, pp. 528-563.
<https://doi.org/10.1177/009365098025005004>
- Cheng, Zhuqing; Golan, Guy J.; Kiouisis, Spiro** (2016). "The second-level agenda-building function of the Xinhua news agency: Examining the role of government-sponsored news in mediated public diplomacy". *Journalism practice*, v. 10, pp. 744-762.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063079>
- Cherribi, Sam** (2017). *Fridays of rage: Al Jazeera, the Arab Spring, and political Islam*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199337385
- Chesney, Robert; Citron, Danielle** (2019). "Deepfakes and the new disinformation war. The coming age of post-truth geopolitics". *Foreign affairs*, v. 98, n. 1, p. 147-155.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2018-12-11/deepfakes-and-new-disinformation-war>
- Codina, Lluís** (2018). *Revisión bibliográfica sistematizada: Procedimientos generales y framework para ciencias humanas y sociales*. Barcelona: Máster universitario en Comunicación Social. Departamento de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra, 87 pp.
<https://repositori.upf.edu/handle/10230/34497>
- Colomina, Carmen** (2019). "Amenazas reales y virtuales: la Europa vulnerable a la desinformación". *Cidob report, ¿Politización o polarización?*, pp. 43-46.
<https://bit.ly/2UhJuiQ>
- Comisión Europea** (2019). *EU-China - A strategic outlook*.
<https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication-eu-china-a-strategic-outlook.pdf>
- Comisión Europea** (2018). *Lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo*. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, COM (2018) 236 final, 26 abril.
<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/ES/COM-2018-236-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>
- Cornago, Noé** (2013). *Plural diplomacies: Normative predicaments and functional imperatives*. Leiden: Brill.
<https://doi.org/10.1163/9789004249554>
- Cox, Robert W.** (1981). "Social forces, states and world orders: Beyond international relations theory". *Millenium – Journal of international studies*, v. 10, n. 2, pp. 126-155.
<https://doi.org/10.1177/03058298810100020501>

- Crilley, Rhys; Gillespie, Marie** (2019). "What to do about social media? Politics, populism, and journalism". *Journalism*, v. 20, n. 1, pp. 173-176.
<https://doi.org/10.1177/1464884918807344>
- Cull, Nicholas J.** (2012). *The decline and fall of the United States Information Agency: American public diplomacy, 1989-2001*. New York: Palgrave Macmillan. Palgrave Macmillan series in global public diplomacy. ISBN: 978 0 230340725
- Cull, Nicholas J.** (2019). *Public diplomacy. Foundations for global engagement in the digital age*. London: Polity Press. ISBN: 978 0 745 69120 6
- Cunningham, Stuart; Craig, David** (2016). "Online entertainment: A new wave of media globalization?". *International journal of communication*, v. 10, pp. 5409-5425.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5725>
- Curran, James; Esser, Frank; Hallin, Daniel C.; Hayashi, Kaori; Lee, Chin-Chuan** (2015). "International news and global integration". *Journalism studies*, v. 18, n. 2, pp. 118-134.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1050056>
- Curtis, Steven; Acuto, Michael** (2018). "The foreign policy of cities". *The RUSI Journal*, v. 163, n. 6, pp. 8-17.
<https://doi.org/10.1080/03071847.2018.1562014>
- Dahlgren, Peter** (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. New York: Cambridge University Press. ISBN: 0 521 52789 7
- Dayan, Daniel; Katz, Elihu** (1994). *Media events. The live broadcasting of history*. Boston: Harvard University Press. ISBN: 978 0 674559561
- De-Andrés, Susana; Nos-Aldás, Eloísa; García-Matilla, Agustín** (2016). "La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan". *Comunicar*, v. XXIV, n. 47, pp. 27-37.
<https://doi.org/10.3916/C47-2016-03>
- De-San-Eugenio-Vela, Jordi; Xifra, Jordi** (2014). "International representation strategies for stateless nations: The case of Catalonia's cultural diplomacy". *Place branding and public diplomacy*, v. 11, n. 1, pp. 83-96.
<https://doi.org/10.1057/pb.2014.17>
- Del-Fresno-García, Miguel; Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2018). "Politics, hackers and partisan networking. Misinformation, national utility and free election in the Catalan independence movement". *El profesional de la información*, v. 27, 6, pp. 1225-1238.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.06>
- Den-Hond, Frank; Rehbein, Kathleen A.; De-Bakker, Frank G. A.; Kooijmans-Van-Lankveld, Hilde** (2014). "Playing on two chessboards: Reputation effects between corporate social responsibility (CSR) and corporate political activity (CPA)". *Journal of management studies*, v. 51, n. 5, pp. 791-813.
<https://doi.org/10.1111/joms.12063>
- Der-Derian, James** (1987). *On diplomacy: Genealogy of Western estrangement*. Oxford: Blackwell Publishers. ISBN: 978 0 631154860
- Der-Derian, James** (2000). "Virtuous war/virtual theory". *International affairs*, v. 76, n. 4, pp. 771-788.
<https://doi.org/10.1111/1468-2346.00164>
- Der-Derian, James** (2009). "Critical encounters in international relations". *International social science journal*, v. 59, pp. 69-73.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2009.00680.x>
- Deutsch, Karl** (1953). *Nationalism and social communication: An inquiry into the foundations of nationality*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 978 0 262040020
- Deutsch, Karl** (1978). *The analysis of international relations. Foundations of modern political science*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. ISBN: 978 0 130332257
- Drezner, Daniel W.** (2017). *The ideas industry. How pessimists, partisans, and plutocrats are transforming the marketplace of ideas*. New York, NY: Oxford University Press. ISBN: 978 0 190264604
- Duncombe, Constance; Dunne, Tim** (2018). "After liberal world order". *International affairs*, v. 94, n. 1, pp. 25-42.
<https://doi.org/10.1093/ia/iix234>
- El-Issawi, Fatima** (2016). *Arab national media and political change. Recording the transition*. London: Palgrave MacMillan. ISBN: 978 1 349 70915 1
- Engel, Florencia; Becerra, Martín** (2018). "Here and there: (Re)situating Latin America in international communication theory". *Communication theory*, v. 28, n. 2, pp. 111-130.
<https://doi.org/10.1093/ct/qty005>

- Entman, Robert M.** (2008). "Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. case". *Harvard international journal of press/politics*, v. 13, pp. 87-102.
<https://doi.org/10.1177/1940161208314657>
- Esser, Frank; Neuberger, Christoph** (2019). "Realizing the democratic functions of journalism in the digital age: New alliances and a return to old values". *Journalism*, v. 20, n. 1, pp. 194-197.
<https://doi.org/10.1177/1464884918807067>
- Fels, Enrico** (2012). "Power shift? Power in international relations and the allegiance of middle powers". In: Fels, Enrico; Kremer, Jan-Frederik; Kronenberg, Katharina (eds.). *Power in the 21st century*, pp. 3-28, Berlin: Springer. ISBN: 978 3 642 25082 8
- Fernández-de-Losada, Agustí** (2019). "Hacia un ecosistema cooperativo de redes de ciudades". In: Fernández-de-Losada, Agustí; Abdullah, Hannah (coords.). *Repensando el ecosistema de redes internacionales de ciudades: retos y oportunidades*, pp. 21-32. Barcelona: Cidob. ISBN: 978 84 92511 66 2
- Fernández-Dols, José-Miguel** (2019). "La resiliencia ante el poder punzante". En: Instituto Español de Estudios Estratégicos. *Geopolítica y comunicación. La batalla por el relato*. Madrid: Ceseden.
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_trabajo/2019/DIEET01-2019Geopoliticacomunicacion.pdf
- Fernández-Vicente, Antonio** (2016). *Ciudades de aire. La utopía nihilista de las redes*. Madrid: Catarata. ISBN: 978 84 9044 250 0
- Fletcher, Seth; Schwartz, Jen; Wong, Kate** (2019). "Truth, lies & uncertainty. Searching for reality in unreal times. Special issue". *Scientific American*, September, v. 321, n. 3.
<https://www.scientificamerican.com/article/truth-lies-uncertainty>
- Frankopan, Peter** (2018). *The new silk roads. The present and the future of the world*. London: Bloomsbury Publishing. ISBN: 978 1 526607423
- Freedman, Lawrence** (2019). *La guerra futura. Un estudio sobre el pasado y el presente*. Barcelona: Crítica. ISBN: 978 84 91990758
- Fuchs, Christian** (2018). *Nationalism 2.0 The making of Brexit on social media*. London: Pluto Press. ISBN: 978 1 786802996
- Fukuyama, Francis** (2018). *Identity: Contemporary identity politics and the struggle for recognition*. London: Profile Books. ISBN: 978 1 781259818
- Gallardo-Paúls, Beatriz** (2018). *Tiempo de hipérbolos. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*. Valencia: Tiran Humanidades. ISBN: 978 84 17508 37 1
- Galtung, Johan** (1971). "A structural theory of imperialism". *Journal of peace research*, v. 8, n. 2, pp. 81-117.
<https://doi.org/10.1177/002234337100800201>
- Galtung, Johan; Ruge, Mari-Holmboe** (1965). "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers". *Journal of peace research*, v. 2, n. 1, pp. 64-91.
<https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- García-Orosa, Berta** (2019). "25 years of research in online organizational communication. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280517.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.17>
- Garton-Ash, Timothy** (2016). *Free speech: Ten principles for a connected world*. New Haven: Yale University Press. ISBN: 978 0 300226942
- Gascón, Daniel** (2015). "La memoria tiene una potencia que la historia nunca alcanza". *Letras libres*, 11 junio.
<https://www.letraslibres.com/espana-mexico/historia/la-memoria-tiene-una-potencia-que-la-historia-nunca-alcanza>
- Gilboa, Eytan** (2005). "The CNN effect: The search for a communication theory of international relations". *Political communication*, v. 22, n. 1, pp. 27-44.
<https://doi.org/10.1080/10584600590908429>
- Gilboa, Eytan** (2016). "Public diplomacy". In: Mazzoleni, Guiseppe (ed.), *The international encyclopedia of political communication*, pp. 1-9. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell. ISBN: 978 1 118541555
- Gramsci, Antonio** (1971). *Selections from the prison notebooks*. London: Lawrence and Wishart. ISBN: 978 0 717803972
- Green, Ben** (2018). "Data science as political action. Grounding data science in a politics of justice". Boston: Harvard University Working Paper.
https://scholar.harvard.edu/files/bgreen/files/data_science_as_political_action.pdf

- Grincheva, Natalia** (2019). "Beyond state versus non-state dichotomy: The state Hermitage Museum as a Russian diplomacy hybrid". *The Hague journal of diplomacy*, v. 14, n. 3, pp. 225-249.
<https://doi.org/10.1163/1871191X-14401025>
- Großman, Thomas** (2013). *Fernsehen, revolution und das ende der DDR*. Göttingen: Wallstein Verlag. ISBN: 978 3 8353 1596 9
- Guriev, Sergei; Treisman, Daniel** (2018). *Informational autocrats*.
<https://ssrn.com/abstract=3208523>
- Haass, Richard N.** (1999). "What to do with American primacy". *Foreign affairs*, v. 78, n. 5, pp. 37-49.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/1999-09-01/what-do-american-primacy>
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo** (2004). *Comparing media systems: Three models of media. Communication, society and politics*. New York: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521543088
- Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Ramaprasad, Jyotika; De-Beer, Arnold S.** (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 0 231186438
- Hartig, Falk** (2019). *Public diplomacy: Internationale PR für Staaten - eine Annäherung*. Wiesbaden: Springer. ISBN: 978 3 658 25467 4
- Herman, Edward S.; Chomsky, Noam** (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books. ISBN: 978 0 099533115
- Hinck, Robert S.; Manly, Jacquelyn N.; Kluver, Randolph A.; Norris, William J.** (2016). "Interpreting and shaping geopolitics in Chinese media: the discourse of the 'New style of great power relations'". *Asian journal of communication*, v. 26, n. 5, pp. 427-445.
<https://doi.org/10.1080/01292986.2016.1202990>
- Hirschmann, Albert** (1945, reissued in 2006). *National power and the structure of foreign trade*. Oakland, CA: University of California Press. ISBN: 978 0 520301337
- Hoffmann, Stanley** (1977). "An American social science: International relations". *Daedalus*, v. 106, n. 3, pp. 41-60.
<http://www.jstor.org/stable/20024493?origin=JSTOR-pdf>
- Holder, Matt** (2005). "Why aren't ETA 'terrorists'?". *BBC NewsWatch*, January 6th.
http://news.bbc.co.uk/newswatch/ifs/hi/newsid_4140000/newsid_4148100/4148173.stm
- Ignatieff, David** (2001). *Human rights as politics and idolatry*. Anansi Press. ISBN: 978 0 691114743
- Ikenberry, G. John** (2011). "The future of the liberal world order". *Foreign affairs*, May/June 2011, pp. 56-68.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/2011-05-01/future-liberal-world-order>
- Ingenhoff, Diana; White, Candace L.; Buhmann, Alexander; Kiouis, Spiro** (eds.) (2018). *Bridging disciplinary perspectives on the formation and effects of country image, reputation, brand, and identity*. London: Routledge. ISBN: 978 1 315271224
- International Commission for the Study of Communication Problems* (1980). *Many voices, one world*. London: Kogan Page. ISBN: 978 0 742528673
- Jarren, Otfried; Künzler, Matthias; Puppis, Manuel** (2019). "Medienstrukturen als zentrales Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft". *Publizistik*, v. 64, p. 417.
<https://doi.org/10.1007/s11616-019-00517-y>
- Jean, Michaëlle** (2016). "La Francophonie au cœur de toutes les urgences du monde". *Géoéconomie*, n. 80, pp. 8-21.
<https://www.cairn.info/revue-geo-economie-2016-3-page-8.htm>
- Jordán, Javier** (2018). *Un modelo de análisis geopolítico para el estudio de las relaciones internacionales*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_marco/2018/DIEEEM04-2018_Geopolitica_RRII_JavierJordan.pdf
- Keohane, Robert O.; Nye, Joseph S.** (1977). *Power and interdependence: World politics in transition*. Boston: Little, Brown and Company. ISBN: 0316489360
- Kostka, Genia** (2019). "China's social credit systems and public opinion: Explaining high levels of approval". *New media & society*, v. 21, n. 7, pp. 1565-1593.
<https://doi.org/10.1177/1461444819826402>
- Krasner, Stephen D.** (1983). *International regimes*. London: Cornell University Press. ISBN: 0 8014 9250 5
- Krasner, Stephen D.** (1991). "Global communications and national power". *World politics*, v. 43, n. 3, pp. 336-366.
<https://doi.org/10.2307/2010398>

- Krastev, Ivan** (2017). *After Europe*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press. ISBN: 978 0 812249439
- Krugman, Paul** (ed.) (1986). *Strategic trade policy and the new international economics*. Cambridge, MA: MIT Press. ISBN: 978 0 262111126
- Kurlantzick, Joshua** (2007). *Charm offensive: How China's soft power is transforming the world*. Newhaven, CT: Yale University Press. ISBN: 978 0 300136289
- Labarca, Claudia** (2017). "Trust in nation branding and public diplomacy: Beyond reputation and image". In: Fullerton, Jami A. & Kendrick, Alice (eds.). *Shaping international public opinion. A model for nation branding and public diplomacy*. New York: Peter Lang. ISBN: 978 1 4331 3573 6
- Labio-Bernal, Aurora** (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Barcelona: Anthropos. ISBN: 978 84 76588000
- Lacoste, Yves** (2009). *Géopolitique. La longue histoire d'aujourd'hui*. Paris: Larousse. ISBN: 978 2 035848154
- La-Porte, Teresa** (2012). "The impact of 'intermestic' non-state actors on the conceptual framework of public diplomacy". *The Hague journal of diplomacy*, v. 7, n. 4, pp. 441-458.
<https://doi.org/10.1163/1871191X-12341241>
- La vanguardia* (2017). "Juicio a la globalización". *Vanguardia dossier*, n. 65, julio/septiembre.
<https://www.lavanguardia.com/vanguardia-dossier/20170619/423376639079/juicio-globalizacion-vanguardia-dossier.html>
- López-Aranda, Ricardo** (2019). "El poder punzante. Una perspectiva española y europea". En: Instituto Español de Estudios Estratégicos. *Geopolítica y comunicación. La batalla por el relato*. Madrid: Ceseden.
<https://bit.ly/39WyHzW>
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_trabajo/2019/DIEET01-2019Geopoliticacomunicacion.pdf
- Lugo-Ocando, Jairo** (2017). "Telesur en el contexto mundial de las cadenas televisivas de noticias internacionales: Las lecciones que nunca se aprendieron". En: Suppo, HR (ed.). *Telesur: ¿Poder blando contra hegemónico?*. Buenos Aires: Sudamericana. ISBN: 978 987 4240248
- MacKinnon, Rebecca** (2013). *Consent of the networked: The worldwide struggle for internet freedom*. Reprint edition. New York: Basic Books. ISBN: 978 0 465024421
- Macnamara, Jim** (2014). "Journalism-PR relations revisited: the good news, the bad news, and insights into tomorrow's news". *Public relations review*, v. 40, pp. 739-750.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.07.002>
- Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2011). "Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública". *Communication and society*, v. 24, n. 2, pp. 199-225.
<https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/article/viewFile/36219/30734>
- Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2019). "Brand activism". *Communication and society*, v. 32, n. 4, pp. 343-359.
<https://doi.org/10.15581/003.32.4.343-359>
- Manor, Ilan** (2019). *The digitalization of public diplomacy*. London: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 3 030 04404 6
- Marwick, Alice; Lewis, Rebecca** (2017). "Media manipulation and disinformation online". *Data & society*, 15 May 2017.
<https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online>
- Matos, Geraldo; Vinuales, Gema; Sheinin, Daniel A.** (2017). "The power of politics in branding". *Journal of marketing theory and practice*, v. 25, n. 2, pp. 125-140.
<https://doi.org/10.1080/10696679.2016.1270768>
- Mattelart, Armand** (1979). *Multinational corporations and the control of culture*. Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press. ISBN: 978 0 855278519
- Mattelart, Armand** (1992). *La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies*. Paris: La Découverte/textes à l'appui. ISBN: 978 2 7007172532
- Mattelart, Tristan** (2014) (dir.). *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*. Paris: Mare et Martin Editions. ISBN: 978 2 84934 158 2
- Mattelart, Tristan; Koch, Oliver** (dirs.) (2016). *Géopolitique des télévisions transnationales d'information*. Paris: Mare et Martin Editions. ISBN: 978 2 84934 243 5
- McCord, Edward A.** (2014). "Confucius Institutes: Hardly a threat to academic freedoms". *The diplomat*, 27 March.
<https://thediplomat.com/2014/03/confucius-institutes-hardly-a-threat-to-academic-freedoms>

- Mearsheimer, John L.** (2011). *Why leaders lie. The truth about lying in international politics*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199975457
- Melissen, Jan** (ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. New York, NY: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 0 230535541
- Melucci, Alberto** (1985). "The symbolic challenge of contemporary movements". *Social research*, v. 52, pp. 789-816. <https://www.taylorfrancis.com/books/9781315264547/chapters/10.4324/9781315264547-17>
- Miège, Bernard** (1989). *La société conquise par la communication*. Grenoble: PUG. ISBN: 978 2 706103285
- Mishra, Pankaj** (2017). *Age of anger. A history of the present*. London: Allen Lane. ISBN: 978 0 241278130
- Miskimmon, Alister; O'Loughlin, Ben** (2017). "Russia's narrative of global order: Great power legacies in a polycentric world". *Politics and governance*, v. 5, n. 5, pp. 111-120. <https://doi.org/10.17645/pag.v5i3.1017>
- Miskimmon, Alister; O'Loughlin, Ben; Roselle, Laura** (eds.) (2017). *Forging the world: Strategic narratives and international relations*. Ann Arbor: University of Michigan Press. ISBN: 978 0 472 13021 4
- Molnar, Peter** (2015). *Free speech and censorship around the globe*. Budapest: Central European University Press. ISBN: 978 9633860564
- Mosco, Vicent** (1996). *The political economy of communication*. London: Sage. ISBN: 978 1 412947015
- Mousavizadeh, Nader** (2015). "The weaponization of everything: Globalization's dark side". *Reuters.com*, 25 September. <https://reut.rs/2t2xQgq>
- Müller, Jan-Werner** (2016). *Was ist populismus?: Ein essay*. Berlin: Suhrkamp. ISBN: 978 3 518075227
- Murschetz, Paul-Clemens; Teichmann, Roland; Karmassin, Matthias** (eds.) (2018). *Handbook of state aid for film*. Cham: Springer. ISBN: 978 3 030101008
- Neveu, Erik** (2001). *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte. ISBN: 978 2 707158277
- Nicholson, Harold** (1935). "Modern diplomacy and British public opinion". *International affairs (Royal Institute of International Affairs 1931-1939)*, v. 14, n. 5, pp. 599-618. <https://doi.org/10.2307/2601839>
- Nielsen, Rasmus-Kleis; Ganter, Sarah-Anne** (2018). "Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms". *New media & society*, v. 20, n. 4, pp. 1600-1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>
- Nordberg, Jenny** (2015). "Who's afraid of a feminist foreign policy?". *The New Yorker*, April 15. <https://www.newyorker.com/news/news-desk/swedens-feminist-foreign-minister>
- Norris, Pippa; Inglehart, Ronald** (2009). *Cosmopolitan communications: Culture diversity in a globalized world*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978 0 521738385
- Norris, Pippa; Inglehart, Ronald** (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit and authoritarian populism*. Ann Arbor: Cambridge University Press. ISBN: 978 1 108595841
- Noya, Javier** (2012). *Visiones del exterior. Los españoles ante un mundo en cambio* (vol. 2). Madrid: Tecnos. ISBN: 978 84 309 5608 1
- Nye, Joseph S. Jr.** (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. New York: Basic Books. ISBN: 978 0 465007448
- Nye, Joseph S. Jr.** (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs. ISBN: 978 1 586483067
- Nye, Joseph S. Jr.** (2011). *The future of power*. New York: Public Affairs. ISBN: 978 1 586488918
- Nye, Joseph S. Jr.** (2018). "How sharp power threatens soft power. The right and wrong ways to respond to authoritarian influence". *Foreign affairs*, January 24. <https://toinformistoinfluence.com/2018/01/25/nye-how-sharp-power-threatens-soft-power-the-right-and-wrong-ways-to-respond-to-authoritarian-influence>
- Ociepka, Beata** (2018). "Public diplomacy as political communication: Lessons from case studies". *European journal of communication*, v. 33, n. 3, pp. 290-303. <https://doi.org/10.1177/0267323118763909>

- Ordeix, Enric; Ginesta, Xavier** (2014). "Political engagement principles as the basis for new regional self-determination processes in Europe: The case of Catalonia". *American behavioral scientist*, v. 58, n. 7, pp. 928-940.
<https://doi.org/10.1177/0002764213506214>
- Orsini, Amandini; Le-Prestre, Philippe; Haas, Peter M.; Brosig, Malte, Pattberg, Philippe; Widerberg, Oscar; Morin, Jean-Frederic; Gómez-Mera, Laura; Harrison, Neil E.; Geyer, Robert; Chandler, David** (2019). "Complex systems and international governance". *International studies review*, viz005.
<https://doi.org/10.1093/isr/viz005>
- Osiander, Andreas** (2001). "Sovereignty, international relations, and the Westphalian myth". *International organization*, v. 55, n. 2, pp. 251-287.
<https://doi.org/10.1162/00208180151140577>
- Owen, Taylor** (2015). *Disruptive power: The crisis of the state in the digital age*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0 199363865
- Pamment, James** (2016a). *British public diplomacy and soft power*. London: Palgrave MacMillan. ISBN: 978 3 319432403
- Pamment, James** (2016b). "The international aid transparency initiative: Between communication for development, soft power and public diplomacy?". In: Pamment, James. *Intersections between public diplomacy & international development*, pp. 141-152. Los Angeles, CA: Figueroa Press. ISBN 0 18 220287 9
- Parcu, Pier-Luigi** (2019). "New digital threats to media pluralism in the information age". *Competition and regulation in network industries*, online first.
<https://doi.org/10.1177/1783591719886101>
- Paris, Roland** (2019). *Can middle powers save the liberal world order?* London: Chatham House. ISBN: 978 1 78413 334 4
<https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/2019-06-18-MiddlePowers.pdf>
- Pasquale, Frank** (2015). *The black box society*. Boston: Harvard University Press. ISBN: 978 0 674368279
- Picard, Robert G.; Pickard, Victor** (2017). *Essential principles for contemporary media and communications policymaking*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/essential-principles-contemporary-media-and-communications-policymaking>
- Pickard, Victor; Berman, David-Elliott** (2019). *After net neutrality: A new deal for the digital age*. Newhaven, CT: Yale University Press. ISBN: 978 0 300241402
- Pomerantsev, Peter** (2019). *This is not propaganda. Adventures in the war against reality*. London: Faber and Faber. ISBN: 978 0 571338634
- Powers, Matthew** (2016). "The new boots on the ground: NGOs in the changing landscape of international news". *Journalism*, v.17, 4, pp. 401-416.
<https://doi.org/10.1177/1464884914568077>
- Price, Monroe E.** (2002). *Media and sovereignty. The global information revolution and its challenge to state power*. Cambridge, MA: The MIT Press. ISBN: 978 0 262661867
- Putnam, Robert D.** (1988). "Diplomacy and domestic politics: The logic of two-level games". *International organization*, v. 42, n. 3, pp. 427-460.
<https://www.jstor.org/stable/2706785>
- Qin, Jie** (2015). "Hero on Twitter, traitor on news. How social media and legacy news frame Snowden". *The international journal of press/politics*, v. 20, n. 2, pp. 166-184.
<https://doi.org/10.1177/1940161214566709>
- Quessard-Salvaing, Maud** (2018). "Les diplomaties de l'entertainment au service du nation branding américain". In: Balzaq, Thierry; Ramel, Frédéric; Charillon, Frédéric (dir.). *Manuel de diplomatie*, pp. 321-339, Paris: Presses de Sciences Po. ISBN: 978 2 724622904
- Rachman, Gideon** (2018). "Mid-sized powers must unite to preserve the world order". *Financial Times*, 28 May.
<https://www.ft.com/content/546ca388-625d-11e8-90c2-9563a0613e56>
- Rasse, Paul** (dir.) (2013). *La diversité culturelle*. Paris: CNRS Éditions. ISBN: 978 2 271 07621 2
- Reig, Ramón** (2015). *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 84 97846189
- Rieff, David** (2003). *A bed for the night: Humanitarianism in crisis*. New York: Simon & Schuster. ISBN: 978 0 743252119

- Rivera, Tim** (2015). *Distinguishing cultural relations from cultural diplomacy: The British Council's relationship with Her Majesty's Government*. Los Angeles: Figueroa Press CPD Perspectives on public diplomacy.
<https://bit.ly/2T6HVDt>
- Robinson, Linda; Helmus, Todd C.; Cohen, Raphael S.; Nader, Alireza; Radin, Andrew; Magnuson, Madeline; Migacheva, Katya** (2018). *Modern political warfare: Current practices and possible responses*. Santa Mónica: Rand Corporation. ISBN: 978 0 8330 9707 1
https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR1772.html
- Roselle, Laura; Miskimmon, Alister; O'Loughlin, Ben** (2014). "Strategic narrative: A new means to understand soft power". *Media, war & conflict*, v. 7, n. 1, pp. 70-84.
<https://doi.org/10.1177/1750635213516696>
- Rugh, William** (2017). "American soft power and public diplomacy in the Arab world". *Palgrave communication*, v. 3, article 16104.
<https://doi.org/10.1057/palcomms.2016.104>
- Ruppert, Evelyn; Isin, Engin; Bigo, Didier** (2017). "Data politics". *Big data & society*, July-December, v. 4, n. 2.
<https://doi.org/10.1177/2053951717717749>
- Sahlins, Marshall** (2015). *Confucius Institutes: Academic malware*. Chicago: Prickly Paradigm Press. ISBN: 978 0 984201082
- Salaverría, Ramón** (2019). "Digital journalism: 25 years of research. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Samei, Marwa-Fikry-Abdel** (2016). "Public diplomacy and the clash of satellites". *Media and communication*, v. 4, n. 2, pp. 55-68.
<https://doi.org/10.17645/mac.v4i2.385>
- Sampedro, Víctor; Martínez-Avidad, Mayra** (2018). "The digital public sphere: An alternative and counterhegemonic space? The case of Spain". *International journal of communication*, v. 12, pp. 22-44.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6943>
- Samuel-Azran, Tal** (2013). "Al-Jazeera, Qatar, and new tactics in state-sponsored media diplomacy". *American behavioral scientist*, v. 57, n. 9, pp. 1293-1311.
<https://doi.org/10.1177/0002764213487736>
- Saunders, Robert A.** (2019). "Small screen IR: A tentative typology of geopolitical television". *Geopolitics*, v. 24, n. 3, pp. 691-727.
<https://doi.org/10.1080/14650045.2017.1389719>
- Scherer, Andrew-Georg; Palazzo, Guido** (2011). "The new political role of business in a globalized world: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance, and democracy". *Journal of management studies*, v. 48, n. 4, pp. 899-931.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00950.x>
- Schiller, Herbert I.** (1971). *Mass communications and American empire*. Boston: Beacon Press. ISBN: 978 0 807061756
- Schudson, Michael** (2018). *Why journalism still matters*. Cambridge: Polity Press. ISBN: 978 1 509528042
- Seib, Philip** (2008). *The Al Jazeera effect: How the new global media are shaping world politics*. Lincoln, Neb.: Potomac Books. ISBN: 978 1 59797 200 0
- Seib, Philip** (2012a). *Al Jazeera English: Global news in a changing world*. London: Palgrave MacMillan. ISBN: 978 0 230340213
- Seib, Philip** (2012b). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. New York, NY: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 0 230339439
- Servaes, Jan** (2013). "The many faces of (soft) power, democracy and the Internet". *Telematics and informatics*, v. 30, n. 4, pp. 322-330.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.04.001>
- Sierra-Caballero, Francisco** (ed.) (2019). *Teoría del valor, comunicación y territorio*. Barcelona: Siglo XXI Editores. ISBN: 978 84 32319440
- Slaughter, Anne-Marie** (2004). *A new world order*. Princeton: Princeton University Press. ISBN: 978 0 691123974
- Slaughter, Anne-Marie** (2017). *The chessboard and the Web: Strategies of connection in a networked world*. New Haven: Yale University Press. ISBN: 978 0 300215649

- Snyder, Timothy** (2018). *The road to unfreedom: Russia, Europe, America*. London: Bodley Head. ISBN: 978 0 525574460
- Sobrinho, Jon** (2004). *Cartas a Ellacuría. 1989-2004*. Madrid: Trotta. ISBN: 8481647136
- Steensen, Steen; Ahva, Laura** (2015). "Theories of journalism in a digital age". *Journalism practice*, v. 9, n. 1, pp. 1-18. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928454>
- Strange, Susan** (1988). *States and markets*. London: Pinter. ISBN: 0861879422
- Strömbäck, Jesper; Kiouisis, Spiro** (eds.) (2011). *Political public relations: principles and applications*. New York: Routledge. ISBN: 978 0 203864173
- Stroud, Natalie-Jomini, Thorson, Emily; Young, Dannagal** (2017). "Making sense of information and judging its credibility". In: *Understanding and addressing the disinformation ecosystem*. First draft, pp. 45-50. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v3.pdf>
- Sultan, Nabil** (2013). "Al Jazeera: Reflections on the Arab Spring". *Journal of Arabian studies*, v. 3, n. 2, pp. 249-264. <https://doi.org/10.1080/21534764.2013.863821>
- Surm, Jasmin** (2019). "AFP, EFE and DPA as international news agencies". *Journalism*, first online. <https://doi.org/10.1177/1464884919883491>
- Swedish Civil Contingencies Agency** (2018). *Countering information influence activities – A handbook for communicators*. Stockholm: Swedish Civil Contingencies Agency. <https://www.msb.se/RibData/Filer/pdf/28698.pdf>
- Tanveer, Tayyaba** (2019). "The world economy's strange new rules. A special report". *The Economist*, 12 Oct. 2019, pp. 1-12. https://www.academia.edu/40639620/The_Economist_UK_edition_1
- The American University** (1989). *International communication program, International communication as a field of study*. Washington, DC: American University. <https://www.american.edu/sis/ic>
- The Economist** (2017). "The retreat of the global company", 28 Jan. 2017, pp. 19-22. <https://www.economist.com/briefing/2017/01/28/the-retreat-of-the-global-company>
- The Economist** (2019). "Markets in an age of anxiety". *The Economist*, 17 Aug. 2019, pp. 1-12. <https://www.economist.com/printedition/2019-08-17>
- Thussu, Daya-Kishan** (2000). *International communication. Continuity and change*. London: Arnold Publishers. ISBN: 0 340 74130 9
- Thussu, Daya-Kishan; De-Burgh, Hugo; Shi, Anbin** (2017). *China's media go global*. London: Routledge. ISBN: 978 1 138665842
- Toscano-Méndez, Manuel** (2017). "Sobre el concepto de privacidad: la relación entre privacidad e intimidad". *Isegoría: revista de filosofía moral y política*, v. 57, pp. 533-552. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2017.057.06>
- Tucker, Joshua A.; Guess, Andrew; Barberá, Pablo; Vaccari, Christian; Siegel, Alexandra; Sanovich, Sergey; Stukal, Denis; Nyhan, Brendan** (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Foundation. <https://bit.ly/2sRdSFv>
- Tworek, Heidi** (2019). "Information warfare is here to stay". *Foreign affairs*, 25 April. <https://www.foreignaffairs.com/articles/germany/2019-04-25/information-warfare-here-stay>
- Ufarte-Ruiz, María-José; Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2019). "Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa". *Doxa.Comunicación*, n. 29, pp. 213-233. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a11>
- Ünver, Hamid-Akin** (2017). *Computational diplomacy. Cyber governance and digital democracy*. *Cyber governance and digital democracy*, November. Edam, Centre for Economics and Foreign Policy Study. http://edam.org.tr/wp-content/uploads/2017/11/bilisimsel_diplomasi_EN.pdf
- Valcke, Peggy; Sukosd, Miklos; Picard, Robert J.** (2015). *Media pluralism and diversity: Concepts, risks and global trends*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1 349 56626 6
- Van-der-Pijl, Kees** (2014). *The discipline of Western supremacy. Modes of foreign relations and political economy*. Volume III. London: Pluto Press. ISBN: 0745323189

- Vanc, Antoaneta M.; Fitzpatrick, Kathy R.** (2016). "Scope and status of public diplomacy research by public research scholars, 1990-2014". *Public relations review*, v. 42, n. 3, pp. 432-440.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.012>
- Waisbord, Silvio** (2019). *Communication: A post-discipline*. Cambridge: Polity Press. ISBN: 978 1 509520091
- Walker, Christopher; Ludwig, Jessica** (2017). "The meaning of sharp power. How authoritarian states project influence". *Foreign affairs*, 16 November.
<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-16/meaning-sharp-power>
- Wheeler, Mark** (2013). *Celebrity politics*. Cambridge: Polity Press. ISBN: 978 0 745652498
- Wiedemann, Thomas; Meyen, Michael** (2016). "Internationalization through americanization: The expansion of the international communication association's leadership to the World". *International journal of communication*, v. 10, pp. 1489-1509.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4504>
- Wilke, Jürgen; Heimprecht, Christine; Cohen, Akiba** (2012). "The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries". *International communication gazette*, v. 74, n. 4, pp. 301-322.
<https://doi.org/10.1177/1748048512439812>
- Wills, John** (2019). "Is call of duty really promoting anti-Russian propaganda?". *The conversation*, 8 November.
<https://theconversation.com/is-call-of-duty-really-promoting-anti-russian-propaganda-126459>
- Yablokov, Ilya** (2015). "Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool: The case of Russia Today (RT)". *Politics*, v. 35, n. 3-4, pp. 301-315.
<https://doi.org/10.1111/1467-9256.12097>
- Zaharna, Rhonda S.; Uysal, Nur** (2016). "Going for the jugular in public diplomacy: How adversarial publics using social media are challenging state legitimacy". *Public relations review*, v. 42, n. 1, pp. 109-119.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.006>
- Zayani, Mohamed** (2005). *The Al Jazeera phenomenon. Critical perspectives on new Arab media*. London: Pluto Press. ISBN: 978 1 594511264
- Zeraoui, Zidane; Castillo-Villar, Fernando R.** (2016). "La paradiplomacia de la ciudad. Una estrategia de desarrollo urbano". *Revista del CLAD Reforma y democracia*, n. 65, pp. 225-242.
<http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/065-junio-2016/Zeraoui.pdf>
- Zuboff, Shoshana** (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. London: Profile. ISBN: 978 1 781256855

La **Fundación Biblioteca Social** es una institución sin ánimo de lucro que se constituyó en el año 2014. Tiene como objetivo contribuir a compensar los desequilibrios sociales apoyando proyectos que llevan a cabo las bibliotecas públicas, dirigidos a los sectores más vulnerables de la sociedad.

¿Colaboras?

fundacionbibliotecasocial.org
info@fundacionbibliotecasocial.org
 @Biblio_Social
 FundacionBibliotecasSocial



Mapa de proyectos de bibliotecas públicas para la inclusión social. 2016.