

Dossier: «Una visión holística del bienestar: soberanía personal, estado y sostenibilidad» coordinado por Fernando Álvarez

¿Por qué 'Oikonomics'? Radiografía de diez años de transformación

Xavier Baraza Sánchez

Director de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Joan Miquel Gomis López

Director de la revista *Oikonomics*

La editorial de la primera edición de *Oikonomics*, ahora hace diez años, describía el entorno en el que nacía la revista. Esta iniciativa se situaba en el marco de una sociedad que se encontraba «en un estadio evolutivo acelerado, en el cual la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está teniendo efectos transformadores que generan interrogantes sobre su devenir». Por esta razón, la nueva publicación se planteaba como objetivo global «el análisis de las intersecciones entre la economía y la empresa en la sociedad actual» a partir de la «propuesta de reflexiones que ayuden a interpretar la dimensión y las consecuencias de esta transformación, especialmente de aquellas transformaciones derivadas de la producción y del intercambio de información y conocimiento».

Ya desde el momento de su fundación, *Oikonomics* se presentaba como una revista académica divulgativa surgida desde los Estudios de Economía y Empresa de la UOC «con una clara misión de transferencia de conocimiento en la comunidad académica, pero con una fuerte vocación para ampliar su influencia en ámbitos profesionales, empresariales y sociales». Dada la magnitud de la transformación que se identificaba hace una década, la publicación se proponía «actuar como punto de unión entre las comunidades académicas y los agentes sociales, empresas y organizaciones involucradas en los procesos de cambio».

El mencionado editorial se desarrollaba bajo el título de «¿Por qué *Oikonomics*?», que en este décimo aniversario recuperamos y ampliamos. Lo recogemos como evidencia de que la esencia de sus planteamientos iniciales sigue intacta. Y lo ampliamos para mostrar que la magnitud de la transformación que hoy podemos identificar se mantiene y probablemente va más allá para introducirse en una dimensión incluso más compleja. Y todo en un contexto en el que, como hace diez años, «la colaboración entre estos agentes es indispensable para superar los retos y las oportunidades en beneficio del conjunto de la sociedad».

A la hora de hacer balance de estos primeros diez años, como nos proponíamos inicialmente, hemos logrado el objetivo de diseccionar «cuestiones paradigmáticas que simbolizaban este estadio evolutivo acelerado» buscando respuestas a entornos de incertidumbre en temas hoy determinantes. Tratados de manera monográfica en cada una de sus ediciones, *Oikonomics* ha analizado materias fundamentales para describir la transformación: la responsabilidad social como modelo de gestión, la innovación y la transformación digital, las personas y organizaciones ante las nuevas maneras de trabajar, las infraestructuras y la movilidad sostenible, los vectores de la sostenibilidad vistos desde la economía, el análisis de la economía de plataforma, el género y la empresa, la revolución 4.0 (¿progreso o precarización?), el marketing digital (revolucionando el consumo y la sociedad), el futuro de las finanzas (ética, tecnología y globalización), logística y cadena de suministro en la nueva era digital, dirigir a personas para transformar organizaciones en tiempos de incertidumbre, los retos del turismo, la economía social y solidaria, repensar la enseñanza de la economía en la universidad, prevención de riesgos laborales en tiempos de crisis, el futuro de la Unión Europea, las redes sociales, o el *e-learning* en la economía y la empresa.

Diez años después del nacimiento de la revista, el estadio evolutivo de la sociedad continúa siendo muy acelerado hasta alcanzar un nivel en el que se multiplican los interrogantes sobre su devenir a los que nos referíamos. El

desarrollo ya imparable de la inteligencia artificial (IA) es uno de los elementos transformadores de consecuencias hoy desconocidas. Pero existen otras también relevantes. Es el caso de los retos que se plantean desde la sostenibilidad, identificados ya desde hace muchos años, pero que alcanzan hoy una nueva dimensión, alejada de las estrategias del blanqueo verde y en favor de políticas rigurosas de largo plazo. Y en este entorno, el papel de *Oikonomics* sigue siendo el mismo con la propuesta de reflexiones que ayuden a interpretar la dimensión y las consecuencias de esta evolución.

Como publicación, la revista afronta retos renovados. Las posibilidades de que las nuevas herramientas derivadas de la IA facilitan para la creación y difusión de contenidos, pueden ser muy positivas. Instituciones como la propia UOC son un ejemplo de éxito de los beneficios que puede aportar la aplicación de estas herramientas en la generación y transmisión de conocimiento. Pero, en este entorno, también se identifican riesgos. La facilidad con la que las TIC permiten la difusión de contenidos representa también un riesgo para la sociedad en la medida en la que los mecanismos de control de la calidad de la información se diluyen e incluso desaparecen en determinados escenarios. Las llamadas *noticias falsas (fake news)* representarían el caso paradigmático extremo de este fenómeno. Intereses políticos y/o económicos mal interpretados incentivan este tipo de prácticas que anteponen la inmediatez y los factores emocionales a los reflexivos y encuentran en las redes sociales un canal de difusión de una eficiencia que no tiene precedentes.

Un entorno en el que la banalización de la información puede ser lucrativa ante la inversión elevada que requiere el rigor y la generación de contenidos de calidad basada en el trabajo de investigación. Es en esta disyuntiva donde instituciones como las universidades son llamadas a ejercer un papel fundamental, a participar en los debates sociales aportando contenidos que podemos englobar en el marco de las publicaciones llamadas de *alta divulgación*, difícilmente rentables económicamente hoy fuera de un ámbito filantrópico. *Oikonomics* se sitúa en este espacio. Un espacio que se complementa con otra función básica de las universidades como es la de las publicaciones científicas. De hecho, nuestra revista pretende actuar también como nexo para acercar el conocimiento obtenido de la investigación puntera en dos ámbitos. Por un lado, en la comunidad académica (estudiantado, profesorado, *alumni*), pero también en los agentes sociales a quienes pueden interesar estos resultados científicos para disponer de información y conocimiento de calidad que permitan interpretar con rigor las características de la transformación que estamos viviendo y considerarlas en sus procesos de decisión.

La contribución de *Oikonomics* en estos diez años ha querido situarse en esta dimensión. Un reto ambicioso y estimulante que sigue intacto.

Cita recomendada: BARAZA, Xavier; GOMIS, Joan Miquel. «¿Por qué 'Oikonomics'? Radiografía de diez años de transformación». *Oikonomics* [en línea]. Mayo 2024, n.º 22. ISSN 2330-9546. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n22.2407>



Xavier Baraza

jbaraza@uoc.edu

Director de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Director de los Estudios de Economía y Empresa (UOC). Profesor agregado de los Estudios de Economía. Ha sido director académico del máster universitario en Prevención de Riesgos Laborales (2011-2022) y subdirector de docencia (2018-23). Doctor por el departamento de Ingeniería Química (UB). Ingeniero Químico (UB). Su docencia e investigación se enmarca en el ámbito de la prevención de riesgos laborales y la organización industrial. En el ámbito de investigación, pertenece al grupo consolidado Digibizz (UOC) y centra sus intereses en el análisis de la accidentabilidad laboral en varios sectores productivos y en la modelización de grandes accidentes químicos.



Joan Miquel Gomis

jgomisl@uoc.edu

Director de la revista *Oikonomics*

Director de la revista *Oikonomics*. Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC). Ha sido director académico de la diplomatura y del grado de Turismo (UOC) en el periodo 2006-2017. Doctor por el departamento de Economía y Organización de Empresas (UB). Licenciado en Ciencias de la Información (UAB). Su docencia e investigación (en el grupo NOUTUR de la UOC) se centran en el ámbito del turismo en la aplicación de las TIC a la comercialización, la innovación y la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad, la gestión de los destinos y la gestión pública del turismo.

Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es_ES.



ODS

