

**Autor:** Andrés Shoai

**Título:** La ética del diálogo en la era digital: Indagaciones en torno a la relación entre organizaciones y públicos en España

**Title:** *The ethics of dialogue in the digital age: inquiries into the relationship between organisations and publics in the digital age*

**Director/directores:** Dr. Luis Núñez Ladevéze y Dra. Tamara Vázquez Barrio

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad CEU San Pablo, Madrid, 16 de abril de 2021

**Tribunal:**

Presidente: Dra. Salomé Berrocal Gonzalo (Universidad de Valladolid)

Vocal: Dr. Marcin Lewinski (Universidade Nova de Lisboa)

Vocal: Dra. María Cruz López de Ayala (Universidad Rey Juan Carlos)

Vocal: Dra. María Pilar Paricio Esteban (Universidad CEU Cardenal Herrera)

Secretaria: María Sánchez Valle (Universidad CEU San Pablo)

**Calificación:** Sobresaliente

**Resumen:** Tesis por compendio de publicaciones que gira en torno a dos objetivos: el primero es identificar las expectativas de tipo ético que se han depositado en las tecnologías digitales de comunicación en el campo de las relaciones entre organizaciones y públicos; el segundo es contrastar, mediante una indagación en el ámbito de la comunicación corporativa en España, si tales expectativas se han visto cumplidas en la realidad. La metodología combina revisión crítica de investigaciones, análisis del discurso y entrevistas en profundidad. Como conclusión, se destaca el incumplimiento de la “promesa dialógica” de los nuevos medios. A pesar de ello, el vínculo entre tecnología digital y diálogo sigue siendo fuerte en el discurso profesional. La investigación también observa una “disonancia pragmática” con respecto al concepto de diálogo y explora la posibilidad de incidir en este tema desde la consultoría de comunicación.

**Palabras clave:** Diálogo; ética; redes sociales; organizaciones; públicos, consultoría.

**Abstract:** *Thesis by compendium of publications that focuses on two objectives. The first is to identify the expectations of an ethical nature that have been placed in digital technologies of communication in the field of public relations; the second one is to verify, by means of an investigation in the environment of corporate communications in Spain, if such expectations have been fulfilled in reality. The methodology combines critical revision of research, discourse analysis and in-depth interviews. As a conclusion, the unfulfilled “dialogic promise” of new media stands out. Despite this, the connection between digital technology and dialogue is still strong in the professional discourse. The research also observes a “pragmatic dissonance” in the concept of dialogue and explores the possibility of influencing this issue through communications consultancy.*

**Keywords:** *Dialogue; ethics; social media; organizations; publics; consultancy.*

**URL de consulta:** <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/12450>

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0003-2750-755X>