

**Título:** A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NAS RADIOTELEVISIÓNS PÚBLICAS DA UNIÓN EUROPEA

**Nombre:** Fernández Lombao, Tania

**Universidad:** Universidad de Santiago de Compostela

**Departamento:** Ciencias de la comunicación

**Fecha de lectura:** 15/05/2015

**Programa de doctorado:** Comunicación e Industrias Creativas

**Dirección:**

> **Director:** Francisco Campos Freire

**Tribunal:**

> **presidente:** BERNARDO DIAZ NOSTY

> **secretario:** José Soengas Pérez

> **vocal:** EMMA TORRES ROMAY

> **vocal:** Xosé López García

> **vocal:** Inmaculada ANAYA REVUELTA

**Descriptor:**

> INFORMACION

> MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

> OPINION PUBLICA

**El fichero de tesis** ya ha sido incorporado al sistema

> 2015fernaaresp.pdf

**Localización:** BIBLIOTECA XERAL DA USC

**Resumen:** O título desta tese de doutoramento é *¿A Responsabilidade Social Corporativa nas radiotelevisións públicas da Unión Europea¿*. Esta cabeceira engloba as dúas cuestións sobre as que gravita toda a investigación: os medios de comunicación públicos e o sistema de autorregulación no ámbito da xestión. A inferencia política, os procesos viciados na toma de decisións, a caída da credibilidade e a desidia no cumprimento da misión de servizo público abocou ao groso das corporacións de radiotelevisión públicas da Unión Europea a baixos niveis de credibilidade e reputación. Non se trata dunha caída abrupta, de feito preto da metade continúan controlando o mercado de audiencias dos seus respectivos países, se ben a tendencia é negativa.

A crise económica continúa a facer dano nestes entes que se viron obrigados a reestruturar cadros de persoal e reducir servizos. Todo isto, enmarcado nun escenario de converxencia dixital que propiciou a proliferación de canles, a fragmentación das audiencias e a chegada da comunicación 2.0 como alicerce da interactividade. Neste contexto, preséntase a Responsabilidade Social Corporativa como sistema a través do cal xestionar o

comportamento responsable no eido económico, social e medioambiental. Ademais, é un concepto chave para garantir o correcto desenvolvemento da función de servizo público que lexitima a propia existencia das radiotelevisións públicas e sen a cal tenderían á desaparición.

A investigación xira arredor da implementación da RSC nas corporacións de Alemaña, Austria, Bélxica, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Portugal e Reino Unido. Por unha banda, esmiúzase o contido das memorias de desempeño sobre esta cuestión que estes entes publican periodicamente e, por outra, achéganse os resultados dun cuestionario de vinte e oito preguntas que foi enviado a toas as radiotelevisións públicas europeas, desenvolvan ou non este sistema de xestión.

Os resultados constatan que a vontade das nove corporacións que desenvolven accións formalmente entendidas como Responsabilidade Social Corporativa é a de robustecer a reputación nun escenario cada vez máis competitivo. Neste senso, os ámbitos aos que destinan a maior parte dos seus esforzos son o laboral e o medioambiental, seguidos do social.

Detéctanse dúas eivas na asunción desta filosofía. A primeira é relativa á pouca atención prestada aos preceptos da misión de servizo público á hora de desenvolver a RSC. A segunda ten que ver coa falta de avaliación. Ningunha das nove corporacións emprega auditorías, internas ou externas, para avaliar o éxito ou fracaso das súas accións. Sen medición non é posible a elaboración de estratexias cribles e realizables.