

La regulación de la Responsabilidad Social Corporativa en las radiotelevisiones autonómicas

Tania Fernández Lombao

Profesora asociada de la Universidad de Santiago de Compostela. España

Resumen:

Esta comunicación presenta un análisis sobre la relación entre las disposiciones de la legislación sobre responsabilidad social corporativa (RSC) y la verdadera implementación de este sistema de autorregulación en las radiotelevisiones públicas de las Comunidades Autónomas.

A nivel estatal, la *Ley de Economía Sostenible*, aprobada en 2011, insta a las empresas públicas a desarrollar estrategias de RSC y ocho Comunidades Autónomas han lanzado diferentes iniciativas intervencionistas en este sentido: Islas Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Murcia, Navarra, Islas Canarias y Galicia.

No obstante, no existe una traslación de la legislación al plano práctico, puesto que tan solo tres de las radiotelevisiones autonómicas del Estado –CRTVG, CCMA y EITB- publican sus estrategias de responsabilidad social y emiten informes periódicos de desempeño.

El análisis de contenido ha sido la metodología utilizada para determinar si efectivamente las leyes autonómicas existentes sobre responsabilidad social dan continuidad a la *Ley de Economía Sostenible*. Por otra parte, se ha profundizado en las líneas estratégicas sobre esta materia en las radiotelevisiones autonómicas en las que se ha implantado la responsabilidad social, con el fin de constatar si ha sido para responder a los dictados legislativos o si se ha producido de forma voluntaria.

Los resultados de este estudio dejan constancia de la escasa o nula relación que existe entre el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en las radiotelevisiones de las Comunidades Autónomas españolas y la legislación estatal o autonómica en cada caso.

Palabras clave: radiotelevisión pública autonómica, responsabilidad social, legislación.

1. Introducción

La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario asumido por las organizaciones ante los impactos ambientales, sociales y económicos que provocan en los entornos en los que desarrollan su actividad. A pesar de formarse como concepto en el ámbito de la empresa privada y bajo el marco de la globalización, este sistema de autorregulación ha dado el salto a la empresa de titularidad pública. Todo ello, mientras asume una progresiva presión regulatoria.

Carroll (1979) presentó un modelo tridimensional de la responsabilidad social que, según su teoría, abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo.

Posteriormente, añadió que la RSC implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso con la ley, ético y socialmente solidario. Esto significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones para debatir la ética de la empresa y el grado en el que se apoya la sociedad, con las contribuciones de dinero, tiempo y talento (Carroll, 1983).

A pesar de las buenas voluntades que se le asocian, la responsabilidad social corporativa ha tenido enfrente a detractores. Entre ellos, destaca Milton Friedman (1970), que la describió como una doctrina subversiva en una sociedad libre porque, a su juicio, hay solo una responsabilidad social en las empresas: usar y alinear sus recursos y sus actividades para incrementar los beneficios, siempre que se cumpla con las leyes, lo que es tanto como decir que opera en libre competencia evitando cometer fraude.

En el ámbito mediático, numerosos estudios ponen de manifiesto la escasa implementación de la responsabilidad social corporativa en las empresas de comunicación (Ferré y Orozco, 2011), el poco compromiso con la sostenibilidad (Fundación Alternativas, 2009), la falta de aplicación de índices de RSC (Gulyás, 2009) y el desconocimiento generalizado de sus prácticas (Vives, 2010)

Las empresas de comunicación e información se sitúan en el epicentro de la nueva economía de lo intangible, centrada en el valor del conocimiento y lo social. Esta perspectiva se apoya en la idea de que las empresas son instituciones con interdependencias mutuas con el resto de la sociedad y son sus condiciones las que determinan en buena medida la capacidad de la empresa de prosperar y generar beneficios (Campos, García y Salgueiro, 2010).

La RSC de los medios de comunicación debe ser abordada desde una doble perspectiva, en tanto que son empresas y representan servicio público de forma simultánea (Bertrand, 1993), es decir, se apoyan en la oferta de información veraz al tiempo que desarrollan actividades de negocio en una comunidad.

Las empresas informativas retrasaron su incorporación al modelo de la responsabilidad social corporativa debido, en parte, a la escasa presión a la que el sector fue sometido por parte de los grupos de interés. Este sistema de autorregulación tardó algo más en hacer entrada en las empresas públicas de

comunicación, donde el cumplimiento de la propia misión de servicio público se veía suficiente para atender las necesidades de los *stakeholders*.

Núñez Ladeveze, Irisarri y Morales (2015) apelan a distinguir entre obligaciones comunes de la RSC, como la sostenibilidad y el medio ambiente, y las responsabilidades específicas, propias de su objeto social, que en el caso de los medios de comunicación es su producción y oferta programática.

Desde el arranque del S.XXI asistimos a una progresiva normativización y presión regulatoria (Nieto, 2005) de la responsabilidad social por medio de regulaciones, estándares, códigos que han obligado a dar un paso desde la voluntariedad a la obligatoriedad.

Bajo este panorama subyace una fuerte dicotomía: la pugna entre la desregulación y libertad de empresa propia del sistema capitalista y la regulación del Estado social y de bienestar que impera en Europa (Fuentes, 2006).

La primera gran crisis económica del siglo XXI ha vuelto a remover con fuerza los estamentos de los medios públicos. Cuando la confianza y la reputación rompieron como valores más precarios, las organizaciones redoblan sus esfuerzos para recuperarlos y protegerlos. Pero por eso necesitan transformar sus prácticas en pautas de credibilidad, lo que significa hacer las cosas bien y demostrar que se están haciendo así. Asumir esa responsabilidad social es el eslabón de la cadena de valor que las empresas tratan de ligar a la reputación. Es como un pacto de autenticidad para los grupos relacionados con los medios. El interés por la RSC no solo no se redujo sino que creció a raíz de la crisis económica (Campos, 2012).

Además, al tiempo que se produce esa antítesis, en torno a la RSC se ha generado un "efecto halo" asociado a los programas sociales y la filantropía empresarial, efecto que ha "secuestrado" su verdadera naturaleza. Hoy la RSC está vinculada básicamente a la filantropía como palanca de construcción y mejora de imagen, y existen serias dudas de que ese concepto pueda abandonar ese efecto halo (Andreu y Fernández, 2011).

En este contexto, hay autores que propugnan una evolución de la responsabilidad social corporativa con el objetivo de vincularla más al valor y al *core business* de cada empresa. Una de las propuestas es la sostenibilidad corporativa.

El Dow Jones Sustainability Index (DJSI) dice que la sostenibilidad corporativa es el enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medio ambiental y social (Andreu y Fernández, 2011).

2. Metodología

El objetivo de esta comunicación es probar el grado de relación que existe entre el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en las radiotelevisiónes de las Comunidades Autónomas españolas y la legislación estatal o autonómica en cada caso.

Para tal fin, se ha utilizado una metodología basada en el análisis de contenido, para determinar si efectivamente las leyes autonómicas existentes sobre RSC dan continuidad a la Ley de Economía Sostenible con la finalidad de urgir a las empresas públicas a implementar este sistema de autorregulación.

En este sentido, se procede en los siguientes apartados a desgranar la legislación europea, estatal y autonómica en materia de responsabilidad social corporativa. Se presenta toda la normativa relativa a este concepto, que puede estar relacionada o no, según el caso, con el ámbito de las empresas de titularidad pública.

Por otra parte, se ha profundizado en las causas de la implementación de la responsabilidad social en las radiotelevisiones autonómicas, en tanto que se pretende conocer si la legislación ha influido en su decisión de poner en marcha estrategias y acciones de RSC.

De este modo, se ha enviado una encuesta, vía electrónica, a las doce radiotelevisiones públicas de las Comunidades Autónomas españolas para conocer las causas de sus decisiones sobre RSC. El cuestionario, enviado en tres ocasiones, solo obtuvo respuesta por parte de la Corporació Català de Mitjans Audiovisuals (CCMA) y la Compañía Radio Televisión de Galicia (CRTVG), dos de los tres entes que publican memorias de desempeño de RSC en sus páginas web, junto a Euskal Irrati Telebista (EITB) del País Vasco.

Las personas que se encargaron de dar respuesta a los cuestionarios fueron el director de Comunicación de la Compañía Radio Televisión de Galicia, Fernando Ojea, y la responsable del departamento de Responsabilidad Social Corporativa de la Corporació Català de Mitjans Audiovisuals, Laura Baladas.

En primer lugar se procede a detallar los contenidos legislativos en los tres niveles –europeo, estatal y autonómico- para seguidamente estudiar los motivos de la implementación de RSC en las dos radiotelevisiones que se prestaron a responder el cuestionario.

2. Contexto europeo

La Unión Europea empezó a redactar normativas comunitarias sobre responsabilidad social corporativa a inicios del siglo XXI, sentando los pilares de la legislación de este concepto en las empresas de titularidad pública. No obstante, en el afán de la UE de no intervenir en demasía y dejar espacio al liberalismo, no superó la línea de las recomendaciones y elaborar normas vinculantes para todos los Estados miembros.

En la primera década del presente siglo publicó cinco documentos sobre la implementación de la responsabilidad social corporativa como nuevo modelo de gestión horizontal y responsable. Con el inicio de la segunda década, presentó una estrategia trienal para garantizar el desarrollo del concepto con la mirada situada en el horizonte 2020. Además, en abril de 2014 aprobó la Directiva para la Divulgación de Información No Financiera y Diversidad.

El Consejo Europeo de Estocolmo, en marzo de 2011, debatió sobre iniciativas empresariales para fomentar la RSC y anunció una publicación sobre esa temática. En julio de ese año vio la luz el Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas.

Los ejes del documento son: 1) fomentar prácticas correctas en las empresas; 2) velar por la coherencia entre las políticas estatales y los estándares internacionales; 3) promover el asociacionismo entre empresas e interlocutores sociales; 4) instar a la aplicación de instrumentos de evaluación; 5) urgir a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en cuanto al desarrollo sostenible; 6) crear foros *multistakeholders*; 7) garantizar la incorporación de prácticas de RSC en la gestión del gobierno corporativo.

Este documento define la responsabilidad social como la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores. En la vertiente interna incluye la gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio y gestión del impacto ambiental, mientras que la externa se centra en las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores, los derechos humanos y los problemas ecológicos.

La Comisión Europea emitió en julio de 2002 la comunicación "Una contribución empresarial al desarrollo sostenible", un marco de acción europeo para al RSC en base a los dictados del Libro Verde. Se trata de un documento dirigido a las instituciones europeas, los Estados miembros y los interlocutores sociales.

El texto propone mecanismos para la promoción de la convergencia y la transparencia en las prácticas de RSC, a través de códigos de conducta, normas de gestión, procesos de medición, elaboración de informes, creación de etiquetas e inversión socialmente responsable. Además, sienta las bases para la creación de un foro multilateral y anuncia la integración de la RSC en todas las políticas de la Unión Europea, desde el empleo hasta los asuntos sociales.

El Foro Multistakeholder fue creado en 2002 con el objetivo de discutir sobre el enfoque y la estrategia europea de la responsabilidad social en un escenario en el que incluir la representación de la sociedad civil. Es una iniciativa con voluntad de generar diálogo, si bien sin ser capaz de determinar la postura de la UE en lo que se refiere a la implementación de la RSC por parte de las empresas.

La Comisión Europea aprobó en 2003 la Directiva de Modernización de la Contabilidad Económica y Social, que modificó Directivas contables previas para poner encima de la mesa la necesidad e de obligar a que las empresas incluyan información no financiera en sus informes anuales consolidados, si es preciso para la comprensión del desarrollo de la organización, del rendimiento y de la posición. En consecuencia, exhorta a incluir balances medio ambientales y laborales, así como indicadores clave de desempeño.

No obstante, esta Directiva no hace mención a las organizaciones de titularidad pública, por lo que se trata de sociedades que no están obligadas a presentar informes no financieros adjuntos a sus balances anuales.

La Comunicación "Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo. Hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social corporativa" es consecuencia del Foro Europeo Multistakeholder de 2006.

En ella se recalca que la RSC puede contribuir a conseguir: mercados laborales más integrados y mayores niveles de inclusión social, inversiones en el desarrollo de capacidades, aprendizaje permanente y empleabilidad para mantener la competitividad en el contexto global, mayor rendimiento de la innovación a consecuencia del incremento de la interacción con las partes interesadas, utilización más racional de los recursos naturales y menores niveles de contaminación, mejora imagen de las empresas, mayor respeto a los derechos humanos y reducción de la pobreza.

La Comisión Europea publicó en 2011 la Comunicación "Una nueva estrategia de la UE 2011-2014 sobre responsabilidad social corporativa", con el fin de marcar los pasos hacia nuevos modelos de autorregulación y corregulación ante los impactos que las empresas generan en la sociedad.

Las empresas han de aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, de respeto a los derechos humanos con el objetivo de maximizar la creación de valor y prevenir situaciones adversas.

En cuanto al papel que debe asumir cada quien, determina que el desarrollo de la RSC debe ser liderado por las propias organizaciones, mientras que los poderes públicos deben asumir un rol de apoyo con una combinación inteligente de medidas voluntarias y acciones reguladas para promover la transparencia, incentivar un comportamiento responsable en el mercado y asegurar la rendición de cuentas.

En el mismo texto, la Comisión sugiere la creación de un mecanismo de revisión de las políticas estatales en materia de RSC e invita a los Estados miembros a elaborar sus propios planes para promover su implantación a partir de la Estrategia Europa 2020.

El Parlamento Europeo aprobó en enero de 2013 dos resoluciones: "Resolución sobre la responsabilidad social de las empresas: el comportamiento empresarial responsable y transparente, rendición de cuentas y crecimiento sostenible" y "Resolución sobre la responsabilidad social de las empresas: la promoción de los intereses de la sociedad y una ruta para la recuperación sostenible e integradora".

La primera se centra en tres aspectos: transparencia, mejora de los procesos de autorregulación y corregulación y recompensa que la responsabilidad social otorga a las empresas en el mercado.

En el documento se destaca el vínculo entre la responsabilidad de las organizaciones y la gobernanza empresarial y, por ello, pide tanto a la Comisión Europea como a los Estados miembros que introduzcan códigos de conducta corporativa en los que se refleje la importancia del compromiso de todos los afectados por la empresa. Además, apela a establecer un vínculo entre los resultados financieros de la organización y su comportamiento en materia medioambiental, social y de derechos humanos.

La segunda resolución, también conocida con el nombre del ponente Richard Howitt, descansa sobre cuatro pilares: recuperación sostenible, aplicación global de la responsabilidad social corporativa, enfoque multilateral y mezcla inteligente entre los sector público y privado.

Desde el punto de vista de la aplicación global de la RSC, en el informe de reconoce la importancia de la transparencia y los informes integrados de sostenibilidad y reclama a la Comisión que apoye la iniciativa para que esta modalidad de memoria se convierta en la norma global antes de que finalice la segunda década del S.XXI.

Por último, la Directiva sobre divulgación de información no financiera y diversidad enuncia que las grandes empresas que sean entidades de interés público que en las fechas de cierre de balance superen el criterio de un mínimo de empleados superior a quinientos, incluirá en el informe de gestión un estado no financiero que contenga información relativa a cuestiones ambientales, sociales y de corrupción.

3. Legislación estatal: Ley de Economía Sostenible

La Ley 2/2011, del 4 de marzo, de Economía Sostenible introduce en el Estado español la voluntad de garantizar una mejora gobernanza en las empresas de titularidad pública, de acuerdo con los principios de eficiencia y transparencia.

La sostenibilidad pasa por la preservación de los económico, lo social y lo ambiental, es decir, la triple *bottom line*, ejes que se han de tener en cuenta para evaluar el grado de cumplimiento de las empresas en materia de responsabilidad social corporativa.

En el epígrafe 1 del Artículo 35 "Sostenibilidad en la gestión de las empresas públicas, del Capítulo IV "Sostenibilidad financiera del sector público", manifiesta que "las sociedades mercantiles estatales y las entidades públicas empresariales adscritas a la Administración General del Estado adaptarán su gestión a los principios enunciados en esta Ley". Esto implica que "en el plazo de un año desde la entrada en vigor de esta Ley" deben adaptar sus planes estratégicos a:

I) Presentar anualmente informes de gobierno corporativo, así como memorias de sostenibilidad con estándares comúnmente aceptados, con especial atención a la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y la plena integración de personas con discapacidades.

II) Revisar sus procesos de producción de bienes y servicios con la aplicación de criterios de gestión medio ambiental orientados al cumplimiento de las normas del sistema comunitario de gestión y auditoría.

III) Favorecer la adopción de principios y prácticas de RSC por sus proveedores, en particular las referidas a la promoción de la integración de la mujer, de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la plena integración de personas con discapacidad.

IV) Incluir en los procesos de contratación, cuando la naturaleza del contrato lo permita, condiciones de ejecución referentes al nivel de emisión de gases de efecto invernadero y de mantenimiento o mejora de los valores medio ambientales que puedan verse afectados por la ejecución del contrato. También se valorará el ahorro y el uso eficiente de agua, de la energía y de los materiales, el coste ambiental del ciclo de vida, los procedimientos y métodos de producción ecológicos, la generación y gestión de residuos o el uso de materiales reciclados y de materiales ecológicos.

V) Optimizar el consumo energético de sus instalaciones con la firma de contratos de servicios energéticos que permitan reducir el consumo al tiempo que se retribuye a la empresa contratista con los ahorros obtenidos en la factura energética.

VI) Identificar las líneas de actuación asociadas a procesos de investigación, desarrollo e innovación relacionadas con las actividades del objeto social o estatutario de la entidad y orientadas a obtener tecnología no existente en el mercado susceptible de contribuir a mejorar sus procesos productivos.

VII) Proponer en el marco de la negociación colectiva mecanismos que faciliten la movilidad de los trabajadores y trabajadoras en el ámbito del sector público empresarial del Estado, así como establecer un sistema de formación orientado a la cualificación e adaptación del personal a las nuevas tecnologías y la cultura de la sostenibilidad.

Además, los departamentos u organismos a los que se adscriban los grupos comerciales públicos elaborarán, teniendo en cuenta el contenido de los planes estratégicos de las empresas, un plan de sostenibilidad del grupo donde se establezcan las medidas de apoyo, refuerzo y coordinación complementarias de las iniciativas de las empresas y se definan los mecanismos para el seguimiento y control de los objetivos de sostenibilidad asumidos por el grupo.

En el Capítulo VI, titulado "Responsabilidad Social Corporativa", se anuncia que el Gobierno pondrá a disposición de las empresas un conjunto de características e indicadores para la autoevaluación en materia de responsabilidad social, así como referencias de reporte, todo ello de acuerdo con los estándares internacionales.

Los modelos de reporte deberán atender a los objetivos de transparencia en la buena gestión, buen gobierno corporativo, compromiso con lo local y el medio ambiente, respeto a los derechos humanos, mejora de las relaciones laborales, promoción de la integración de la mujer, de la igualdad efectiva, de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y del consumo sostenible.

Cualquier empresa podrá solicitar voluntariamente ser reconocida como empresa socialmente responsable, de acuerdo con las condiciones que determine el Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial.

La novedad que introduce esta normativa está relacionada con que las entidades públicas estatales, incluidas las empresas patrocinadas por el gobierno y las organizaciones propiedad del Estado vinculadas a la administración central, están obligadas a presentar informes anuales de gobierno corporativo y de sostenibilidad a partir del año siguiente de la entrada en vigor de la ley.

Por otra parte, el gobierno español aprobó en marzo de 2013 la Orden Ministerial sobre Normas de Gobierno Corporativo, que viene a regular la estructura del Informe de Gobierno Corporativo, el Informe de Remuneraciones y otros instrumentos de información necesarios para las sociedades cotizadas y otras entidades vinculadas a los mercados oficiales de valores. Además, aporta modelos de medición e indica la tipología de información que debe incluirse en el informe anual.

4. Legislación autonómica

La Estrategia para una Economía Sostenible, aprobada por el Consejo de Ministros en noviembre de 2009, comprende un programa de reformas que tienen como objetivo construir y consolidar un crecimiento equilibrado, duradero y sostenible como reacción a las necesidades del contexto, generadas en su mayoría por la situación de crisis.

La Ley de Economía Sostenible de 2011 plasma algunas de esas modificaciones, si bien ante la ausencia de desarrollo posterior, las Comunidades Autónomas han puesto en marcha diferentes iniciativas desde una óptica principalmente intervencionista, como recoge el Informe sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España (2013).

Extremadura publicó en 2010 la Ley 15/2010 de Responsabilidad Social Empresarial, en la que insta a las empresas a redactar un informe de sostenibilidad si tienen la voluntad de recibir la certificación de organizaciones socialmente responsables. El documento debe ser presentado junto a las memorias anuales y ha de responder a los principios de transparencia, a la vez que será auditable, completo y relevante.

Asimismo, tendrá como objetivo dar cuenta de las exigencias en materia laboral, medio ambiental y de competencia que se apliquen a la empresa, las directrices propuestas por Global Reporting Initiative y los principios rectores del Pacto Mundial. La verificación de la responsabilidad social se llevará a cabo a través de una auditoría externa.

En Cataluña, la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2020 establece siete ejes de actuación para la consecución de los objetivos fijados para 2026: biodiversidad del territorio; eficiencia energética y acción climática; movilidad inteligente; ecoeficiencia, competitividad e innovación; consumo responsable; civismo, inclusividad, solidaridad, sanidad y seguridad en la construcción de una sociedad equitativa y fundamentada en la educación; y una sociedad participativa con una administración cercana.

La Ley 4/2011, de 31 de marzo, de la Buena Administración y del Buen Gobierno de las Islas Baleares enumera los principios éticos y las reglas de conducta que afectan a las personas incluidas en su ámbito de aplicación e impulsa la idea de gobernanza con el fin de la transparencia, entendida como el nivel de accesibilidad de la ciudadanía a la información sobre todos los aspectos que afectan a la gestión política. No obstante, esta normativa no se refiere al ámbito empresarial.

En la Comunidad Valenciana, la Ley 11/2009, de 20 de noviembre, de Ciudadanía Corporativa pone los medios para que las empresas y personas profesionalmente autónomas puedan desarrollar los sistemas, programas y acciones de RSC que considere oportunos.

Para ello, ofrece herramientas como la certificación de la excelencia en la ciudadanía corporativa y la elaboración de un índice anual de Ciudadanía Corporativa como medida de fomento complementaria.

El Consejo de Gobierno de Murcia creó en abril de 2010 la Comisión Interdepartamental de Responsabilidad Social Corporativa que desarrollará funciones de coordinación, propuesta, asesoramiento y seguimiento en esta materia en el ámbito de la Administración autonómica. Al igual que la balear, esta normativa no se refiere a las empresas.

Navarra, Galicia y Canarias aprobaron en 2012 un protocolo de colaboración para el desarrollo del proyecto "Red Transregional de Impulso de la Responsabilidad

Social Empresarial" de la convocatoria del programa operativo del Fondo Social Europeo 2007-2013.

5. Resultados

Las doce radiotelevisiónes públicas de la Comunidades Autónomas de España deberían desarrollar estrategias y políticas de responsabilidad social corporativa en tanto que las recomendaciones europeas las instan a hacerlo. Además, la Ley de Economía Sostenible española traslada esa disposición a todas las empresas de titularidad pública del Estado.

Las directivas, recomendaciones y comunicaciones comunitarias y la legislación de corte estatal se completa con normativas de carácter autonómico. De hecho, cinco de ellas cuentan con leyes explícitas en este sentido, si bien es cierto que las referencias a las empresas de titularidad pública son nulas e escasas.

Tres radiotelevisiónes autonómicas –CRTVG de Galicia, CCMA de Cataluña y EITB del País Vasco- publican periódicamente informes de desempeño de responsabilidad social corporativa en sus páginas web. El ente catalán informó por primera vez a sus grupos de interés sobre este asunto en 2007, el vasco en 2009 y el gallego en 2013.

El resto de corporaciones no hace mención alguna a este sistema de autorregulación en sus páginas web, ni en lo que respeta a legislación ni sobre sus previsiones a corto, medio o largo plazo sobre la implementación de la RSC.

En todo caso, las doce corporaciones recibieron la encuesta enviada con un doble objetivo:

I) Entes que implementaron RSC: para conocer las motivaciones de la puesta en marcha de este tipo de políticas.

II) Entes que no implementaron RSC: para conocer los motivos de su rechazo a este sistema.

Luego de tres envíos espaciados en un plazo temporal de seis meses en 2014, solo dos corporaciones dieron cumplida respuesta al cuestionario. En el caso de la CRTVG de Galicia respondió el director de Comunicación, Fernando Ojea, y en el de la CCMA de Cataluña la responsable de RSC, Laura Baladas.

A continuación se desgranar las respuestas ofrecidas por ambos entrevistados a las cuestiones formuladas:

1) A la pregunta "¿Cree que la RSC se adapta al marco legislativo actual de las radiotelevisiónes públicas en Europa?", ambos encuestados respondieron "Sí".

2) En relación a la pregunta anterior, se formuló "¿Por qué?", a la que contestó el director de Comunicación de la CRTVG de Galicia con el argumento de que "la responsabilidad social corporativa es una extensión natural de la misión de servicio público de las radiotelevisiónes públicas".

3) La pregunta "¿Por qué decidió su organización empezar a desarrollar acciones formalmente entendidas como responsabilidad social corporativa?" ofrecía seis respuestas: "reputación", "necesidad de implantar un sistema de

autorregulación", "aproximación a las necesidades de los grupos de interés", "posicionamiento estratégico", "desarrollo sostenible", "otros". Las dos personas entrevistadas dieron las dos mismas respuestas: "aproximación a las necesidades de los grupos de interés" y "posicionamiento estratégico".

En este sentido, es significativo que ninguno de los dos entrevistados marcarse la respuesta relativa a la necesidad de implantar un sistema de autorregulación, que podría ser voluntaria u obligada. Además, tampoco utilizaron la opción "otros" para añadir otras motivaciones relevantes. Esta respuesta prueba que la legislación no tuvo nada que ver a la hora de implementar los sistemas de responsabilidad social corporativa.

4) A la pregunta "¿Existe alguna ley o normativa de carácter estatal que obligue a su corporación a desarrollar acciones formalmente entendidas de responsabilidad social corporativa?". El director de Comunicación de la CRTVG, Fernando Ojea, respondió con una marca en la casilla "No", mientras que la responsable de RSC de la CCMA catalana, Laura Baladas, se ubicó en el "No sabe".

Esta pregunta de refuerzo viene a constatar lo enunciado en el número anterior. La implementación de la RSC no se debe a motivos legislativos, en tanto que los propios responsables del funcionamiento de este tipo de sistemas de autorregulación ni siquiera tienen conocimiento de la normativa que rige su aplicación y desarrollo, sea desde los marcos estatales o autonómicos.

5) La siguiente pregunta se formuló de este modo: "¿Su organización sigue las recomendaciones de alguna norma o directriz europea en el desarrollo de su responsabilidad social corporativa?". Baladas respondió "No", mientras que Ojea marcó el "Sí".

En la cuestión "Si sigue las recomendaciones o directrices de normativas europeas, ¿Cuáles?", el director de Comunicación de la CRTVG señaló el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En efecto, la Compañía Radio Televisión de Galicia elabora su memoria anual de desempeño en responsabilidad social corporativa en base a las indicaciones del Pacto Mundial, que consta de diez principios sobre derechos humanos, asuntos laborales, medio ambiente y corrupción.

En consecuencia, de las doce radiotelevisiónes públicas de las Comunidades Autónomas de España tan solo tres informan a los grupos de interés de sus políticas de responsabilidad social corporativa y hacen públicos sus informes de desempeño, sean o no debidos a dar cumplimiento a la normativa.

El resto de corporaciones se desentiende de esta cuestión o, al menos, no deja espacio alguno en su sitio web para dar cuenta de este asunto. Además, ante los intentos de contactar con ellas para conocer los motivos de la no implementación de la RSC en sus estructuras empresariales, dan la callada por respuesta, en lo que puede traducirse como un ejercicio de falta de transparencia.

6. Conclusiones

Los resultados de este estudio dejan constancia de la escasa o nula relación que existe entre el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en las radiotelevisión de las Comunidades Autónomas españolas y la legislación europea y estatal o autonómica en cada caso. En consecuencia, esta comunicación presenta dos conclusiones esenciales.

Por una parte, la investigación constata que las radiotelevisión de Galicia, Cataluña y País Vasco no han implementado este sistema de autorregulación por motivos legales, sino que lo han hecho como asunción de un compromiso voluntario.

En el caso de las dos primeras, estamos en posición de hacer tal información porque su director de Comunicación, Fernando Ojea, y su responsable de Responsabilidad Social Corporativa, Laura Baladas, han señalado que las motivaciones para la implementación de este sistema de autorregulación han sido otras, relativas a sus relaciones con los grupos de interés y el interés por marcar diferencias con la competencia.

En lo que se refiere a la EITB del País Vasco, se puede deducir, ya que en esta Comunidad Autónoma no existe normativa específica para responsabilidad social corporativa. En consecuencia, las obligaciones en este sentido le llegan a través de la Ley de Economía Sostenible, de rango estatal, que no entró en vigor hasta 2011. El ente puso en marcha sus primeras políticas en 2009, dato que viene a confirmar que la decisión corporativa se produjo antes de que ninguna normativa instase a las empresas de titularidad pública a dar los primeros pasos en RSC.

En segundo lugar, de nada sirve la legislación estatal de 2011 en las otras nueve radiotelevisión. Ninguna de ellas hace mención alguna a la responsabilidad social corporativa como herramienta para afrontar los impactos sociales, medio ambientales o económicos que su actividad produce en el entorno en el que opera.

En la misma línea, tampoco se percibe el efecto de las normativas autonómicas en Islas Baleares, Extremadura, Murcia, Islas Canarias, donde a pesar de los textos legislativos estas empresas de titularidad pública parecen quedar al margen de todo mandato.

Sería pertinente que se pronunciasen sobre esta cuestión con el fin de poder conocer si la ausencia de responsabilidad social corporativa responde a una decisión meditada, resultado de una valoración sobre la necesidad de que las empresas de titularidad pública, a las que se les supone una misión de servicio público que además se convierte en elemento de legitimación, asuman o no este tipo de sistemas de autorregulación.

Se trata de organizaciones que, por ser públicas, deberían cumplir la normativa a rajatabla, sin excepciones. Eso se traduciría en políticas, estrategias y actuaciones fruto de buenas prácticas, sin caer en errores propios de empresas de titularidad privada que solo rigen su funcionamiento en base a la búsqueda de beneficios económicos.

Esas nueve radiotelevisión autonómicas podrían esgrimir este argumento, que además podría servir para abrir un debate sobre la pertinencia de la RSC en las

empresas de titularidad privada, si bien su actitud hace pensar todo lo contrario, en tanto que no informan de ninguna de sus decisiones de gestión.

7. Bibliografía:

Andreu, A. e Fernández, J.L. (2011). "De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor". *Harvard Deusto Business Review*, 3876, 5-21.

BOE Nº 55, del sábado 5 de marzo de 2011. Ley 2/2011 de 4 de marzo de Economía Sostenible. <http://www.boe.es/boe/dias/2011/03/05/pdfs/BOE-A-2011-4117.pdf> 5/04/2011

Campos, F. (2012). "Los principales grupos mediáticos europeos aumentan su interés por la Responsabilidad Social Corporativa". III Congreso da Asociación Española de Investigación en Comunicación "Comunicación y Riesgo". Tarragona.

Campos F., García, F. y Salgado, M. (2010). "Las empresas de comunicación ante la responsabilidad social corporativa". II Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Málaga.

Carroll, A.B. (1983). "Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?". *Vital Speeches of the day*, 49, 604-608.

Carroll, A.B. (1979). "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance". *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Comisión Europea (2013). "Informe sobre la Responsabilidad Social de la empresa en España". Disponible en: <http://ec.europa.eu/spain/pdf/informe-responsabilidad-social.pdf>

Comisión Europea (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social das empresas. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>

Comisión Europea (2001). *Libro verde (COM/2001/0366 final) Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>

Congreso de los Diputados (2011). *Ley 2/2011 de 4 de marzo de Economía Sostenible*. Disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/2011/03/05/pdfs/BOE-A-2011-4117.pdf> 5/04/2011

Congreso de los Diputados (2006). "Informe de la Subcomisión para potenciar y promover la responsabilidad de las empresas". Disponible en: http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/D/D_424.PDF

Consejo Europeo (2014). Directiva 2014/95/UE del 22 de octubre por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respeta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32014L0095>

Consejo Europeo (2012). Recomendación CM/Rec (2012)1, del 15 de febrero, sobre gobernanza en los medios de servicio público. Disponible en: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1908241>

Ferré, C. y Orozco, J. (2011). "El diálogo entre empresas de comunicación y sus stakeholders en América y Europa. Valores de la cultura corporativa en 40 informes de RSC al Pacto Mundial". *Cuadernos de Información*, 29, 91-104.

Fundación Alternativas (2009). *La responsabilidad social corporativa ante la crisis*. Madrid: Fundación Alternativas.

Fuentes, E. (2006). "La responsabilidad social corporativa. Su dimensión normativa: implicaciones para las empresas españolas". *Pecunia*, 3, 1-20.

Gulyás, A. (2009). "Corporate social responsibility in the British media industries preliminary findings". *Media, Culture & Society*, 31(4), 657-668.

Núñez Ladevéze, L., Irisarri, J. y Morales, B. (2015). "The specific social responsibility of big television companies and risk contents". *Communication & Society* 28(3), 65-83.

Parlamento Europeo (2013). Resolución, del 28 de enero, sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2013-0017+0+DOC+XML+V0//ES>

Parlamento extremeño (2010). *Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura*. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2010/12/27/pdfs/BOE-A-2010-19852.pdf>

Vives, A. (2010). *La responsabilidad social de las empresas. Enfoque ante la crisis*. Madrid: Fundación Carolina.

Reconocimientos:

Esta comunicación forma parte de las actividades desarrolladas por la Rede Internacional de Investigación da Xestión da Comunicación (R2014/026 XESCOM), promovida por el grupo Novos Medios de la Universidade de Santiago de Compostela. XESCOM se financia con una ayuda de la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de Galicia concedida en el año 2014. Participan en ella los grupos de investigación de Novos Medios de las Universidades de Santiago de Compostela, IMARKA de A Coruña, NECOM y MILE de Vigo. Y como colaboradores también investigadores de las Universidades Fernando Pessoa, del Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas de Açores y del Centro de Estudos da Comunicaçao e Sociedade da Universidade do Minho en Portugal, así como del Grupo Medios y Sociedad de la Autónoma de Tamaulipas y de las Escuelas de Comunicación de las Universidades Técnica Particular de Loja y Pontificia Católica sede de Ibarra de Ecuador. Con estas dos universidades (UTPL y PUCESI) se desarrolla simultáneamente un proyecto de investigación sobre las redes sociales digitales y académicas aprobado por el SENESCYT dentro del Programa Prometeo.