



EDITORIAL

Carmen Echazarreta Soler

No se puede negar que publicar semestralmente una revista científica en Comunicación como esta, Communication Papers, es una tarea árdua y, me atravesaría a decir, que incomprensible. He esperado a editar este número 20, una cifra redonda indicativa de que nuestra singladura empezó allá por el 2011, para expresar mi profundo agradecimiento a todas y todos que os dedicáis a la docencia y a la investigación por vuestra confianza al haber elegido nuestra revista para publicar vuestros trabajos, ahora ya hace once años, ininterrumpidamente.

Y decía que incomprensible porque hay una trastienda invisible en la que gestionamos con el máximo rigor, honestidad y responsabilidad, todas las contribuciones que nos hacéis llegar, antes de su publicación. Es un proceso largo e intenso, que empieza con la propuesta del tema del número, siempre inspirado directa o indirectamente por los dos pilares sobre los que se sustenta Communication Papers, Media literacy y Gender Studies, por supuesto una decisión colegiada entre los miembros del equipo editorial.

Tras seleccionar a la o las personas que coordinaran ese número y que aprovecho para destacar su tarea de un valor inestimable al compartir y realizar el seguimiento de todas las submissions, se inicia el proceso de aceptación de las solicitudes, la asignación de expertos en esa temática para la evaluación de los manuscritos, ciego y por pares, la comunicación a la autoría del resultado, que puede ser de signo distinto, lo que provoca el intercambio de más mensajes, y por último, el cierre con la edición final.

En este relato no he incluido la tarea de la difusión digital en RRSS de todo este proceso que como, se sabe, es primordial por hegemónica.

Después de haberme arrogado esta licencia metatextual y, entrando en materia del número que nos ocupa, debo decir que el contexto actual ha sido el referente para determinar el tema. Pues en esta situación de grave crisis económica en la que nos hallamos, se ponen al descubierto las desigualdades, especialmente, en las personas y colectivos más vulnerables. Por ello, uno de los objetivos es aportar datos y experiencias para la reflexión y el debate, y fomentar medidas de reactivación económica y de acompañamiento social que ayuden a superar las actuales dificultades y retos que plantea la compleja situación.

Mientras que se constata el efecto Mateo en la economía, por cuanto las fortunas se enriquecen aún más en tiempos difíciles, se cumple el efecto Matilda que se evidencia en el empobrecimiento mayor de los sectores sociales más desfavorecidos. Esta es la situación actual de todos aquellos colectivos que sufren discriminación e injusticias atávicas por razones de género, orientación sexual, edad, origen o color de su piel. Desde una perspectiva de género, esta crisis mundial está impactando en las mujeres de forma dramática, en el empleo, en la salud, en la pobreza, en la migración y en el trabajo doméstico y de cuidados no remunerado.

Conviene recordar que la situación de las mujeres en el desempleo y la precariedad laboral es peor que la de los hombres, la dramática estadística así lo confirma.

En paralelo, los avances tecnológicos y su aplicación en la industria 4.0 y en los servicios, suponen un gran impacto negativo en el mercado de trabajo, causando la destrucción significativa de empleo.

Por consiguiente, se requieren nuevos modelos de creación y gestión de empresas enfocadas en valores humanos, empresas sostenibles, inteligentes, abiertas, democráticas e inclusivas, que mejoran indiscutiblemente su rentabilidad.

Y la comunicación cumple una función esencial para impulsar este cambio de actitud individual y social que haga posible esta transformación en la cultura empresarial. Sólo diseñando estrategias eficaces para una comunicación multidireccional, adaptadas a todos los públicos implicados, se conseguirá este cambio deseado que ha de construir un futuro libre, igualitario y democrático.

Con este ambicioso objetivo se publica este número 20 de Communication Papers, al que invito a leer y propagar si fuera de vuestro interés.