

Comunicación y Empresa Responsable

Juan Benavides y Abel Monfort (coords.)

EUNSA

Navarra, 2015

496 pp.

ISBN: 9788431330637

Comunicación y Empresa Responsable es un manual coordinado por Juan Benavides, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid, y Abel Monfort, Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesor de Reputación y Responsabilidad Social Corporativa.

El libro busca situarse como una obra divulgativa que aporte valor tanto a alumnos como a profesionales de la gestión estratégica de la comunicación y de la Responsabilidad Social Corporativa. Desde una visión transversal, Comunicación y Empresa Responsable propone una narrativa en torno a las interrelaciones y sinergias que surgen entre los diferentes departamentos de intangibles empresariales. En concreto, profundiza en el papel que desempeña la Responsabilidad Social Corporativa en el conjunto de vínculos que surgen con la ética, la marca, la reputación, la publicidad y las diferentes formas de comunicación (relaciones públicas, medios, comunicación online y comunicación institucional).

Cada capítulo es tratado por un académico y comentado, a modo de caso de estudio, por un profesional de las principales empresas del país. En total, más de cuarenta académicos y practitioners de diversas universidades y compañías han abordado la temática de la Responsabilidad Social desde sus líneas de investigación y experiencia laboral. El libro tiene en consideración el punto de vista de las nuevas formas de comunicación y los nuevos retos en la gestión de marca. Asimismo, realiza una reflexión ética en torno a la complejidad de la comunicación en un mundo globali-

zado y la necesidad de gestionar desde el alineamiento entre el hacer y el decir, así como desde el diálogo y el cumplimiento de las expectativas con los grupos de interés.

Tanto estudiantes como profesionales podrán comprender la dificultad de la comunicación en los contextos actuales de mercado. En concreto, en la tarea de vincular los diferentes intangibles de la organización con las demandas de sus públicos y la sociedad. El manual presenta una estructura didáctica y tiene en cuenta los currículos académicos y las necesidades profesionales, puesto que en su redacción han colaborado directivos que trabajan en torno a la gestión de intangibles y la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), y académicos de centros públicos y privados.

El lector se encontrará con un profundo análisis de la incidencia de la RSE en la gestión de la marca, la cultura y la reputación corporativa; pero también los criterios deontológicos para la publicidad comercial, dirección de comunicación, relaciones públicas, comunicación institucional y comunicación online.

Comunicación y Empresa Responsable ha sido editado por EUNSA y se divide en los siguientes bloques: ética y comunicación en un mundo globalizado; introducción a la ética empresarial; la presencia ética en la estrategia de marca corporativa; la ética en otros sectores de la profesión; y, por último, el profesional de la comunicación.

Todos estos bloques sintetizan en una única obra el estado de la cuestión del management en gestión de intangibles y, en especial, en Responsabilidad Social Corporativa. En este sentido, parece conveniente que no se haya incluido un capítulo dedicado a toda la legislación y certificados en torno a la Responsabilidad Social, aunque se eche de menos. No obstante, los objetivos del libro no buscan ese nivel técnico, sino el conocimiento vinculado con la gestión misma de la Responsabilidad Social desde un carácter transversal con el resto de intangibles. La coordinación es adecuada puesto que existe una clara línea narrativa que permite al lector acceder a capítulos específicos o construir toda su lectura de manera lineal.

Marisa Sarget Tarifa
Centro Universitario Villanueva