

Obra digital

La utilización social de internet en entornos educativos, multimedia y empresariales

EDITORIAL

Con este número, concluimos un año más de edición continuada de Obra Digital, Revista de Comunicación.

El número 7, con cinco colaboraciones, profundiza en la adaptación que diferentes sectores están realizando con la consolidación de internet como herramienta de comunicación entre organizaciones y usuarios. El sector de la educación aprovecha la herramienta para interactuar con sus alumnos, además de como recurso educativo en las aulas. Sectores como el turístico y el cárnico diseñan campañas de responsabilidad social corporativa para concienciar y comunicar a sus grupos de interés, a la vez que las televisiones locales generan canales paralelos con su audiencia aprovechando las redes sociales y otras posibilidades que ofrece Internet. El análisis de estos diferentes artículos permitirá al lector conocer la realidad social de la world wide web desde diferentes perspectivas en estos específicos sectores y entornos.

El primer estudio de caso está firmado por Aida Martori Muntsant, investigadora y profesora de la Universidad Autónoma de Barcelona (España) quién analiza el paso de la tecnología analógica a la digital que ha provocado cambios relevantes en el modelo de televisión, tanto en lo que se refiere a su estructura como a su función. Se centra en las emisoras de proximidad en Cataluña como caso paradigmático en su adaptación a Internet.

A continuación, las doctoras Aramayo García, Arimany Serrat, de Uribe Gil y Sabata Aliberch de la Universidad de Vic – Universidad Central de Cataluña (España) proponen un texto que explora las buenas prácticas en la responsabilidad social corporativa (RSC) pero enfocadas a la sostenibilidad empresarial, donde ha incrementado su importancia. La comunicación es una parte intrínseca de la RSC, viabiliza el diálogo con los grupos de interés, pero no siempre es eficiente, por ello el objetivo de este estudio es el de evaluar la gestión de la comunicación web que realizan las empresas del sector cárnico catalán.

El tercer artículo presentado por el Dr. González Tardón y Rebeca Amieva de la Vega, se trata de un estudio novedoso, en el que se describe un programa puesto en marcha en el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (España) con el objetivo de cambiar el modelo de comunicación institucional por medio de la participación de los empleados en las redes sociales. Para ello se apoyaron de una estructura gamificada, que monitorizaba la actividad de los participantes en Twitter. Los resultados demostraron el éxito de #dametuits así como el efecto de los premios tangibles en el rendimiento de los usuarios.

La Dra. González Romo de la Universidad de Vic – Universidad Central de Cataluña (España) discute la gestión de intangibles en la responsabilidad social corporativa dentro de la empresa turística familiar, la cual puede afectar positivamente a la rentabilidad final de la empresa y generalmente tiene relación con la visión del negocio a largo plazo. Teniendo estos aspectos como punto de partida, su investigación analiza y detecta los diferentes intangibles en el sector turístico y comercial identificados por turistas y visitantes.

Finalmente mostramos un estudio preliminar presentado por el profesor Diego Linares, estudiante de doctorado de la Universidad de Vic – Universidad Central de Cataluña (España) y destinado a conocer el uso que los profesores españoles hacen de las herramientas de autoría multimedia y el modo en que éstas se están adaptando a los cambios promovidos en los usuarios por la Web 2.0.

Con este número 7 concluimos el año 2014. En nuestra corta historia, han sido 7 números desde septiembre de 2011 -publicando artículos semestralmente-, 36 textos y 56 autores en total. Afrontamos el futuro de Obra Digital, Revista de Comunicación, con responsabilidad para seguir prestando un buen servicio a la comunidad interesada en el ámbito de la Comunicación.

Agradecemos a todos los colaboradores su entrega y dedicación por producir textos originales y de calidad que consiguen despertar la inquietud de otros autores y por sugerirnos nuevos escenarios comunicativos.

Dra. Ruth S. Contreras Espinosa