El futuro de la comunicación: RSC, empresas, valores

Esta edición número 79 de TELOS lleva consigo un notable esfuerzo por adelantar los escenarios de futuro en plena crisis que, como revelan algunos textos, no es sólo económica y financiera, sino también de valores e identidades, de usos comunicativos y de estrategias empresariales y de negocios.

El mayor empeño de análisis integral de ese viejo-nuevo mundo corresponde probablemente a la sección de Autores Invitados, en la que dos analistas de prestigio en sus respectivos campos sintetizan múltiples y trascendentales problemas aparentemente dispersos. De un lado, Román Gubern (Universidad Autónoma de Barcelona), ensayista internacional y Premio Fundesco, despliega una visión panorámica de las transformaciones suscitadas en la comunicación y la cultura por la expansión de las tecnologías y las nuevas redes. Por otra parte, Francisco Jarauta (Universidad de Murcia), reputado filósofo y humanista, plantea la necesidad de una redefinición de valores culturales para hacer frente a las grandes crisis y contradicciones del mundo contemporáneo.

Previamente, dos Tribunas de Comunicación han suscitado temas específicos e importantes, que no dejan de afectar a millones de personas. Así, José Manuel Pérez Tornero (Universidad Autónoma de Barcelona) contempla cómo se abre paso en Europa un largamente reivindicado nuevo derecho de la comunicación en forma de alfabetización mediática de los ciudadanos. Y Rafael López Lita y Cristina González Oñate (Universidad Jaume I) reflexionan sobre la necesidad y urgencia de reforzar la investigación en comunicación como exigencia a las empresas frente a la crisis económica.

El plato central de esta entrega de TELOS es un amplio dossier dedicado a la problemática de la Responsabilidad Social Corporativa, y de sus transformaciones en tiempos actuales ante las nuevas redes y la crisis financiera. Coordinado por José Fernández Beaumont (Universidad Carlos III), Editor Adjunto de Telos, ha conseguido reunir a una docena de expertos de primera fila procedentes tanto de la Universidad (Justo Villafañe) como de las Escuelas de negocio (Tomás Garicano, Diego Torres, Antonio Argandoña), de la experiencia directa de la gestión en

Fundación Telefónica
Telefónica

grandes grupos empresariales (Alberto Andreu, José Luis Lizcano, Esther Trujillo), del Parlamento (Ramón Jáuregui), de Fundaciones (como Juan Manuel Eguiagaray, Víctor Viñuales) o incluso de organismos internacionales (Bernardo Kliksberg).

Aunque la Introducción de José Fernández Beaumont a este dossier sintetiza bien las aportaciones de nuestra monografía, puede adelantarse que el resultado de conjunto es todo un compendio sobre la RSC, declinado en sus relaciones estrechas con la comunicación, con la acción social, con la reputación corporativa, con el progreso social y el desarrollo. Pero también, en los Puntos de Vista de nuestro dossier, el abanico se abre a relaciones de la RSC con la competitividad empresarial, con la regulación pública, los valores éticos, la inversión, su verificación y la sostenibilidad económica.

Las otras secciones habituales de TELOS contemplan una diversidad de temas y tratamientos relacionados también con los cambios que está sufriendo la comunicación en nuestro tiempo y los escenarios de futuro que se dibujan. De esta forma, en Perspectivas, Francisco Rui Cádima (Universidad Nova de Lisboa) examina la problemática de la construcción de la identidad y la diversidad audiovisual a través del camino, nada exento de contradicciones, de la Unión Europea; y Juan Pedro Artero (Universidad de Navarra) parte de las serias transformaciones que se están produciendo en los usos sociales de los medios de comunicación para plantear las nuevas estrategias empresariales requeridas.

En la sección de Análisis, los estudios se hacen más reducidos e intensivos, pero no por ello pierden capacidad de universalidad. De esta forma, Andreu Casero (Universidad Jaume I) analiza la implantación de la Televisión Digital Terrestre en España desde la perspectiva de los profundos cambios que empieza a sufrir la publicidad televisiva para adecuarse a ese panorama de multiplicación de la oferta e hipersegmentación de la demanda; y Cosette Castro (Universidad del Estado de Sao Paulo) toma como referencia el panorama de las programaciones televisivas de entretenimiento en Brasil en los últimos años para trazar toda una ?cartografía? audiovisual de las relaciones entre creación local y producción global. Más concreto aún es el trabajo de campo contemplado en Experiencias por Juan Pablo Molina (Universidad Carlos III), quien analiza el campo original y poco examinado de la edición de los libros de texto para verificar cruzadamente sus pugnas de intereses y de expresiones ideológicas.

En fin, este número de TELOS incluye en sus habituales secciones de actualidad y servicio al profesional y al investigador (revistas internacionales, reseñas y escaparate de libros editados, agenda de congresos, balance de investigaciones y tesis) una novedad interesante: una sección de Regulación, a cargo de Ángel García Castillejo, jurista de amplia experiencia en la convergencia, que dará cuenta cumplidamente de las novedades legislativas de cada trimestre en los campos de las telecomunicaciones, el audiovisual e Internet, con comentarios e interpretaciones jurídicas alusivas. Terrenos todos ellos en los que las rápidas y constantes transformaciones de la realidad económica y social van acompañadas, a veces condicionadas, por una hiperactividad legislativa y reglamentaria propia de los mercados complejos, que condiciona inevitablemente los desarrollos futuros en todos los terrenos.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica
Telefónica