

CV JORDI RODRÍGUEZ VIRGILI

Doctor en Comunicación Pública con Premio extraordinario, es Profesor Titular de Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, con una experiencia docente de 3 quinquenios en el área de la Comunicación Política.

Es Vicedecano de Profesorado y Ordenación Académica de la Facultad de Comunicación. Ha sido director y subdirector del Máster en Comunicación Política y Corporativa (MCPC); así como subdirector y secretario del Departamento de Comunicación Pública.

Rodríguez Virgili ha dirigido dos tesis doctorales. Su investigación se centra en los efectos de los medios y la comunicación política, dentro de la línea de investigación de la Facultad en "Medios y Sociedad". Participa en el proyecto de investigación "Comunicación Pública, transparencia, rendición de cuentas y participación en los gobiernos locales", CSO2013-46997-R.

Entre sus publicaciones pueden destacarse:

REBOLLEDO, M., ZAMORA, R. y RODRÍGUEZ VIRGILI, J., "Transparency, Accountability and Participation in local Governments: a comparative study of Spanish councils websites", *Medijske studije*, 7(14), 2016: 48-63.

ECHART, P. y RODRIGUEZ VIRGILI, J., "Un liderazgo transformacional y ejemplar: la imagen de Nelson Mandela en *Invictus*", *Revista Empresa y Humanismo*, 17(1), 2014: 7-22.

RODRIGUEZ VIRGILI, J., SADABA, T., y BARTOLOMÉ, M., "Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política", *Observatorio (OBS*)*, Portugal, 6(2), 2012: 109-126.

RODRÍGUEZ VIRGILI, J., SÁDABA, T. y JOVÉ, M., "La communication des européennes dans une Espagne en crise" en *La communication politique européenne sans l'Europe*, L'Harmattan, París, 2012 : 141-160.

RODRIGUEZ VIRGILI, Jordi y BARTOLOMÉ, Manuel, "Pugna de frames en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011)", *Estudios sobre le Mensaje Periodístico*, 18(2), 2012: 439-457.

RODRÍGUEZ VIRGILI, J., LÓPEZ-ESCOBAR, E. y TOLSÁ, A., "La percepción pública de los políticos, los partidos y la política, y uso de medios de comunicación" *Comunicación y Sociedad*, 24(2), 2011: 7-40.