

ESTUDIO SOBRE LA GESTIÓN CORPORATIVA DE
RELACIONES CON COMUNIDAD EN INDUSTRIAS
DE LA REGIÓN DEL BIOBÍO. MODELOS DE
GESTIÓN Y REPORTE DE PRÁCTICAS.

PRIMERA PARTE

*Contexto y levantamiento del
problema*



ÍNDICE

1. Introducción	P.3
2. Problema de Investigación	P.4
3. Preguntas de Investigación	P.5
4. Marco teórico	P.6
4.1 Globalización, modernidad y desarrollo	P.7
4.2 Del crecimiento económico al desarrollo sostenible	P.11
4.3 Responsabilidad Social Empresarial y las relaciones entre empresa y comunidad	P.17
4.3.1 RSE: entre prácticas de filantropía y gestión estratégica.	P.19
4.3.1.1 Conceptos de RSE	P.21
4.3.1.2 Enfoques de RSE	P.23
4.3.2 Definiciones y alcances conceptuales sobre comunidad	P.24
4.3.3 Las relaciones empresa/comunidad	P.28
4.3.3.1 Caracterización e indicadores	P.28
4.3.3.2 Los grupos de interés	P.30
4.3.3.3 El rol del conflicto	P.36
5. Revisión de casos	
5.1 Las represas Pangue, Ralco y el pueblo Pehuenche	P.37
5.2 Celco y el conflicto en el río Cruces	P.38
5.3 Los megaproyectos Pascua Lama e Hidroaysén	P.39
6. Bibliografía	P.41

I. 1. INTRODUCCIÓN

Uno de los temas que cada cierto tiempo surge en nuestro quehacer es cuál es el aporte que desde la Comunicación Estratégica podemos ofrecer a las cada vez más complejas relaciones entre las compañías y las comunidades de sus entornos más inmediatos.

Desde la muerte de los cisnes en el río Cruces de Valdivia en 2004 hasta situaciones como las vividas en Freirina el año recién pasado, los casos no sólo han ido en aumento sino que se han diferenciado.

La Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo a través de su Magíster en Comunicación Estratégica y Negocios, y la consultora Periodistas Asociados, desarrollaron durante 2012 un estudio para conocer cuáles son las prácticas y la visión que tienen las empresas de la Región del Biobío en sus relaciones con las comunidades.

Para comprender fenómenos de esta magnitud y hacerles frente desde la comunicación estratégica se requiere un análisis que permita distinguir los elementos en juego. En este caso se buscó identificar los procesos que permiten establecer relaciones entre los actores, caracterizar sus prácticas y distinguir modelos de gestión de comunicaciones.

La Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo y Periodistas Asociados convocaron un grupo de empresas locales de diversos rubros con el fin de hacer un primer ejercicio que diera luces sobre “cómo se están haciendo las cosas” considerando que en esta área el desarrollo de teorías explicativas es casi inexistente y la investigación, difícil de extrapolar.

En el estudio participaron con su experiencia las empresas Essbio, Biodiversa, CMPC, Masisa, Arauco, ENAP, Colbún, CAP, Foodcorp, Puerto Coronel y Puerto Lirquén. La disposición de estas entidades fue fundamental para obtener esta primera mirada y establecer un diagnóstico que hoy nos permite entender “dónde estamos” y esbozar algunas líneas sobre “hacia dónde debiéramos avanzar”.

El estudio se presenta en 2 etapas:

I.- Una primera parte que entrega las preguntas que originan el estudio y los objetivos que se construyeron a partir de ellas, más un marco teórico y los antecedentes que existen en el ámbito científico de investigaciones que tienen como objeto las relaciones entre las empresas y sus comunidades.

II.- Una segunda parte que explica el diseño metodológico, los resultados y las conclusiones de la investigación.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La realidad local y también mundial nos ha enfrentado a la necesidad de observar el estado actual de las relaciones entre empresa y comunidad.

Desde hace algunos años la relación entre empresa y la comunidad, en tanto público situado en un entorno estratégico para la compañía, se ha vuelto compleja, dinámica, formal, y en algunos casos, innovadora.

En nuestro país, principalmente por eventos de índole ambiental, las relaciones entre empresa y comunidad han tomado un rumbo propio constituido por intercambios que han implicado controversias, negociaciones, asesorías y figuras que se han ido construyendo en la medida que se han necesitado.

Por lo anterior, no resulta extraña la inexistencia de modelos e investigaciones sobre las prácticas de las relaciones que hoy sostienen estos agentes sociales. Sin embargo, las acciones se siguen realizando con variadas consecuencias. Es así que se consideró pertinente comenzar a investigar en este campo y la primera aproximación que apareció como evidente fue indagar sobre las características de las relaciones que implementan y establecen las principales empresas con operación industrial en la Región del Biobío.

Más allá del estado actual del concepto *relaciones con comunidad*, las relaciones entre empresa y comunidad en la Región del Biobío están atravesadas por una serie de factores socio-territoriales, económicos e históricos en función del carácter industrial de la zona (industrias del carbón, del acero, de la madera, pesqueras y textiles).

No es posible hablar de las relaciones entre estos dos actores si olvidamos la historia que ha configurado a la región. En ese sentido, sería un error afirmar que el surgimiento de las relaciones entre la empresa y su entorno es reciente. Éstas se han constituido desde el inicio de la actividad industrial. Sin embargo, hoy es una relación de nuevo tipo, bajo una formalización que ha adquirido vida propia, en aquello que hemos denominado relaciones con comunidad, y que se expresa en la necesidad por parte de las compañías por vincularse con el entorno al cual impacta operacionalmente, y que, a nuestro parecer, sincera un interés en función de un impacto innegable en el negocio de las compañías.

Todas las empresas con operación industrial poseen relaciones con comunidad tal como las entendemos en la actualidad.

A nivel global, entre los factores que permiten comprender la emergencia de las relaciones con comunidad figuran la existencia de crisis ambientales internacionales, los problemas de exclusión social, los efectos no deseados del crecimiento económico y el desarrollo, así como también la potencialidad de la discusión sobre el desarrollo sustentable, sus dimensiones normativas y relacionales.

Por otra parte, reconocemos la importancia que tienen las estrategias provenientes desde el mundo del *management* y la administración de empresas, en lo que respecta -por ejemplo- al concepto de *Valor Compartido*, como expresión de un negocio inclusivo, y desde luego la vertiente ligada a la *Responsabilidad Social Empresarial* (RSE), así como también al ámbito de la *Comunicación Corporativa y las Relaciones Públicas*.

Es en este escenario que se propuso indagar sobre la formalización de las relaciones con comunidad, centrándose en las prácticas y modelos actuales de la relación, así como también sobre la visión que, por parte de las compañías consultadas, existe sobre la misma relación y sobre los actores sociales que la componen: la comunidad.

Este interés también expresa la necesidad académica por establecer ciertos parámetros de la situación, que permitan establecer comparaciones constructivas a futuro, teniendo en consideración la existencia de un historial de recorridos particulares a cada compañía, y en conjunto como Región del Biobío.

Desde un principio reconocemos que este estudio es acotado y que es insuficiente para comprender esta realidad de forma completa y acabada. Como toda investigación abre una puerta dejando nuevas interrogantes a su paso, que esperamos poder responder en adelante profundizando y ampliando esta línea de investigación con todos los actores que se interesen en apoyarnos.

3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

PREGUNTAS GENERALES

- ¿Qué prácticas y modelos de gestión están llevando a cabo las compañías con operación industrial que poseen relaciones con comunidad formales en la Región del Biobío?
- ¿Cuál es la visión corporativa respecto del rol asignado a los actores sociales (comunidad) dentro de los procesos industriales productivos en la Región del Biobío?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Qué situaciones movilizaron y movilizan la producción de relaciones formales con comunidad en industrias de la Región del Biobío?
- ¿Qué tipo de prácticas se observan representativas en las relaciones con comunidad formales en industrias de la Región del Biobío?
- ¿Cuál es la visión corporativa respecto del rol que le compete a la comunidad dentro del proceso productivo?
- ¿Qué tipo de comunicación se lleva a cabo entre las empresas y la comunidad?
- ¿Qué tipo de información se comunica en la relación entre las empresas y la comunidad?

4. MARCO TEÓRICO

Los conceptos y las referencias de este apartado describen los procesos y las discusiones contemporáneas respecto de la relación entre empresa y comunidad, en tanto herramientas que permiten abordar el componente empírico de la investigación, teniendo ésta como objeto de estudio **la gestión corporativa de las relaciones empresa¹/comunidad en la Región del Biobío**.

Para la comprensión global del fenómeno se distinguen:

Las ideas centrales de la tríada Globalización - Modernidad - Desarrollo, las cuales han tenido importantes debates y aplicaciones dentro de las Ciencias Sociales y la Comunicación, y que además permiten introducir y comprender la relación investigada.

El surgimiento de la discusión sobre la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE). Desde esta discusión, y dada la orientación de la investigación, se examinan las definiciones de Comunidad, como concepto central en la investigación, y relacional, con el de gestión empresarial.

La revisión sobre casos donde el conflicto ha formado parte de la relación empresa y comunidad, revisión que nutre las hipótesis de trabajo en la investigación.

¹ Aunque en el marco teórico se generalice la idea de gestión empresarial, en la presente investigación se trabajará con aquellas empresas que tengan operaciones industriales.

4.1 GLOBALIZACIÓN, MODERNIDAD Y DESARROLLO

CONTEXTUALIZACIÓN AL CAMBIO DE PARADIGMA SOBRE LA RELACIÓN EMPRESA Y COMUNIDAD

De la palabra globalización existen acepciones “ideológicas”, “político-económicas”, y “socio-históricas” bajo una misma palabra (Tortosa, 2009).

En primer lugar, en lo que se refiere a la “ideología de la globalización”, el concepto “implicaría una cierta versión de lo que es la realidad, reflejando intereses e implicando algunas recetas para su acción” (p.22). Esto se traduce en la idea de trabajar conceptualmente a la globalización como un sinónimo de “pensamiento único”, “globalización neoliberal”, o “globalismo” (supresión de las diferencias). La segunda acepción tiene que ver con el “Consenso de Washington”, proceso en el cual se fijaron las políticas y propuestas de desregulación, flexibilidad, y privatización desde Estados Unidos hacia América Latina, en la década de los noventa. Como se observa, bajo cierto enfoque sería perfectamente derivable la segunda de la primera acepción, en tanto que expresión de ésta.

Desde una tercera mirada se sostiene que la globalización “se trataría del proceso mediante el cual un determinado sistema-mundo se extendió hasta hacerse planetario para convertirse en el primer sistema realmente mundial” (p.22). Este último enfoque es el que presenta un mayor poder de explicación y de extensión en comparación con los otros dos, en tanto que aquello que se extendería “hasta hacerse planetario” es el sistema-mundo constituido sobre las ideas de la modernidad (razón, descubrimiento, emancipación), como proceso que activa el campo de la globalización.

La primera modernidad puede ser entendida como aquella matriz de ideas originadas en Europa en el siglo XVII, y que nacidas bajo lineamientos racionales, enciclopédicos, y las transformaciones en el plano de las libertades civiles y el contrato social, dan nacimiento a una serie de instituciones, circuitos y sistemas, generando una sociedad de nuevo tipo; caracterizada por el crecimiento del comercio y los medios de comunicación marítimos, la división y especialización del trabajo, el incremento de importantes núcleos urbanos, la consolidación del Estado nación, la consolidación de la propiedad privada, etc. Las ideas de progreso y de certeza sobre el poder emancipatorio del conocimiento (sobre la relación de subordinación de la naturaleza a la cultura), implícitas en la construcción de metarelatos sobre cómo interpretar y planificar la vida en sociedad (Smith, Marx, etc.), portaron intensamente el mensaje de la modernidad, siendo sus expresiones transformadoras más claras la Revolución Francesa (dimensión “política”), y la Revolución Industrial (dimensión “económica/demográfica”). Esta última establece a la empresa industrial como el gran eje de crecimiento de las grandes economías, las cuales van a generar a su vez un cambio en las relaciones sociales de producción (masividad) y en el trabajo (más adelante, con el uso del

cronómetro para la gestión del tiempo productivo en el “taylorismo”, y de la fábrica racionalizada y estandarizada en el “fordismo”).

La modernidad constitutiva, o primera modernidad, se instaló en las sociedades constituidas por un fuerte rasgo comunitario, generando modos de convivencia tal que hicieron de ella una forma de vida inédita hasta entonces. La idea de una comunidad² cerrada por ordenamiento autónomo del tiempo y del espacio (y del lenguaje) es dislocada por los cambios socio-demográficos, políticos, culturales y comerciales que trajo consigo el desarrollo de sociedades cada vez más complejas, centradas en un individuo soberano de su contrato social (amplificado mediante el proceso de globalización sistema-mundo), lo cual se expresó en el célebre trabajo de Ferdinand Tönnies respecto de la relación entre la *Gesellschaft* (sociedad) y la *Gemeinschaft* (comunidad). En esta relación, la comunidad se ve modificada en función de una racionalidad individual y humanista (individuo sobre el colectivo o la naturaleza) que, utilizando el cálculo y la estadística (Piovani, 2005), ordenará el territorio y la población, independiente del tamaño de las comunidades que son objetos de su clasificación (Foucault, 2006). La relación sociedad-comunidad queda determinada, entonces, por los cambios propios de una época de transformaciones, en la medida en que el emerger del individuo como soberano “es un invento de la modernidad, producido por la ruptura de los antiguos lazos comunitarios” (Mertucceli, 2010, p.81).

Sobre la transformación que se activa en el desarrollo de la revolución industrial, y que hoy se expresa en una multiplicidad de formas empresariales, señala Bobbio que “el impacto de las fuerzas modernizantes sobre el modo de vida tradicional ha sido trastornante (...) El avance del industrialismo y del mercado ha erosionado y despedazado importantes conjuntos de vínculos sociales, políticos y económicos; ha debilitado gravemente la cohesión interna de los grupos primarios” (2000, p.1).

Siguiendo en esta línea, y tal como sostiene Giddens (1994), la modernidad se expresó de manera axiomática a través del fenómeno de “desanclaje” entre tiempo y espacio, determinado por el desarrollo y aceptación de sistemas expertos, amplificado a su vez por el proceso de globalización. Así, la relación tradicional tiempo/espacio, desarrollada y reproducida por las comunidades en función de sus generaciones, se vio modificada con la inserción de sistemas de saberes, tecnologías y de conocimientos expertos. Las comunidades, poco a poco, por voluntad o por obligación (colonialismo), fueron depositando su confianza, su creencia y su seguridad en el nuevo saber experto, justamente, para la gestión de sus vidas más allá del lazo tradicional que gobernaba las formas de vida pre-modernas. En concreto, aquellas comunidades campesinas que antes debían verificar con el sol, la lluvia y la luna el correcto funcionamiento de sus sistemas agrarios, a través

² Sobre la discusión del concepto de comunidad como tal ver apartado 2.3.

de la modernización³ de sus recursos tendrán la posibilidad de gestionar su economía controlando o, al menos, realizando un seguimiento de dichos factores (en tanto los pueden desanclar de su seguridad proxémica) al acceder de manera directa o asistida a tecnologías y conocimientos expertos (ejemplo: la agronomía), tales que les permiten confiar la obtención de una buena siembra y cosecha. La sociedad de la primera modernidad, al parecer, puede utilizar el conocimiento para organizarse de mejor forma, para dar seguridad, y para construir nuevas certidumbres. Es una revolución de las certezas que, sin embargo, no exime de riesgos, más aun los crea en el mismo proceso de elaboración de certidumbres, idea que inaugura el paso a una segunda modernidad (Beck, 2004; Robles, 2000).

La modernidad primaria entrará en crisis al complejizarse en sus mismas funciones de crecimiento inagotable; al ser presa de sus mismas certezas, progresos y múltiples desanclajes. En ese sentido, tal como sostiene Giddens, “la modernidad está totalmente constituida por la aplicación del conocimiento reflexivo, pero la ecuación conocimiento-certidumbre resultó un concepto erróneo” (2001, p.47). Lo anterior es justamente el punto de inflexión en la tradición moderna en tanto que, para algunos autores, se da un paso clave entre la modernidad primaria o lineal a la modernidad tardía o reflexiva (Guiatán, 2003), donde el proceso que había tallado a la primera modernidad, la racionalidad cartesiana, se verá interpelada por una nueva modernidad que, sin renunciar a sus principios fundacionales, sospecha confrontacional respecto de las recetas que le llevaron a configurarse como la “matriz pensante” de la humanidad. Esta situación marca la crisis de la razón moderna y el ascenso del riesgo como principio re-constituyente, en tanto que resultado de acciones humanas no deseadas. En lo que respecta a la empresa, esta idea plantea una serie de temas y de aspiraciones, las cuales se irán forjando en función de las discusiones sobre el tipo de desarrollo deseado y el rol de ésta en la construcción de bienestar.

Lo que queda de manifiesto en el paso de una modernidad iluminada por el conocimiento científico y los metarelatos a una modernidad reflexiva y sospechosa de sí, es que el nacimiento de una nueva sociedad, más abierta y conectada que la anterior, generará a su vez la imposibilidad de prever los efectos de cualquier acción en cualquier parte de la sociedad global. Es decir, multiplicará inseguridad, riesgos y contingencias, y nuevas certezas. Así, toda gestión de incertidumbre queda atravesada por un proceso contingente, es decir, que puede devenir en uno u otro efecto (ambivalencia de la decisión como de sus efectos) gestado por actores situados más allá del Estado nación como agente mediado del poder de decisión; en este sentido, es la empresa el nuevo actor que, en la vida moderna, adquiere un peso estratégico sobre la función pública, en tanto que sujeto

³ La modernización se manifiesta como expresión de los contenidos de la modernidad, desde la razón instrumental, en las aplicaciones tecnológicas y en la continua clasificación, ordenamiento y actualización de la sociedad y sus productos en su conjunto.

legitimado para administrar -en función del crecimiento como sinónimo de desarrollo- el medioambiente y los colectivos humanos.

Es en ese principio moderno donde se desarrolla plenamente la noción de “sociedad del riesgo” de Beck (1998), la que justamente toma “fuerza global” según la tercera definición de globalización ya señalada. Dice Beck, que “los riesgos de la modernización afectan más tarde o más temprano también a quienes los producen o se benefician con ellos. Contiene un efecto búmeran que hace saltar por los aires el esquema de clases” (Beck, 1998, p.29). Tal como habíamos señalado, la globalización produce o comunica materialmente un sistema-mundo (ideas de modernidad) que se instala de manera hegemónica en gran parte del globo, y en ese sentido, el “efecto búmeran” permitirá repensar, una y otra vez, los procesos de desarrollo en el capitalismo, acertando y errando continuamente, siendo esto último característica expresiva de la segunda modernidad o modernidad tardía.

Si para Max Weber el desencantamiento del mundo tradicional estaba constituido por la ascensión de la racionalidad como principio orientador de las vidas -en perjuicio de la religión y de los saberes locales- para otros autores la modernidad tardía o reflexiva producirá su propio desencantamiento, al apostar por un sentido de progreso en las ideas de desarrollo que terminarán produciendo lo ambivalente, de acuerdo a un principio contingente, como piedra angular de las relaciones sociales contemporáneas (la posibilidad de hacer de tal o cual manera puede producir su inverso en el mismo movimiento⁴). Así, se sostiene que toda la matriz de sistemas expertos, conocimientos aplicados y tecnologías de crecimientos no aseguran la inmunidad ante el riesgo, todo lo contrario, “la lógica de la revolución capitalista se vuelve contra sí misma, es la víctima de su propios éxitos” (Robles, 2000, p. 19). A pesar de este pesimismo expresivo, hay autores que ven en esta sociedad del riesgo una posibilidad de mejorar, continuamente, lo que aparece como fallido (Beck, 1998).

Siguiendo la tercera definición, la globalización se expresa en la disminución del poder decisonal de los estados sobre aspectos centrales de la vida pública (expresado en el tránsito entre los modelos de desarrollo), así como también, y fundamentalmente, en el “aumento del poder de las empresas, especialmente de las corporaciones multinacionales. La liberalización de los mercados, la libre circulación de capitales, el abaratamiento del transporte y el desarrollo de las tecnologías de la información han generado un contexto especialmente propicio para el intercambio comercial y la inversión empresarial” (Arenas, Sánchez y Murphy, 2009, p.15). De lo anterior debe quedar en claro que en la actualidad el Estado no ha desaparecido, no está ausente, sino que su rol más bien se manifiesta distinto a como lo hacía con anterioridad al ascenso de las economías librecambistas a escala global. Hoy sus funciones radican, por ejemplo, en proveer de manera

⁴ Pensemos en las industrias que empleando a una comunidad como fuerza de trabajo terminan colapsando su sanidad ambiental o estableciendo conflictos laborales no previstos.

ordenada y jerárquica -según las necesidades- elementos de subsidiariedad, desarrollar transparencia en los procesos burocráticos de su administración, proveer de normativa y fiscalización sectorial, garantizar el cumplimiento de derechos humanos, y otros valores globales. Por otra parte, y a pesar de los cambios ya descritos, las sociedades contemporáneas en occidente seguirán mirando hacia el Estado en cuanto a la búsqueda de seguridad o de justicia. Por lo tanto, “estar con” el Estado seguirá siendo un factor estratégico de legitimidad para los actores “no-estatales”, o derechamente mercantiles, como las empresas en función de sus relaciones con la sociedad y las comunidades en específico.

Como se observa, este nuevo contexto global comporta la metamorfosis de los conceptos de certidumbre, seguridad, riesgo, sociedad, comunidad, cambio que permite la comprensión y contextualiza la emergencia de los nuevos paradigmas empresariales, así como también su dinámica general en sociedad (Gacitúa, 2009). Por lo tanto, el hecho de que exista un mayor protagonismo de los “actores no-estatales” (empresas, organizaciones, comunidades, individuos) conlleva al hecho de que “la preocupación por el riesgo es característica de nuestras realidades, en las que la incertidumbre se ha infiltrado en distintos ámbitos, tanto naturales como individuales” (Gutián, 2003, p.283), lo cual se manifiesta como la característica que -a diferentes escalas- se irá reproduciendo a través del proceso de globalización ya enunciado, no sin importantes y determinantes resistencias y procesos de exclusión/inclusión social.

En síntesis, la globalización implica entonces la internacionalización de un sistema de vida o sistema de visiones determinado por los principios de “las modernidades”, la que a su vez plantea un segundo momento, el cual -haciendo eco de las tesis de García Canclini- podríamos denominar como de hibridización cultural local (Lechner, 2000). Pero también existe un tercer momento, aquel de la generación de conflictos dados por la producción de la subalternidad de los mismos intereses y los proyectos de vida, tal como repasaremos más adelante en lo que se refiere a la relación comunidad/empresa, específicamente.

4.2 DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO AL DESARROLLO SOSTENIBLE

Situado a la par de las discusiones sobre los conceptos de modernidad y globalización se encuentra la discusión sobre los estilos de desarrollo; es posible identificar al menos tres enfoques⁵ clásicos, cada uno con una definición particular y extensiva según donde se aplique.

⁵ Con esta afirmación no se pretende ocultar otras propuestas surgidas al calor de la discusión sobre el concepto mismo de desarrollo (por ejemplo, Desarrollo a Escala Humana), o sobre la ampliación

Una primera formación conceptual del desarrollo fue la que se expresó en las llamadas teorías de la modernización, con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, las cuales posicionaron, como sinónimo de desarrollo, la idea del progreso y con ella la de crecimiento económico, expresándose aquello en la promoción de indicadores tales como el PIB y otros de igual cuño macroeconómico. Para 1920, señalaba Pigeu: “ambos conceptos, bienestar económico y dividendo nacional, están interconectados, de manera que cualquiera descripción del contenido de uno de ellos implica una correspondiente descripción del contenido del otro” (citado en Unceta, 2009, p.7). Es relevante señalar que esta primera posición es tributaria, directamente, de los hechos constituyentes de la “primera” modernidad; la Revolución Industrial y el poder de la cultura sobre la naturaleza, lo que permitió el desarrollo de ideas que fueron alimentadas desde la razón instrumental/científica, en tanto que poder emancipatorio sobre antiguo lazo social tradicional, “abriendo las puertas a la posibilidad de producir todo lo necesario para el logro del bienestar humano” (Unceta, 2009, p.4).

En esta línea, se sostuvo que los beneficios directos del capital, la ciencia y la tecnología eran los mecanismos mediante los cuales las naciones alcanzarían el desarrollo, en perjuicio de los saberes locales y tradicionales (Foucault, 2009), en tanto dichos beneficios ayudaban a escalar -etapa tras etapa- en función del “progreso”, hasta alcanzar el desarrollo como estadio superior del bienestar, el cual ya podía ser medible por la macroeconomía. Dice Unceta, “lo anterior fue posible gracias a la adaptación de otro supuesto, heredado en parte de la tradición clásica: la consideración de que el bienestar de las personas dependía, de manera directa, de la riqueza global de los países en los que vivían” (2009, p.7). En ese entonces, sobre el Estado-nación recaería la misión de llevar a los pueblos el ansiado bienestar, siendo el mismo Estado el sujeto del desarrollo (desarrollo nacional). En esta línea es que se constituyeron los enfoques de la modernización y del Estado keynesiano, el cual va a inyectar optimismo al periodo entreguerras gracias al aliciente del industrialismo que emergió como expresión de desarrollo económico y prosperidad.

Esta posición, la del “progreso macroeconómico” como sinónimo de desarrollo, tuvo una respuesta contundente en los llamados enfoques de la dependencia, los cuales sostuvieron -hacia los años sesenta y setenta- que el camino unilateral hacia el desarrollo, diseñado por los países del norte, tenía serias consecuencias en los países que -periféricamente- se relacionaban productiva y comercialmente con los países ya desarrollados. En esa línea, el sentido de la globalización, en su segunda acepción, tiene asidero en la medida en que se instala una forma de hacer las cosas, bajo orientaciones económicas y políticas de gobernabilidad para el crecimiento y el bienestar de las naciones “subdesarrolladas”, promovidas firmemente desde Estados Unidos.

metodológica/conceptual para medirlo (por ejemplo, Índice de Desarrollo Humano). Más bien se describe la transición entre los paradigmas del desarrollo.

Una tercera posición emergió crítica respecto del economicismo que atravesaba el ideario del desarrollo, cuestionando la capacidad que el crecimiento económico tenía para avanzar hacia el desarrollo, y así dejar atrás el subdesarrollo. En ese sentido, se observaron algunos argumentos que gestaron lo que hoy reconocemos como el paradigma del desarrollo sostenible. El primero de ellos señaló que el crecimiento, como eje del desarrollo, no había podido absorber la pobreza ni disminuir la desigualdad, para lo cual se dictaron estrategias correctivas, emanadas principalmente desde el Banco Mundial sobre “Redistribución con crecimiento”. También se señaló el límite (sesgo) del indicador PIB/habitante para medir el desarrollo. Lo anterior, en tanto “algunos estudios evidenciaron que no sólo no habían disminuido las grandes diferencias internas en muchos países, sino que éstas habían aumentado notoriamente a escala internacional” (Unceta, 2009, p.11).

En segundo lugar, la crítica que comenzó a darse inmediatamente después de la interpelación al desarrollo (crecimiento), como productor de desigualdad y pobreza, fue la del uso indiscriminado y sin freno del medioambiente. Tal como se revisó en la “segunda modernidad”, cabría decir que a través de la fiabilidad en los sistemas expertos es que se manifestaron, paradójicamente, importantes grados de inseguridad ambiental, social y económica a escala mundial, siendo éstos “efectos no deseados” del desarrollo, con la empresa como motor del mismo. Los debates dieron como indicadores explicativos de la situación al uso de ciertas tecnologías y al mismo modelo de crecimiento, como también a posturas que reconocían en la superpoblación del planeta y su crecimiento demográfico las causales fundamentales de la continua degradación ambiental. Más allá de estos argumentos, la publicación de “Los límites del crecimiento”, en 1972, va a generar un mayor grado de focalización y una inflexión sobre el tema. Se dijo entonces que el problema traía consecuencias al corto, mediano y largo plazo; al corto plazo: enfermedades y riesgos para la salud, contaminación atmosférica, mala calidad del agua y del aire, contaminación acústica (ruidos) y congestión; y al mediano y largo plazo: alteraciones climáticas, pérdida de la biodiversidad, agotamiento gradual de los recursos, desequilibrios ecológicos globales y locales (Unceta, 2009).

La respuesta a esta situación, el diseño de un desarrollo sostenible, abría así la posibilidad de combinar crecimiento económico con cuidado medioambiental y social. En ese sentido, para Gimaraes (1987), en términos generales, el paradigma del desarrollo sostenible puede ser entendido de acuerdo a cuatro dimensiones: una ecológica, una ambiental, una social y otra política. La ecológica se refiere a “la base física del proceso de crecimiento y objetiva la mantención del stock de recursos naturales incorporado a las actividades productivas” (Rojas, 2003, p.24). La ambiental se refiere a la capacidad de la naturaleza para recuperarse de la acción y uso de la sociedad sobre ella (tasas de emisión/tasas de regeneración; reconversión industrial y fuentes renovables). La social, trata de las posibilidades de mejoramiento en la calidad de vida de la población. Y finalmente, la política aborda “la necesidad de crear espacios democráticos que permitan el desarrollo de la ciudadanía y la participación de las personas en los asuntos propios de la sociedad” (Rojas, 2003, p.24). En referencia a la práctica actual de esta serie de dimensiones de sostenibilidad, Rojas señala que:

“Se constatan avances, especialmente en países europeos nórdicos. América Latina se encuentra muy atrasada, con graves problemas de pobreza, depredación de sus ecosistemas e inestabilidad política. La temática ambiental se encuentra en una fase incipiente, introducida sobre todo por las exigencias de la globalización y exportación de sus productos a mercados internacionales exigentes” (2003, p.24).

Se expresa entonces que la aplicación y promoción de este paradigma de desarrollo plantea avances diferenciados, con un importante desafío presionado por el proceso de globalización y la exigencia de los mercados en función de una competencia sustentable. En base a dicho diagnóstico surgieron nuevas alternativas al desarrollo clásico, como la del “ecodesarrollo”. Esta alternativa defendió la posibilidad de combinar actividad productiva y medioambiental dando especial énfasis a la participación de las personas en la regulación de dicha combinación (Sachs, 1981).

En dicho contexto surgen declaraciones institucionales de nivel mediático e internacional, tales como el manifiesto firmado por 1500 científicos -entre ellos 100 premios Nobel- donde se postulaban las serias consecuencias que el modelo de desarrollo estaba generando y que generaría a futuro, o la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, del 2000, la cual expresó la urgencia por ver cambios sobre la relación que la humanidad estaba teniendo hasta entonces respecto del mismo planeta. Se acentuó que el mismo modelo económico y productivo que las sociedades occidentales habían fraguado como espejo del bienestar, centrado en la empresa capitalista y la actividad industrial, podría terminar acabando con la vida humana en la tierra. En síntesis, se “planteaban dificultades prácticamente insuperables para una economía del desarrollo cuyo enfoque productivista y cuya metodología resultaban claramente limitados” (Unceta, 2009, p.12).

Otros dos argumentos se esgrimieron para declarar el fracaso del crecimiento económico como espejo del desarrollo: la baja equidad de género, y la situación de los derechos humanos y el respeto a la libertad. En esa línea, Amaryta Sen (2000) sostiene que los países tienden a definir su modelo de desarrollo a través de dos vías:

- 1.- aquella dada por una cooperación entre las partes, con vínculos duraderos y compartidos entre el Estado y el mercado.
- 2.- otra representada por la sumisión de los derechos humanos, las libertades civiles y la justicia social a la “función” que determine la autoridad central, sea ésta en beneficio del Estado o del mercado.

Nos parece que este modelo permite disociar o al menos re-leer de manera crítica el binomio que la literatura tradicional en las Ciencias Sociales se ha empeñado en mantener y promover como regla incuestionable, esto es, que a mayor poder del Estado menores derechos individuales, o que a mayor poder del mercado mayores libertades y bienestar. Para Sen la realidad ha sido más compleja que este dogma, y permite entender, desde el análisis político del desarrollo, el nuevo contexto global en el que transitan la empresa y sus responsabilidades sociales.

En síntesis, no sólo el modelo de desarrollo había fracasado sino aun peor, dicho fracaso, producto moderno, se había globalizado como sistema-mundo, generando profundas asimetrías entre localidades planetarias, subordinadas a los centros del desarrollo, tal como lo había denunciado el enfoque de la dependencia en una primera instancia (Dos Santos, 1996), hoy expresadas en problemas de tipo medioambiental y ecológico, en función de la escasez de los recursos naturales por acción de los países industrializados (Rojas, 2003).

El frenético proceso de desarrollo, impulsado bajo la bandera del crecimiento económico y el progreso lineal, tuvo así su punto de no retorno en el pensamiento desarrollista. Mediado por la gran crisis económica de los años ochenta, fue este el momento en que se produjo la ofensiva contra el rol del Estado como articulador del Bienestar, y con ello su protagonismo en el proceso de desarrollo. Así, el denominado pensamiento neo-clásico o neoliberal fue la matriz que, con posterioridad a los treinta gloriosos años de postguerra, comenzó a generar ideas sobre la forma en que el desarrollo debía ser construido: se señaló que el mercado, la libertad de empresa y los principios de libertad económica debían ser la pauta mediante la cual los sujetos, a través del empleo y el consumo, podían relacionarse productivamente según criterios de asociatividad individual (emergencia del emprendimiento).

La implementación de ese enfoque en los distintos gobiernos que lo asumieron como una nueva estrategia de desarrollo⁶ no estuvo exenta de efectos no deseados: el nuevo modelo era incapaz de subvertir el mismo diagnóstico que había terminado por sofocar al modelo clásico de desarrollo, en tanto no existía modificación del contenido de éste, sino más bien un cambio en la forma, con importantes consecuencias en el plano de la planificación y el desarrollo (gradiente Estado por Mercado⁷).

En el caso de Chile, en este nuevo esquema, la empresa privada adquiere un rol relevante, en tanto que el Estado -orientado por una nueva vocación- privatiza buena parte de sus empresas y promueve la compartimentación de las cadenas productivas, generando así un continuo ir de la flexibilidad de la producción y del empleo, como también una reinención constante de los mercados, ya asociada al surgimiento de los tratados de libre comercio, una vez retornada la democracia⁸. La reestructuración del Estado y su economía traerá consigo una nueva escala

⁶ En lo que fue el Consenso de Washington. Esta situación es la expresada en la segunda acepción de la “globalización” vista en la primera parte.

⁷ Cabe señalar que en el caso de Chile esta “dualidad” fue más bien una situación de complementariedad, en tanto se propuso un modelo de libertad económica con Estado subsidiario y fuertemente centralizado.

⁸ En 1996 Chile firma su primer tratado de libre comercio con Canadá, durante el gobierno de Eduardo Frei Ruiz-Tagle.

económica; la pequeña y la mediana empresa, las cuales se harán estratégicas en la mantención del empleo como también en la inclusión social (Gobierno de Chile, 2010).

A nivel global, las limitantes y las contradicciones que trajo consigo la implementación de la ortodoxia neoliberal fue expresada críticamente en los enunciados “Ajuste con rostro humano” de la UNICEF o la “Transformación Productiva con Equidad”, de la CEPAL. En esas líneas se manifestó la urgente necesidad de establecer un modo en que el desarrollo fuese planteado en términos de multidimensionalidad, donde el crecimiento económico debía tomar en cuenta el bienestar humano (Unceta, 2009). A nivel de la esfera oficial, cabe mencionar que el Banco Mundial fue y ha sido expresión de una continua tensión: por un lado dar cuenta de la necesidad de ampliar y corregir los postulados del neoliberalismo, y por otra parte “la derivada de las exigencias de cimentar cualquier estrategia de desarrollo sobre el control de determinadas variables macroeconómicas” (Unceta, 2009, p.15). Lo anterior permitió un retorno a las “agendas postergadas” por la emergencia neoclásica: pobreza, desigualdad, medioambiente, participación social.

Es en este nuevo contexto, situado “entre siglos”, donde se va a instalar la necesidad de considerar “otros requisitos del desarrollo, tales como la conservación de los recursos naturales, la calidad de las instituciones, la equidad de género, la importancia del conocimiento, o la participación de la población” (Unceta, 2009, p.16). Se retoma entonces la discusión sobre el capital humano, el capital natural y el capital social e institucional, en tanto se los postula como los nutrientes de todo desarrollo, como se expresa en los textos “Marco Integral de Desarrollo” (1998) y “Gestión más general de activos” (2003), ambos del Banco Mundial. A nivel medioambiental se sostiene la necesidad de un “enfoque sustentable del desarrollo” (Rojas, 2003), el cual tendrá una importante vitrina en encuentros internacionales, entre los que destacan Río de Janeiro en 1992 y Johannesburgo en 2002.

Cabría señalar que esta nueva dimensión del desarrollo (sin transformarse en un postdesarrollo⁹) se produjo sin llegar a cuestionar -a escala oficial- legados importantes del pensamiento clásico, como por ejemplo la vinculación casi mecánica entre crecimiento macroeconómico y bienestar social. De ahí que los “nuevos aires” sobre el desarrollo (medioambiente, participación, género) queden subsumidos al principio de rentabilidad, siendo esto último la visión predominante para un sinnúmero de gobiernos e instituciones como requisito en la activación de agendas “pro-cuestión social” (en los años noventa, en Chile, la discusión “empleo versus medioambiente” fue una clara muestra de esta situación). Por otra parte, y tal como lo veremos en el siguiente apartado, la aparición de la responsabilidad de las empresas respecto de la sociedad, y en específico, de su entorno comunitario (y medioambiental), tendrá en la práctica

⁹ El postdesarrollo más bien fija su foco de atención en el concepto mismo de desarrollo y en todas las construcciones discursivas asociadas a éste, proponiendo una construcción singular y autónoma del concepto asociado a las prácticas, oponiéndose así a las lógicas extensivas y generalizables del concepto.

filantrópica su expresión inaugural, en función de la discusión sobre la necesidad de hacer más responsable el funcionamiento de la cadena de valor hacia los efectos de esta misma. La cuestión social no parece ser únicamente un asunto de gobiernos, sino más bien un mensaje que se globaliza entre actores sociales diversos y heterogéneos, tales como las mismas empresas y las ONG.

En síntesis, “la resultante de todo ello ha sido una fluctuante y conflictiva evolución del pensamiento oficial del desarrollo, atrapado entre la reconocida necesidad de abrir las puertas a otras perspectivas, y la dificultad de sacudirse el dominio de una ortodoxia incompatible con una ampliación del debate planteada con un mínimo de rigor” (Unceta, 2009, p.16).

En este nuevo escenario los roles de la empresa en la sociedad van a adquirir nuevas dimensiones, mucho más activas respecto de las decisiones y de las posiciones que se van abordando para pensar y aplicar el desarrollo, como así también respecto del lugar que ocupan en situaciones de conflicto derivadas de la misma gestión del desarrollo. Cabe señalar que el modelo de gestión que comienza a discutirse desde la segunda mitad del siglo XX busca dar mayor nitidez en la necesidad de objetivar las relaciones sociales de responsabilidad con el entorno interno y externo de la cadena de producción. El interés por hacer seguimiento y buscar la mitigación del impacto de la producción, es leído por un amplio sector como una oportunidad de crecimiento estratégico de las corporaciones (Husted y Salazar, 2006; Dentchev 2004), de largo plazo, haciendo énfasis en que “cualquier negocio que persiga sus fines a expensas de la sociedad en la que opera descubrirá que su éxito es ilusorio y, en definitiva, temporal” (Porter y Kramer, 2006, p. 47). Sin embargo, para otros, esta opción será leída como un riesgo que no están dispuestos a comprobar.

Se abre así un intenso y aún abierto debate sobre la responsabilidad social empresarial, y en particular sobre las relaciones entre empresa y comunidad.

4.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL¹⁰ Y LAS RELACIONES ENTRE EMPRESA Y COMUNIDAD

Como se señaló, el tránsito desde el desarrollo como sinónimo de progreso y crecimiento económico benefactor, al desarrollo bajo principios de sostenibilidad medioambiental y social, propio de la “segunda modernidad”, ofrece distintos matices. La “nueva cuestión social”, que no es más que una actualización de la cuestión social de la sociedad fabril, pero hoy determinada por la emergencia del

¹⁰ Si bien a nivel internacional se trabaja con el concepto de “Responsabilidad Social Corporativa”, en el caso de Chile y otros países del continente se utiliza en mayor medida “Responsabilidad Social Empresarial”.

sujeto como actor determinante en el espacio público (Touraine, 1996), o al menos desamparado por las estructuras sociales que hasta hace tres décadas asumieron su seguridad como una cuestión pública (Castel, 2009), se expresa en los problemas de desigualdad económica, medioambientales, participación social y de desequilibrios en materia de género y derechos humanos. Por contraparte, esta situación se verá interpelada por el empoderamiento de los actores sociales respecto de la defensa de la calidad de vida y la necesidad de participar en las decisiones sobre lo público. En esa línea, y haciendo una distinción con la misma sociedad industrial, sostiene Lechner (2002), que “en lugar de las pocas clases y fuerzas sociales de antaño, ahora una multiplicación de actores y una variedad de sistemas de valores y creencias amplían el abanico de lo posible” (p.105). La crisis de la primera modernidad se hace patente en este emerger de nuevas subjetividades en la escena pública, haciendo plausible la ocurrencia de nuevas relaciones entre actores con distintos intereses, empresa y comunidad, sin que en ello se manifieste la mediación estatal como condicionante.

No obstante, más allá de los matices que plantea el nuevo orden paradigmático, lo plausible en sí es la construcción de un marco institucional como también de una serie de recomendaciones y prácticas que van moldeando la relación entre crecimiento económico y bienestar social, con importante presencia de la empresa privada. Tradicionalmente, la empresa estuvo asociada -en los discursos y en los hechos- con la generación de crecimiento económico (principalmente industrial en la primera modernidad) y de riesgos (estratégica y financiera en la segunda modernidad), sin poder transitar en el plano de las protecciones o de la seguridad social (plano de exclusividad del Estado, hasta la crisis del Estado de Bienestar). Ya en la actual etapa de “modernidad reflexiva” o de “irresponsabilidad organizada”¹¹ (Robles, 2000), la empresa -en tanto agente de la sociedad- tiene la oportunidad de colaborar y desarrollar las temáticas que, a nivel de agenda global, tienden a trazar el camino para un desarrollo mucho más amigable hacia las personas y los territorios que se constituyen en sus encadenamientos productivos y sociales, en específicos comunitarios.

En esta línea, la atención en el concepto de RSE, y sobre las relaciones empresa/comunidad en particular, ofrecen un interesante indicador respecto del estado de interacción que, sostenido sobre estrategias de desarrollo, se da de manera dinámica en las sociedades contemporáneas, de manera contingente¹² tanto en el denominado “mundo desarrollado”, como en los países dependientes de éstos en materia económica.

¹¹ El concepto de “irresponsabilidad organizada” remite a la idea de que los riesgos en la sociedad global no interpelan a un solo responsable, sino que éste se muestra diluido en el conjunto de actores que gestionan la decisión, la cual se expresa desde el uso de energía atómica para fines científicos, el ensayo de medicamentos para el combate al cáncer, hasta la aprobación de una política pública con impacto en calidad de vida de los ciudadanos. La modernidad reflexiva se confronta a sí misma, de acuerdo a las nuevas y continuas certidumbres que propone.

¹² Lo que es de una forma puede ser también de otra forma.

4.3.1 RSE: ENTRE PRÁCTICAS DE FILANTROPÍA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA

Tal como se expuso en el apartado anterior, y contrariamente a como se suele señalar en marcos referenciales respecto de la RSE (ver Oglastri y Reficco, 2009), el cambio de paradigmas y la inclusión de indicadores sociales y medioambientales en la gestión de las empresas no obedece puramente al proceso de globalización en sí¹³, pues éste únicamente se encarga de portar, con mayor desanclaje e inmediatez, bajo situación de sistema-mundo, la discusión sobre el estilo de desarrollo a promover entre los agentes que mantienen relación de globalidad en el mundo (voluntaria o material). Es esta discusión, respecto del tipo de desarrollo, la que se manifiesta como un eje orientador hacia la formulación de las prácticas entre empresas y comunidades, en las temáticas que justamente fueron argumento para interpelar al modelo de desarrollo más clásico: crisis medioambiental, derechos humanos, igualdad de género, libertades civiles, y justicia social (Unceta, 2009). Así, y como hemos venido señalando, “de una concepción de desarrollo que resaltaba por sobre todo el desafío del crecimiento, se pasa a una visión que demanda compatibilizar el crecimiento con la protección ambiental y aspectos de equidad social, bajo el paradigma del desarrollo sustentable” (Törey, 2004, p.43).

Ahora bien, en relación a la apertura que se instala en el espacio público respecto de la gestión de los riesgos y la incertidumbre (con retroceso del Estado y emergencia de actores sociales), y como expresamente lo señala el informe de relaciones empresariales con comunidades y ONG, del Instituto de Innovación Social, la empresa post-estado de Bienestar o post-desarrollista (en el caso de Latinoamérica) adquiere un rol mucho más protagonista en las relaciones sociales e institucionales, al tiempo en que el Estado deja de conformar los espacios tripartitos que tradicionalmente tendía a constituir, tanto porque privatizó muchas de sus empresas, como también, porque posteriormente abandonó el ejercicio de árbitro o de mediador a nivel de instancias de negociación (como bien lo expresa la literatura en relaciones laborales en el caso de Chile). Así, “la liberalización de los mercados, la libre circulación de capitales, el abaratamiento del transporte y el desarrollo de las tecnologías de la información han generado un contexto especialmente propicio para el intercambio comercial y la inversión empresarial. En este escenario, la empresa ha ido ganando protagonismo (...)” (Arenas, Sánchez, Murphy, 2009, p.15).

Por otra parte, actualmente al Estado le cabe un nuevo rol; más afín a la promoción de la transparencia en la toma de las decisiones sobre lo público, a la subsidiariedad de algunos servicios y ayuda social, y a la fiscalización del cumplimiento normativo, funciones que son observadas muy

¹³ “Algunas de las tendencias que han causado este giro incluyen la globalización de los mercados, el nacimiento de los desafíos sociales y ambientales a nivel global como el SIDA y el cambio climático, así como la decreciente capacidad de los gobiernos para encarar estos temas en solitario” (p.25).

de cerca por las empresas en función de la gestión de su responsabilidad social particular: “estar con el Estado” sin llegar a “actuar como el Estado”.

La responsabilidad de las empresas, entonces, situada en un esquema mucho más proxémico de interacción al interior de la sociedad (en específico con las comunidades), y fuertemente influenciado por la agenda de desarrollo sostenible instalada desde instancias supranacionales como las Naciones Unidas o el Banco Mundial, resultará una fuerza poco soslayable de parte del mundo empresarial, no necesariamente en términos formales o jurídico/normativos, pero sí desde el punto de vista de la conformación de un campo (Bourdieu, 2000); en tanto que emergerán nuevas formas de gestionar las relaciones con comunidad, se elaborarán ranking e indicadores para clasificar a las empresas socialmente responsables, se promoverán fondos de inversión socialmente responsables, se establecerán definiciones y conceptos para situar las estructuras y funciones sobre las formas de gestionar responsablemente las comunidades, se organizarán foros y encuentros internacionales, surgirán expertos y equipos consultores, programas de estudios superiores y nuevos actores sociales focalizados sobre la reproducción y/o modificación del mismo campo de la RSE, etc.

De esta manera, se irá abriendo, no sin soslayar tensiones, una nueva etapa en el mismo seno de la sociedad: la posibilidad y oportunidad de compatibilizar actividades productivas y económicas (producción de riesgos/incertidumbre) con desarrollo sostenible del entorno (producción de seguridad/bienestar), en tanto que oportunidad de colaboración y fomento de un nuevo lazo social con fuerte protagonismo de la empresa y de sus intereses comerciales. En síntesis, y como ya hemos expresado, “interesa señalar la íntima relación de la responsabilidad social de las empresas con un paradigma de cambio cultural, a través del cual las empresas se transforman en actores que convergen a la creación de una economía más sostenible junto a otros movimientos y sectores de la sociedad civil” (PROhumana y PNUD, 2000, p.3).

De lo anterior se desprende, entonces, la emergencia de una nueva etapa en las relaciones entre las empresas y la sociedad, y en específico las comunidades, la cual a pesar de su corta data, se encuentra caracterizada por la participación de las empresas en asuntos de la esfera pública o en la gestión de temas sociales, en coordinación y/o complemento con las agencias públicas del Estado.

Es por ello que “se hace necesario hablar de responsabilidad social empresarial como la estrategia que para algunos surge bajo la presión del entorno y que para otros es parte de una naturaleza netamente interna a la empresa, y aquellos que la observan como un conjunto de ambas” (Gacitúa, 2009, p.42). Pero, *¿qué responsabilidad le cabe a las empresas en este proceso?* Para algunos autores -quizás constituyendo una de las posiciones más radicales en el sentido regresivo- a la empresa le compete una única responsabilidad respecto de sus accionistas y de sus funciones económicas (Friedman, 1983), y no frente a los actores sociales y las instituciones que no forman parte de la organización empresarial. Para otros autores -y sin constituir un único criterio- a la empresa le cabe también un rol social, el cual irá transitando desde un modelo altamente filantrópico, pasando por uno de tipo ético/instrumental, a uno con alto perfil estratégico o de largo

plazo. Es en esta última versión donde se desarrolla gran parte de las actuales discusiones respecto de la viabilidad para desarrollar RSE como también respecto de qué y cómo medir la responsabilidad.

4.3.1.1. CONCEPTOS DE RSE

En relación al concepto mismo, cabe expresar que inclusive hasta hoy sus definiciones no son homogéneas, esto a pesar de asumir como un consenso el ejercicio estratégico de incorporar a la RSE al interior de la empresa, tal como lo expresa la norma ISO 26000. Esta “recomendación” o norma de gestión en RSE puede ser leída como un claro interés por estandarizar el concepto sobre procesos productivos diversos.

A continuación se expresan de manera referencial algunas de las definiciones más representativas respecto de la mirada actual sobre RSE:

“Acciones de una organización para tomar las responsabilidades por el impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones son consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sustentable; están basadas en el comportamiento ético, el cumplimiento de las leyes y diversos instrumentos intergubernamentales; y deben estar integradas en las actividades corrientes de la organización” (Norma ISO 26000).

“La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos naturales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales” (Instituto ETHOS, 2007, p.s.n).

“El continuo compromiso ético de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general” (WBCSD, 2007, p.s.n).

“La RSE es una actitud, una visión de empresa y país y una apuesta porque el modelo económico que nos pueda seguir asegurando el bienestar deba ser diferente, reconociendo los impactos, intereses y expectativas de los diferentes grupos de interés” (InnoBasque, 2011, p13).

De estas conceptualizaciones se observan como elementos denominadores comunes:

- Coordinación entre la creación de valor económico y valor social en un mismo movimiento (conservación de recursos naturales, respeto a la diversidad y reducción de desigualdades).
- Actitud transparente y proactiva respecto del tipo de relación empresa/entorno (sociedad y medioambiente).
- Cumplimiento de la normativa y la institucionalidad en temas atinentes a la responsabilidad.
- Superación de la ley si es necesario en función de la responsabilidad social (no basta solamente con cumplir la ley).
- Visión activa y empática con y sobre la sociedad, las comunidades y sus intereses. Responsabilidad extensiva.
- Adaptabilidad y especificidad del interés corporativo frente a los contextos y realidades propias de cada tipo de comunidad.

Por otra parte, a nivel de procesos históricos, en la literatura referencial se observan tres estadios diferenciados por el rol estratégico de la responsabilidad social para la empresa, los cuales deben ser leídos como una complejización de las ideas más que etapas segmentadas (Mele y Garriga, 2004):

1) En primer lugar, las primeras versiones que comenzaban a plantear la existencia de una responsabilidad social de la empresa se expresaron en eventos de filantropía, las cuales tenían como criterio subsanar o recompensar los daños que la actividad empresarial tenía en los entornos de las comunidades (laboral, medioambiental, comunitario). Desde un punto de vista sociológico, “básicamente es la protección, carácter ausente en la sociedad del riesgo, lo que se busca suplantar con esta nueva estrategia de la corporación” (Gacitúa, 2009, p.49).

2) Un segundo momento, que a veces es presentado como parte del tercer modo pero que mantiene una diferencia relevante con éste, obedece a la percepción empresarial respecto del rendimiento comercial que la responsabilidad sobre lo social genera a la empresa y sus intereses accionistas en el corto plazo. Esta fase está caracterizada por una instrumentalización al corto plazo de la responsabilidad, en tanto se observa viable en la medida en que pueda traducirse en una valoración comercial importante y plausible al corto plazo.

3) Finalmente, un tercer momento caracteriza a la RSE como un factor estratégico de la empresa. Sobre esta versión, lo importante es señalar que se conceptualiza a la responsabilidad social como una estructura estratégica al interior de la empresa, y no como una actividad de filantropía ni como un ejercicio instrumental focalizado.

Esta diferenciación tendrá un fuerte correlato con la discusión conceptual, la cual se agudizará en distintas versiones centradas en la segunda y la tercera etapa (según la gradiente sobre aspectos de valor social y económico). Para algunos autores, el tránsito que va desde lo filantrópico a lo estratégico está mediado por tres factores: reconocimiento de la importancia social de la empresa, gestión de efectos en la totalidad de la cadena de valor, y la consulta y comunicación con los involucrados (Correa, 2004).

4.3.1.2 ENFOQUES DE RSE

Algunos de los enfoques y teorías mayormente desarrollados sobre la RSE pueden ser leídos como una especificidad de la etapa estratégica de la RSE, en tanto que se objetivan las relaciones socialmente responsables en función de la creación de valor para las corporaciones.

Enfoque instrumental de la RSE: En términos concretos, esta línea se puede expresar en la idea de que “si la responsabilidad social no aporta valor queda de lado”. Se caracteriza por enfocarse de manera utilitaria a la responsabilidad en relación a lo social, y enfoca su acción desde la maximización del valor, las estrategias para generar ventajas competitivas, y el marketing social. La innovación es percibida como una palanca que puede activar procesos productivos al calibrar su foco en la responsabilidad social.

Enfoque político de la RSE: Esta visión sostiene que la relación sociedad-empresa es un vínculo poco soslayable y por tanto a la empresa le cabe responsabilidad respecto del poder que tiene en la organización de las relaciones sociales y productivas. En esta línea se constituyen las ideas de una ciudadanía corporativa (relación comunidad-empresa más directa), de un contrato social integrador (la empresa está unida políticamente a la sociedad, en tanto que miembro de ésta), y del poder corporativo (el poder se debe ejercer de manera responsable).

Enfoque integral de la RSE: Para este grupo de ideas, la responsabilidad social empresarial se constituye, en gran medida, por el nivel de satisfacción que poseen los grupos de interés respecto de la empresa. Así, tanto el prestigio como la legitimidad son valores estratégicos en las corporaciones, las demandas sociales son integradas de manera estratégica, cuidando así gestionar de buena manera las relaciones empresa-comunidad, respecto de los intereses y negocios. Cabe mencionar que en este enfoque se expresa la inclusión de reivindicaciones y decisiones de las comunidades en la planificación estratégica de la responsabilidad social.

Enfoque ético de la RSE: Este marco de ideas hace referencia a lo que la empresa debe o no hacer para, de esta manera, colaborar protagónicamente con un mayor bienestar social. En ese sentido, autores como Garriga y Mele (2002; 2004), han sostenido la promoción de acciones tales como el desarrollo sostenible y la promoción de derechos universales. Por otra parte, postulan la vocación hacia el bien común como necesidad de la empresa en tanto que miembro de la sociedad.

No obstante la aplicación de estos enfoques en el plano internacional, tal y como lo indican importantes centros de investigación y de diseño de políticas de y para Chile, “en el caso de nuestro país estamos en una fase emergente en este proceso que se desarrolla principalmente como efecto del impacto que genera en algunos sectores empresariales la configuración de un nuevo paradigma de organizar las empresas” (PROhumana y PNUD, 2000, p.5).

Dado que el objeto de estudio de la investigación está centrado en la gestión empresarial respecto de las relaciones con comunidad, corresponde a continuación situar la discusión respecto del concepto de Comunidad, en relación a la gestión empresarial.

4.3.2 DEFINICIONES Y ALCANCES CONCEPTUALES SOBRE COMUNIDAD

La literatura específica de RSE cuenta con escasa conceptualización respecto de la comunidad, en específico. En ese sentido, una de las aproximaciones que se ha utilizado en mayor medida ha sido la aportada por el enfoque de los stakeholders. Desde esta propuesta de análisis se aborda a la comunidad como un grupo de interés al cual se le han impuesto e integrado efectos, externalidades e intereses varios, lo cual permite diferenciarla de otros grupos de interés, tales como los trabajadores, los proveedores o los accionistas que poseen especificidades en la gestión de la responsabilidad (Dunham, Freeman y Liedtka, 2006, p.23).

Sobre esta concepción, los mismos autores asumen el vacío que compone al concepto y se preguntan entonces sobre lo que realmente se puede considerar como comunidad; ¿un barrio vecino a una industria? ¿una universidad afectada por emisiones atmosféricas? ¿un grupo de ONG movilizadas para disminuir los ruidos industriales? Finalmente, concluyen que en el enfoque de los stakeholders no existen referencias conceptuales que permitan a las empresas diferenciar aquello que clasifica como comunidad y aquello que no.

Un complemento a ello es lo que propone Clarkson (2010), quien sostiene que es posible clasificar a la comunidad como un stakeholder “secundario” definido, dentro de los stakeholders públicos. A diferencia de grupos de interés como los empleados, quienes sí tienen temáticas de responsabilidad específicas (capacitación, diálogo sindical, bonos de producción) la comunidad no expresa la misma especificidad, siendo la generalidad de problemas y focos de trabajo los elementos que componen el ejercicio de la responsabilidad. Así, los temas “varios” que definen a la comunidad son aquellos relacionados con el medioambiente, los derechos humanos o la participación social, por ejemplo. Esta laxa definición evidencia una vez más la dificultad con que la literatura específica en RSE aborda la temática de la comunidad.

Una posible salida alternativa al vacío conceptual se encuentra en el aporte que provee tanto la sociología clásica como contemporánea, y en segundo lugar la psicología comunitaria. Tal como señalábamos en el primer apartado, la célebre diferenciación ideal entre comunidad y

sociedad propuesta por Tönnies genera hasta estos días una importante orientación en la articulación del concepto de comunidad. Para el sociólogo, la comunidad puede ser abordada desde tres dimensiones o escalas: 1.-de sangre, 2.-de territorio, y 3.-de espiritualidad. La primera remite a un lazo familiar, la segunda a uno de tipo territorial o de lugar compartido, y la tercera a una comunidad con una visión compartida (ideología, religión, valores, identidad). Apoyo mutuo, solidaridad, participación, consenso, vida en común y valores compartidos componen, para Tönnies, el concepto de comunidad. En cambio en la sociedad, y a pesar que los individuos puedan compartir algunos de estos lazos, está la posibilidad de que existan otras opciones de enlace o asociación entre éstos, mediados más allá de los valores, de la sangre o del territorio singular. La sociedad propiciaría otro tipo de relaciones, mucho más afines a intereses individuales e instrumentales, fundamentalmente.

En una línea similar, Weber sostiene que una comunidad funge por un lazo afectivo, por sentidos subjetivamente compartidos, donde lo que guía la acción es ese mismo lazo, su reproducción, y no el fin racional que distingue a la sociedad (fines como lograr un mejor estatus social o empleo, serían propios de la sociedad). La comunidad sería entonces una matriz de sentido compartido subjetivamente por un grupo de personas (pertenencia), sin arreglo a fines no afectivos (Weber, 1977). Bajo estos postulados, la comunidad:

“Es siempre descrito como un actor sometido a su colectividad, a la vez moldeado por ella e incapaz de separarse de ella, animado por el calor del grupo (...) se subordina pues a una colectividad cuyo sentido lo excede por definición puesto que es justamente el sentimiento de pertenencia a una comunidad el que domina y dicta su acción (...) la representación analítica del individuo moderno -y el individualismo- se establece en oposición a esta misión” (Mertucceli, 2010, p.82).

Así, la sociedad se distingue de la comunidad por la misma genealogía moderna, en tanto instala al individuo como centro de la decisión, modificando el sentido de pertenencia tradicional a uno mucho más impersonal y “líquido”, en la segunda modernidad, en el sentido de Bauman (2002). La figura del extranjero, sujeto capaz de modificar la cultura a la que accede a la vez que en el proceso se modifica él mismo, constituye un elemento que permitió a Simmel (1986) dar cuenta de la transición permanente entre comunidad y sociedad a través de la reinención del individuo soberano moderno, y de su afectación sobre el medio cultural. Creemos que hay mucho que rescatar del análisis de esta figura en la reflexión sobre la relación entre comunidad y empresa.

Esta transformación queda sellada en aquello que el sociólogo Talcott Parsons denominó como el “florecimiento del individualismo institucional”, en tanto que el individuo deja de ser percibido como una anomalía en un sistema universal, y es re-conceptualizado como el modelo posible (Parsons, 1971). Así, la comunidad se convierte, cada vez más, en un reducto subalterno en una sociedad impersonal donde la empresa privada adquiere ingerencia estratégica.

Por otra parte, ciertas posturas dentro de la psicología comunitaria -basándose en el impacto de la revolución tecnológica y científica de la globalización- señalan que sobre las distinciones de la sociología hay que abordar algunas características que sobrepasan la pura relación territorial, y que tratan de la pertenencia, la interrelación y la cultura en común (Krause, 2001). La pertenencia, es decir, el “sentirse parte de” o “identificado con”, constituye una dimensión en la identificación de la comunidad. En segundo lugar, la existencia de comunicación cara a cara o virtual entre sus miembros. Y finalmente, la “existencia de significados compartidos” (p.55).

Consideramos que, a pesar de compartir la observación respecto de la calidad virtual y/o mutante de los territorios, es importante destacar al componente territorial en tanto describe una relación material con la gestión productiva de las industrias, lo que para la investigación constituye un requisito fundamental en la construcción del objeto de estudio, es decir, que “en el trabajo con la comunidad, se halla la integración e identificación mutua entre la empresa y los grupos sociales o comunidades que tienen alguna relación directa o indirecta con ella. Es en este proceso que los agentes externos deben conocer los elementos, problemas, necesidades y recursos de la comunidad” (Mori, 2009, p.164).

En ese sentido, consideramos que las características que propone Krause, desde la psicología comunitaria, pueden funcionar como un complemento a las dimensiones territoriales e ideales situadas por la sociología, y por la clasificación y segmentación de la comunidad dentro de los grupos de interés, de acuerdo al enfoque de los stakeholders.

Como hemos visto en el apartado de RSE, y más adelante en lo que respecta a Comunicación, la responsabilidad primaria de la empresa está con sus grupos de interés, en específico con la comunidad que es afectada por la cadena de valor que permite el existir de la empresa. Así, queda de manifiesto que la comunidad no obedece al mismo modelo operativo que el de la sociedad, en tanto que aun mantendría activos lazos territoriales, afectivos, comunicativos o culturales propios (ser de un barrio, vivir en un determinado lugar, etc.) a pesar de estar atravesada por lógicas impersonales, dada su situación en el contexto de globalización. Debemos entender la diferencia entre comunidad y sociedad de acuerdo a una función gradual y no como extremos opuestos.

Dicho lo anterior, cabe entonces plantearse la pregunta ¿Está preparada la empresa para operacionalizar o dar cuenta de los intereses de una comunidad que no comparte la multiplicidad de sentidos de la sociedad? Claramente podemos deducir que la relación entre la empresa y comunidad implica establecer lógicas con un alto componente situacional y contextual, territorial y singular (insistiendo en el requisito de un territorio próximo a la actividad industrial), articuladas con los elementos genéricos y estandarizados -en materia de prácticas y comunicaciones- de las propuestas estratégicas de la RSE.

En relación a lo visto, y subrayando el carácter re-constituyente que el proceso de globalización mantiene sobre la relación sociedad-comunidad, proponemos caracterizar

comparativamente a ambos conceptos (siempre asumiendo de que se trata de una gradualidad y no de opuestos), de acuerdo a lo siguiente:

Sociedad: es genérica y abstracta, posee un carácter impersonal y racional, y se reproduce bajo una orientación a la des-territorialización y la innovación de sus estructuras y funciones (división social del trabajo, industrias culturales, consumo masivo, crecimiento urbano, etc.). Expresa una gradiente hacia la heterogeneidad de formas de vida.

Comunidad: es singular y concreta, posee un carácter particular y afectivo en las relaciones intracomunitarias, con una fuerte orientación hacia el territorio, el lazo familiar, la conservación de las funciones (compromiso vecinal, cultura del barrio) y sus estructuras (juntas de vecinos, iglesias, clubes deportivos, escuelas, consultorios). Expresa una gradiente hacia homogeneidad de formas de vida.

Es de acuerdo a esta distinción que la presente investigación toma como objeto la gestión empresarial con comunidades, y no la responsabilidad con la sociedad como tal (o con las organizaciones de la sociedad civil). Interesa ante todo el estudio de la relación corporativa con quienes 1.-hallándose en situación de cercanía territorial, 2.-con sistemas de pertenencia propios (sentidos compartidos, interacción territorial, etc.), que los distinguen de algún otro actor dentro de la sociedad, son objeto de la gestión de las relaciones empresariales.

Es por ello que los conceptos de sociedad civil y comunidad se expresan en planos diferentes, y no es conveniente clasificarlos bajo una misma operatoria, inclusive si se acepta la crítica al “territorialismo” del concepto sociológico clásico de comunidad por parte de la psicología comunitaria. Brevemente, más allá de las definiciones marxistas y liberalistas, la sociedad civil puede ser definida como:

“personas y organizaciones de personas que poseen una visión colectiva de sí, lo que, aunque difusa, es cohesionada por la participación y por la movilización de sus actores (y actrices) en torno a la consecución de objetivos relativamente autónomos respecto del Estado, de la actividad política profesional y del mercado, pues si bien la sociedad civil no pretende hacerse del control de estas entidades, ella no es absolutamente independiente y extraña a aquellas” (Boasier, Lira, Zurita y Rojas, 1995, p.7).

Se observa entonces que el concepto de comunidad no se consume en éste último, en tanto que el concepto de sociedad civil hace un énfasis en la voluntariedad en común y la movilización de agentes, la cual no es análoga al sentido de pertenencia territorial, familiar o sanguíneo de la comunidad (movilización por un lazo no racional, afectivo, según Weber).

La sociedad civil responde entonces a un rol decisonal (la voluntariedad de participar en la construcción de un sentido o en la gestión de una acción), desarrollado en un espacio altamente desterritorializado, racional, impersonal, y sobre todo interseccional, a diferencia de la comunidad,

orientada por una condición territorial y afectiva, en un espacio interaccional. Ambas pueden actuar contingentemente en función de la gestión empresarial, con la diferencia de que la sociedad civil (por ejemplo, una ONG) remite a un rol decisonal sobre una voluntariedad para expresar intereses desde un ámbito privado (personas) y público (organizaciones), con alto grado de innovación (cambio social), y donde además la empresa se relaciona como un actor relacional, también con sentido de innovación. En cambio, la comunidad se expresa bajo un rol primariamente territorial, en un espacio semi-cerrado (sentido de pertenencia en contexto de globalización), con un fuerte contenido afectivo y conservador.

Así, cabe afirmar que la empresa no se integra como tal a la comunidad, sino más bien la comunidad (sus intereses) a la gestión de la empresa, tal como examinamos en la discusión sobre relaciones empresa y comunidad; y que la sociedad civil no se agota en los miembros de la comunidad. Esta situación se puede visibilizar en el apartado sobre conflicto, donde es posible distinguir a las comunidades de las organizaciones sociales de la sociedad civil y a éstas de las empresas.

En base a esta caracterización podemos entender entonces la diferencia entre la sociedad civil, en tanto que campo decisonal con movilización de objetivos, donde pueden convivir elementos empresariales y comunitarios decisionales; y la comunidad, la cual remite a la situación de proximidad territorial y a la pertenencia afectiva compartida entre sujetos, en función de una eventual relación con empresas.

Así, las características del concepto de comunidad implican una necesaria inducción a la situación, al territorio y al contexto relacional intracomunitario de éstas y, por lo tanto, se deduce que la pura estrategia genérica de la perspectiva de los stakeholders no capta la totalidad de dicha singularidad, y más bien funciona como una primera condición para una gestión más “particularizada”.

4.3.3 LAS RELACIONES EMPRESA/COMUNIDAD

4.3.3.1 CARACTERIZACIÓN E INDICADORES

Nunca antes las empresas habían mostrado tanta preocupación por los efectos de sus actuaciones, lo que ha derivado en una proliferación de iniciativas, dependiendo del punto de madurez en la concepción e implantación de la RSE y de las características propias de cada empresa (Azuero, 2009).

Siguiendo los lineamientos que propone Gacitúa (2009), podemos señalar que “la responsabilidad social de las empresas suele clasificarse -a grandes rasgos- en dos ámbitos de acción (...) Una dimensión interna y otra externa” (p.68). En el caso de la primera, se trata de la gestión de recursos humanos, la cual tiene directa relación con la seguridad, el bienestar, la asistencia social, la salud y la comunicación con los empleados (grupo de interés específico). La segunda dimensión

es la externa, y trata sobre la relación que la empresa establece con el medio o entorno territorial y físico, en tanto que gestión de los recursos naturales, con impacto de la cadena de producción (reducción de emisiones, erosiones y residuos, por ejemplo), relaciones con comunidad y derechos humanos. La idea que resume la totalidad de la segunda dimensión de la responsabilidad social se expresa en que “el perímetro de las empresas está lejos de coincidir con los límites físicos de ésta misma, por eso las responsabilidades se extienden hacia su entorno” (Gacitúa, 2009, p.69).

Respecto de las relaciones empresa/entorno, en el ámbito externo podemos situar, primero; a los grupos sociales de interés (stakeholders), tales como las comunidades locales, los socios comerciales, y los consumidores de los bienes y servicios. Segundo; lo que respecta a temáticas relacionadas con la tutela de derechos humanos, en tanto aspecto que suele ser infringido por las empresas multinacionales, estableciéndose así ciertos códigos de conducta reguladores de las condiciones laborales medioambientales. Finalmente, “encontramos a la problemática ecológica global, la cual es considerada de manera aislada de la problemática medioambiental endógena, debido al efecto transfronterizo de los daños ecológicos y medioambientales que primeramente afectaban de manera local (Gacitúa, 2009, p.69).

Si bien ha comenzado a desarrollarse una cultura RSE en Chile aún está en etapa de producción de conocimientos y sobre todo de exploración de prácticas, más que algún tipo de estructuración o estandarización de la gestión. En esa línea existen distintas variables e indicadores respecto de la medición sobre los ámbitos de acción ya mencionados. Por ejemplo, Acción Empresarial promueve 5 indicadores respecto de la RSE: ética empresarial, calidad de vida laboral, medioambiente, compromiso con la comunidad y marketing responsable. Por otra parte, Ethos propone un modelo distinto, constituido por valores y transparencia, público interno, medioambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad (Gacitúa, 2009).

Dice Ibañez (2004), citado por Gacitúa (2009, p.70):

“Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y prosperidad de las comunidades donde operan” (p.199).

Es entonces el examen de la comunidad una de las superficies mediante la cual se puede medir la gestión y las prácticas de responsabilidad social o bien de gerenciamiento de las empresas respecto de su entorno, en tanto que frecuentemente, aledaño a una unidad productiva se encuentra un asentamiento humano que responde en asociación laboral o bien vecinal a la misma, conceptualizada como comunidad en la medida de lo expresado en el apartado anterior. Es decir, y tal como sostiene Gacitúa, “la comunidad permite saber si realmente la RSE se está comunicando hacia el exterior” (p.70).

En cuanto a la relación entre la comunidad y la empresa cabe señalar que puede ser jerarquizada según tres agrupamientos (Porter y Kramer, 2006):

- a) “temas sociales genéricos los cuales a pesar de ser importantes para la sociedad no son afectados considerablemente por las operaciones de la empresa ni comprometen su competitividad;
- b) los temas sociales afectados por la cadena de valor corresponden a aquellos que se ven directamente afectados por las actividades de la empresa; y
- c) finalmente las dimensiones sociales del contexto competitivo que corresponden a los factores presentes en el medio externo que afectan la competitividad de la empresa en el contexto donde ésta actúa” (Gacitúa, 2009, p.69).

Consideramos que esta escala permite no sólo medir el tipo de relación establecida sino el grado de relevancia que una corporación empresarial le asigna a la comunidad o actor social en su gestión.

4.3.3.2 LOS GRUPOS DE INTERÉS

“El éxito de las empresas, instituciones o corporaciones en general ya no depende única y exclusivamente de la calidad del producto o servicio en sí mismo, sino que se hace imprescindible, imperiosa y trascendental la presencia de nuevas herramientas estratégicas que impelen y potencien en grado sumo la efectividad de los objetivos finales que se plantee cada organización” (Briceño, Mejías y Moreno, 2006, p.37).

Uno de los elementos más relevantes en el estudio y gestión de las relaciones empresa/comunidad es la comunicación. Tal como sostiene Gacitúa (2009), “la comunicación es una herramienta que facilita el refuerzo de las políticas y acciones de RSE tanto dentro como fuera de la organización (...) Si dentro de la empresa existe un conocimiento de lo que ésta realiza en dicha materia, su valoración se fortalecerá y del mismo modo el sentido de pertenencia de sus miembros” (p.74). Lo anterior concita una importancia estratégica, la cual está contextualizada por lo que caracterizamos en la primera parte de este marco: despliegue radical del proceso de globalización, instalación de la preocupación del medioambiente y el empoderamiento de actores sociales, retroceso y modificación del rol del Estado y el ascenso estratégico de algunos actores de la sociedad, tales como la empresa y los agentes privados, cada vez más presentes en la toma de decisiones sobre el desarrollo.

La comunicación no siempre ha sido “estratégica” ni ha tenido el mismo rol. Si en la empresa taylorista la comunicación estaba sostenida, unilateralmente, en función de la efectividad de los

flujos de información internos encargados de mantener la productividad a razón del cronómetro, hoy la comunicación organizacional se manifiesta a través de flujos multidireccionales; a nivel interno, externo y en redes. La globalización, las nuevas visiones sobre el desarrollo, y la emergencia de un nuevo modelo de gestión de la empresa expresado en la responsabilidad social, exigen un desempeño comunicacional sobre el promedio; integral e innovador.

Dentro del campo RSE, la discusión teórica sobre si una empresa debiese comunicar o no ya parece ser etapa superada, más bien pareciera ser que la reflexión está dada en función a quién comunicar, qué comunicar y a través de qué medios comunicar, sobre todo si “como resultado de esta relación surge el valor intangible de la reputación, con la consecuente contribución a la consolidación de una marca interna sólida que cruce los límites de la empresa para convertirse en una atractiva marca como empleador (Azüero, 2009, p.19).

En relación a la pregunta sobre a quién comunicar, el enfoque de los stakeholders tiene especial importancia, el cual -como vimos en el apartado anterior- debe ser combinado con un concepto clarificador y específico sobre el tipo de grupo de interés con el cual se desarrollarán las comunicaciones, el cual, para el presente estudio, es el de comunidad. En ese sentido, la identificación y la segmentación de los grupos de interés es el primer paso dentro de esta etapa, los cuales, según el criterio propuesto por Azüero (2009), responden a tres interrogantes: ¿Quiénes perderían algo si la empresa cerrara?; ¿Quiénes pueden influir en la marca?; ¿Quiénes representan los intereses que a su vez pueden ser afectados por la empresa?

En relación a la primera pregunta, cabe incluir a todos los actores que tanto a nivel interno como externo pudiesen ser afectados por el cierre, desde los trabajadores, los accionistas y la comunidad donde la empresa se encuentra operando. En segundo lugar, la identificación de quienes pueden influir también es amplia: medios de comunicación, pueden ser agentes de la sociedad civil, tales como las ONG, socios comerciales, proveedores, etc. Y finalmente, entre quienes representan intereses posiblemente afectados por el funcionamiento de la empresa se encuentran algunos grupos de presión, el gobierno, sectores empoderados de una comunidad.

Esta distinción entre los actores es flexible, en tanto alguno de ellos podría estar en la respuesta de más de una interrogante. Lo relevante es que las respuestas a las tres preguntas orientan en buena medida la identificación de los grupos de interés y su segmentación o clasificación, paso crucial dentro del proceso de comunicación estratégica y organizacional en la RSE (Azüero, 2009). Por lo demás la lista de los grupos de interés estará a su vez orientada por las condiciones situacionales y contextuales de la misma relación, es decir, por el tipo de comunidad donde se generan las relaciones y las interacciones, lo cual además permite la operacionalización entre las expectativas de la empresa y la influencia de los grupos de interés sobre la misma. Esto último quiere decir, por ejemplo, que el hecho de que en una determinada comunidad el gobierno comunal sea el principal stakeholder no quiere decir que en todas las demás vaya a ser igual (Azüero, 2009).

Por otra parte, lo que refiere a la priorización o jerarquización de los grupos también es relevante para la comunicación estratégica a emplear, en tanto los focos temáticos respecto de las urgencias y las proyecciones van determinando la misma planificación de la comunicación. Esto quiere decir que, por ejemplo, a pesar de que en una determinada comunidad exista una urgencia por solucionar un problema medioambiental, la comunicación estratégica debe asumir que existen otros grupos de interés que exceden a la contingencia, en nuestro ejemplo, protagonizada por alguna ONG medioambiental o grupos de presión. Así, Azuero (2009, p.18) propone los siguientes criterios para desarrollar la jerarquización de los grupos de interés:

- Liderazgo en la creación de opinión
- Grado de influencia en el entorno socioeconómico de la empresa
- Expectativas a corto, medio y largo plazo
- Interés por los ámbitos social y medioambiental
- Histórico de la relación

Dejarse llevar por la coyuntura no haría otra cosa que expresar falta de planificación, siendo esto un obstáculo dentro del mismo proceso de gestión comunicacional en RSE o relaciones con comunidad (Briceño, Mejías y Moreno, 2006).

Tal como revisamos en el apartado sobre RSE, la percepción que se pueda tener sobre ésta, de parte de los grupos de interés, puede estar asociada a una función filantrópica, ética/instrumental o bien estratégica. La relevancia de la comunicación estará justamente en clarificar esta percepción, en darle contenido de acuerdo al plan de manejo que la empresa le ha dado a la situación de los grupos de interés. En ese sentido, no es posible concebir una visión opuesta entre lo que la empresa promueve a nivel interno (comunicación interna/identidad corporativa) y lo que muestra a nivel externo (comunicación relacional-externa/imagen corporativa). Antes que nada, esta situación debe ser unificada en función de los objetivos trazados, expresados en la misión y la visión de la organización, independiente de si el plan comunicacional al respecto de los grupos de interés depende del plan general corporativo (un enfoque transversal incorporado al “Plan”) o bien si responde a una especificidad dentro del general (un plan desglosado del “Plan” general).

En el caso de aquellas empresas que conciben una relación estratégica con sus grupos de interés, la misión comunicacional consiste en “trasladar a los receptores el mensaje de que la RSE no es filantropía y que, por tanto, la empresa que comunica sus iniciativas en este ámbito no es una especie de “benefactor incondicional”, es una tarea a asumir conjuntamente por los responsables de definir tanto la política de RSE como la estrategia de comunicación dentro de las empresas” (Azuero, 2009, p.17), en tanto que en la comunicación de esa diferenciación radica buena parte de la legitimidad de las empresas (Gacitúa, 2009). Cabría hacerse la pregunta de si esta situación tiene

un asidero empírico, si acaso las empresas se preocupan de hacer esa diferenciación o si más bien la diferenciación aun no está del todo clara para los canales de mando.

Otro aspecto en el que ha avanzado tanto la investigación como la discusión teórica trata de la diferenciación de los contenidos y de los medios o canales de comunicación de acuerdo al tipo de stakeholder. No es lo mismo afrontar una comunicación con grupos de interés nuevos que mejorar o ajustar las relaciones con grupos ya consolidados en función de las relaciones con la empresa. Dentro de los elementos comunicacionales utilizados en los flujos de comunicación empresa/grupos de interés, se encuentran el informe o memoria anual de RSE, la publicidad, el desarrollo de comunicación interna (integración), el patrocinio de espacios de comunicación, la realización de eventos, y el marketing interno (público interno) (Azuelo, 2009).

La relación entre comunicación y responsabilidad social de la empresa trata de la legitimidad social en los grupos de interés respecto de la misma empresa, lo cual, ciertamente, es insumo de reputación. Así, y tal como señalan Briceño, Mejías y Moreno (2006) “Una organización que comunica adecuadamente sus acciones, proyectos y decisiones, es una organización confiable que atrae inversionistas y mejora el bienestar y la calidad de vida de quienes estamos en su entorno. Es por esta razón que las organizaciones socialmente responsables son recompensadas con una reputación más favorable que se refleja en la lealtad de clientes, la pertenencia y orgullo de sus empleados, la confianza de los mercados financieros y en la misma administración pública” (p.43).

En cuanto a la clasificación de la relación entre la empresa y sus grupos de interés, en este caso la comunidad, podemos asociarla en base a tres estadios: nivel de Comunicación; nivel de Diálogo; nivel de Participación.

a) Nivel de Comunicación: El nivel de comunicación nos indica, por ejemplo, que se trata de relaciones comunitarias informales, fuertemente promovidas por una misma dirección (empresa), con niveles de información disgregados y dispersos. En cuanto al actor social, existe reacción a sus demandas, en tanto que respuestas a grupos de presión, expresión de una gestión vertical de la gerencia hacia el medio. La gestión de las relaciones comunitarias se establece a un nivel de departamento, el cual desarrolla ejercicios de evaluación y medición parciales, a través de informes de terreno, publicaciones, encuestas. En síntesis, a este nivel las relaciones comunitarias son pensadas al corto plazo.

b) Nivel de Diálogo: El nivel de diálogo expresa una maduración del modelo de gestión de la empresa hacia las relaciones con la comunidad. En primer lugar, cabe señalar que en este estadio la información de la empresa es compartida con los grupos de interés que la demandan, así como también la que solicita la empresa a la comunidad. La información se encuentra organizada, con un nivel de diálogo regularizado. Se destaca la proactividad de la empresa para gestionar sus riesgos y con ello mejorar o mantener su reputación. La gestión de las relaciones comunitarias es transversal a la empresa, y éstas están organizadas desde la alta dirección o bien a nivel de departamento. Por sobre los instrumentos que caracterizaban al primer estadio acá se observan instrumentos tales

como talleres y reuniones, de manera más sistemática. En síntesis, a este nivel las relaciones comunitarias son pensadas al mediano plazo.

c) Nivel de Participación: El nivel de Participación trata de relaciones comunitarias mucho más maduras y estratégicas para la corporación. En este nivel se establecen negociaciones periódicas, beneficios y acuerdos en común. El flujo es multidireccional. Junto con informar y dialogar, en este nivel se presenta la toma de decisiones como elemento distintivo desde la comunidad. La motivación de la empresa, respecto de las relaciones comunitarias es estratégica: como herramienta hacia la competencia en el mercado. La gestión es permanente: interna-externa y transversal. La gestión de estas relaciones está orientada y organizada desde la alta dirección, y desde ahí se transmite al conjunto de la organización. A nivel de instrumentos, se avanza hacia el establecimiento de alianzas estratégicas y sistemas de autoevaluación y autorregulación. Es decir, a este nivel, las relaciones comunitarias son pensadas a largo plazo.

Otros autores señalan que la relación puede ser medida en un nivel mucho más detallado, de acuerdo a la meta y al tipo de comunicación emprendida entre la empresa y los grupos de interés en cuestión. Así, Azuero (2009, p.28) propone;

Nivel	Meta	Comunicación
Nivel 1: Permanecer Pasivo.	No hay meta ni relación.	No hay comunicación activa.
Nivel 2: Hacer un seguimiento.	Hacer un seguimiento de las opiniones de los grupos de interés.	Unilateral: de los grupos de interés hacia la compañía.
Nivel 3: Informar.	Informar o educar a los grupos de interés.	Unilateral: de la compañía a los grupos de interés.
Nivel 4: Realizar transacciones.	Trabajar juntos en una relación contractual en la que un socio dirige los objetivos y provee fondos.	Bilateral limitada: se establece y monitorea la actividad según las condiciones del contrato.
Nivel 5: Consultar.	Obtener información y opiniones de grupos de interés para fundamentar las decisiones internas.	Bilateral limitada: la compañía pregunta y los grupos de interés responden.
Nivel 6: Convocar.	Trabajar directamente con los grupos de interés para asegurar la comprensión y consideración de sus inquietudes en los procesos de toma de decisiones.	Bilateral o multilateral entre la compañía y los grupos de interés. El aprendizaje es bilateral. Los grupos de interés y la compañía actúan de forma individual.
Nivel 7: Colaborar	Asociarse o convocar a una red de grupos de interés para desarrollar consensos y planes de acción conjuntos.	Bilateral o multilateral entre compañía/s y los grupos de interés. El aprendizaje y la toma de decisiones son bilaterales. Los grupos de interés actúan de forma conjunta.
Nivel 8: Delegar.	Delegar las decisiones a los grupos de interés sobre un tema determinado.	Nuevas formas organizacionales de rendición de cuentas; los grupos de interés tienen un rol formal en el gobierno de una organización o en las decisiones que se les delegan.

Como se observa, los niveles 2 al 3 pueden ser incluidos dentro de la etapa de “Comunicación”, anteriormente descrita; del 4 al 7 en el nivel de “Diálogo”, y el 8 en el nivel de “Participación”.

Más allá de la clasificación de las etapas o niveles en torno a los tipos de comunicación emprendidos entre la empresa y los distintos grupos de interés es importante recalcar que la comunicación adquiere un rol significativo cuando los empresarios se dan cuenta de que no se trata de publicar estados y balances financieros o establecer una serie de Códigos Éticos de transparencia que representen estrategias de comunicación hacia afuera, sino que debe generarse una transformación cultural que cubra a todos aquellos que conforman la empresa y que establecen relaciones con ella (Briceño, Mejías y Moreno, 2006, p.43).

La mirada sobre los grupos de interés debe ser un reflejo de lo que acontece al interior de las empresas, en relación a la comunicación interna y a la imagen corporativa que éstas proyectan en sus redes.

4.3.3.3 EL ROL DEL CONFLICTO

Un aspecto relevante en el estudio de las relaciones con comunidad lo constituye el rol del conflicto ambiental. En el inicio de la discusión respecto de los nuevos movimientos sociales se sostuvo con fuerza que el disputar cuestiones ligadas al plano medioambiental, los derechos humanos y el género respondían a las demandas de una sociedad postindustrial, que ya había satisfecho sus necesidades básicas (conflictos capital/trabajo) por obra del Estado de Bienestar (Touraine, 1996). Todo esto como un fenómeno propio de la realidad europea, en tanto la disputa sería “cultural”.

Esta tesis se desvaneció en la explicación de la emergencia de los movimientos por la defensa del medioambiente, o ecología popular, en América Latina y en Asia, concretamente en países como Brasil y la India, lugares donde las necesidades básicas y fisiológicas, no se encuentran (hasta la fecha) del todo superadas, y más bien constituyen un eje reivindicativo permanente (Guha y Martínez Alier, 1997; Routledge, 2005). Así, la idea sobre un mayor protagonismo de los actores sociales en el plano “cultural” queda sin sustento coherente en el caso del “Tercer Mundo”, en tanto que dicho plano más bien se presenta bajo una condición estructural de dependencia entre quienes modifican el medioambiente y quienes sufren esos efectos. Así, el viejo enfoque de la dependencia se manifiesta en su rostro medioambiental.

En ese sentido, a continuación se revisan casos donde se hace énfasis en el rol de los actores sociales y las comunidades involucradas sobre los intereses de las empresas vinculadas. Cabe recordar que una de las hipótesis de trabajo que plantea la presente investigación dice relación con que el establecimiento de relaciones entre la empresa y las comunidades tiene correlación con la existencia de un conflicto ambiental que la antecede. De ahí que entonces sea pertinente revisar algunos casos para orientar este supuesto en la investigación hacia el contexto local.

5. REVISIÓN DE CASOS

5.1 LAS REPRESAS PANGUE, RALCO Y EL PUEBLO PEHUENCHE

Quizás la primera expresión de conflicto ambiental generado por un megaproyecto, o que haya sido abordado bajo esa nomenclatura, se generó con la puesta en marcha de los proyectos de Pangue y Ralco, en la década de los noventa, en el río Biobío. Al respecto, cabe destacar que la construcción de relaciones con comunidades por parte de ENDESA, empresa dueña del proyecto, y las comunidades Pehuenches, se dio únicamente en relación de conflicto, es decir, como una respuesta al proceso de movilización que se generó, con mayor vigor, posteriormente con ocasión de la central Ralco.

En el caso de la central Pangue fue el Centro Mapuche Pehuenche del Alto Biobío la principal organización que movilizó intereses con el fin de que el proyecto no se llevara a cabo. No obstante el proyecto se realizó, esta organización permitió canalizar la inquietud de la comunidad Pehuenche afectada, y sobre todo concientizar a la sociedad civil respecto del tipo de conflicto que un proyecto de desarrollo estaba generando en el país.

En el caso de Ralco, la movilización de los intereses opositores al megaproyecto, en tanto que éste tenía como condición la inundación de tierras de propiedad de las comunidades Pehuenches, tuvo como actores centrales al Grupo de Acción por el Biobío (GABB), organización que en los años 90 logró paralizar momentáneamente el proyecto, y después, ya disgregada en individualidades hacia el 2000 (grupo de mujeres agrupadas en Mapu Domuche Newen), pidió compensaciones al panel de Inspección del Banco Mundial, institución que había financiado parte del proyecto.

Otro elemento que condimentó este conflicto fue el vacío institucional en la legislación chilena respecto de la institucionalidad ambiental, fundamentalmente del Sistema de Impacto Ambiental (SEIA). Con ello la participación, consulta y la negociación entre los actores sociales y las empresas no estaba garantizada.

En los dos casos, Pangue y Ralco, se llevaron a cabo acciones directas de parte de las fuerzas que apoyaron a las organizaciones opositoras al megaproyecto, destacando el accionar de organizaciones sociales más que el mismo actuar de las comunidades directamente afectadas, las cuales, sin embargo, expresaron resistencias al mismo proyecto.

5.2 CELCO Y EL CONFLICTO EN EL RÍO CRUCES

El caso de la empresa Celco y la contaminación del río Cruces es emblemático, en tanto permite observar el potencial del movimiento ciudadano como agente que movilizó recursos y actores ligados al campo de la ciencia y la tecnología (Sepúlveda y Bettati, 2005). En ese sentido, se observó una maduración de la sociedad civil, en la medida en que el movimiento establece estrategias entre las cuales se distingue un continuo monitoreo por sus propios medios a la empresa y a la autoridad ambiental. Dicho seguimiento generó presión en instancias fiscalizadoras a nivel del sector público, lo cual tuvo como consecuencia el cierre parcial de la planta en un par de oportunidades. En esta línea, la empresa reconoció en un par de ocasiones, serias negligencias en materia ambiental ante la institucionalidad fiscalizadora (Sepúlveda y Bettati, 2005).

Algunos autores sostienen que la interpelación de la sociedad civil a Celco dejó en evidencia la escasa gestión en materia de sensibilidad ambiental y social de la empresa, más interesada en la rentabilidad al corto plazo que en la articulación con las autoridades y la comunidad (Contreras, 2006).

Cabe mencionar que fue el Movimiento de Acción Ciudadana por los Cisnes la organización más expresiva de este caso, a la cual se integraron ambientalistas, docentes universitarios, ONG, y la comunidad en general, multiplicidad que permitió un mayor grado de empatía entre la comunidad local y la movilización del conflicto. En esta línea, cabe expresar que:

El rol de los “ambientalistas” resultó fundamental para catalizar las molestias ciudadanas y levantar una demanda social en torno al caso. La inevitable conexión de estos actores con sus pares extranjeros y la inestable posición de las empresas nacionales en los mercados internacionales se conjugaron para presionar al gobierno, obligado a adoptar medidas ejemplarizadoras que reflejaran su voluntad de hacer respetar la legislación interna e impulsar a las empresas a incorporar factores ambientales en sus decisiones de inversión (Contreras, 2006, p.2).

Este grado de organización logra movilizar a buena parte de la sociedad chilena en torno a la defensa de los cisnes, impacto que permite instalar la necesidad de abordar conflictos ambientales con mayor participación de la ciudadanía.

5.3 LOS MEGAPROYECTOS PASCUA LAMA E HIDROAYSÉN

Los casos de las cuencas de los ríos Huasco (Atacama) y Baker (Aysén) constituyen expresiones de conflictos ambientales que activan relaciones con comunidades con distintos grados de receptividad hacia las empresas.

En el caso de la cuenca del Huasco, se estableció una instancia de diálogo y participación, denominada la Mesa del Agua, la cual se formó como resultado de la presión ejercida por las organizaciones sociales locales que movilizaban los puntos de oposición al proyecto. Esta instancia fue abandonada por dichas organizaciones, las que aseguraron había sido instrumentalizada por la institucionalidad local y la empresa aludida. La expresión de lo anterior radicó en que ninguna de las aspiraciones de las organizaciones, respecto de los puntos de discusión, fue abordada por dicha mesa (Torres y García, 2009). A pesar de lo anterior, la resistencia a la mesa y a la empresa fue movilizadora por actores de las comunidades directamente afectadas, con escaso apoyo de la sociedad civil nacional.

En cuanto a la cuenca de Aysén, a diferencia de lo acontecido en el norte, los actores que movilizan los intereses de la comunidad no son propiamente los actores endógenos, sino más bien organizaciones e individuos, que teniendo intereses en el territorio, no lo habitan como tal. Esto no quiere decir que las comunidades locales no tengan procesos de discusión al respecto, sino que más bien, en el plano mediático, han sido otros los actores que han visibilizado el conflicto ambiental (Torres y García, 2009). En cuanto a las relaciones entre la empresa y la comunidad, cabe mencionar que la propuesta de la empresa tiene distinta receptividad entre quienes apoyan el proyecto y quienes lo rechazan, lo cual ha generado una mayor presión al mismo proyecto para lograr persuadir y convencer, no solo a nivel técnico, sino a nivel cultural, respecto de la solvencia del proyecto para el país.

Este caso representa otro punto de inflexión en la medida en que los actores interesados en la cancelación del proyecto logran movilizar a gran parte de la sociedad chilena, generando una escalada de contra-información entre las partes comprometidas en el proyecto.

La relevancia de los casos revisados se expresa en que:

- La caracterización de la relación entre la empresa y la comunidad está dada por la situación particular y contextual (cultural), la cual permite entender algunas contradicciones o conflictos entre ambas partes.

- Que es posible que conflicto y convivencia subsistan en paralelo, durante el proceso de instalación de las industrias, en tanto diferenciación en la recepción por parte de las comunidades beneficiadas y/o afectadas, según su misma evaluación.
- Que la sociedad civil (organizaciones e individuos) juega un rol importante en la movilización de objetivos distintos a los que mueven a la empresa, lo cual facilita la movilización de parte de las comunidades que sí se sienten afectadas o que buscan algún interlocutor.
- Que el conflicto ambiental con componente étnico constituye una variable que describe las relaciones entre las empresas y las comunidades aledañas.

Entendemos que las comunidades afectadas han tomado conciencia de los perjuicios que estos daños ambientales acarrearán y que en consecuencia, las colectividades se están organizando cada vez más para defender el medio ambiente (Folchi, 2001). Más allá de las mismas comunidades afectadas, han sido los agentes provenientes desde fuera de la comunidad quienes también han jugado un rol clave en la movilización de esos objetivos, en tanto que organizaciones de la sociedad civil, situación que expresa en buena medida la discusión sobre globalización y la emergencia de nuevos actores sociales sobre la gestión de lo público.

En este sentido, y retomando los puntos revisados en el Marco Teórico, podemos señalar que la gestión de los riesgos no sólo convoca a quienes los producen en mayor medida (las empresas), sino también movilizan a los actores sociales directamente (comunidades) o indirectamente afectados por el desarrollo de éstos (sociedad civil). Así también, queda de manifiesto que el rol del Estado se limita al ejercicio técnico y normativo, en razón del modelo económico y político consolidado en el país.

6.BIBLIOGRAFÍA

Arenas, D., Sánchez, P. & Murphy, M. (2009). *Relaciones empresariales con comunidades y ONG*. Instituto de Innovación Social.

Azuelo, D. (2009). *La comunicación de la RSE. Propuestas para un modelo de comunicación responsable*. Forética, España.

Bauman, Z. (2006), *Modernidad Líquida*. Fondo de la Cultura Económica de Argentina S.A, Argentina.

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI de España Editores, España.

Boisier, S., Lira, L., Zurita, G. & Rojas, C. (1995). *Sociedad civil, actores regionales y desarrollo regional*. En *Estudios Regionales* N°2, s/p.

Briceño, S., Mejías, I. & Moreno, F. (2006). *La comunicación corporativa y la responsabilidad social empresarial*. En *International Journal of Good Conscience*. 5(1) 37-46.

Castel, R. (2004), *La inseguridad social. ¿Qué es estar protegido?*. Ediciones Manantial, Buenos Aires, Argentina.

Contreras, A. (2006). *Hacia una nueva etapa en la gestión ambiental chilena: el caso Celco*. Resumen ejecutivo de la investigación para optar al grado de magíster en Gestión y Políticas Públicas, Universidad de Chile.

Dunham, L., Freeman, E. R. & Liedtka, J. (2006). *Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community*. *Business Ethics Quarterly* 16 (1): 23- 42.

Fernández, R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Thomson editores Spain Paraninfo, S.A, España.

Folchi, M. (2001). *Conflictos de contenido ambiental y ecologismo de los pobres: no siempre pobres, ni siempre ecologistas*. En *Ecología Política*, Vol. 22: 79-99.

Gacitúa, C. (2009). *Percepción de la comunidad Estación Mariquina respecto a la Responsabilidad Social de Celulosa Arauco y Constitución S.A. Planta Valdivia*. (Memoria para optar al Título de Socióloga). Universidad de Concepción, Concepción, Chile.

Gainza, A. (2006). *La entrevista en profundidad individual*. En: Canales, Manuel (editor): *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios*: 219-263.

Garriga, E. y Mele, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics*. 53: 52-71.

Giddens, A. (1990). *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial, Madrid, España.

Giddens, A. (2001). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Ed. Taurus, Buenos Aires, Argentina.

Guha R. & Martínez A. J. (1997). *Varieties of environmentalism. Essays North and South*. Earthscan, London.

Gutián, M. (2003). *Riesgo e incertidumbre. Contornos sociológicos de la modernidad*. En "Sociología y modernidad tardía: entre la tradición y los nuevos retos". Ediciones Casa Juan Pablos, México.

Innobasque, (2011). *RSE y competitividad en Euskadi. Una aproximación desde la innovación social*. Agencia vasca de la innovación. Euskadi.

Krause, M. (2001). *Hacia una redefinición del concepto comunidad. Cuatro ejes para un análisis crítico y una propuesta*. En *Revista de Psicología*, año 10 (2): 19-60.

Lechner, N. (2002). *Las sombras del mañana. La dimensión subjetiva de la política*. Editorial LOM, Santiago.

Mertuccelli, D. (2010). *¿Existen individuos en el sur?* Editorial LOM, Santiago.

Mori, M. (2009). *Responsabilidad social. Una mirada desde la psicología comunitaria*. En *Liberabit*, 15 (2): 163-170.

Porter, M. & Kramer, M. (2006), *Strategy & Society*. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility, *Harvard Business Review*, en: www.hbsp.org

PROHumana y PNUD. (2000). *Responsabilidad social empresarial en Chile*. Informe de mesas de trabajo.

Reficco, E. & Ogliastri, E. (2009). *Empresa y sociedad en América Latina: una introducción*. Revista Latinoamericana de Administración. Núm. 43, s/p.

Robles, F. (2000). *El desaliento inesperado de la modernidad. Molestias, irritaciones y frutos amargos de la sociedad del riesgo*. Ediciones Sociedad Hoy, RIL Editores, Chile.

Rojas, J. & Parra, O. (2003). *Conceptos básicos sobre medioambiente y desarrollo sustentable*. Inet-GTZ, Argentina.

Sen, A. (2000). *Teoría del desarrollo a principios del siglo XXI*. En www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lacth=342.html

Törey, S. (2004). *Empresa y medioambiente en Chile. Pasos recorridos en las últimas dos décadas*. En *Revista Ambiente y Desarrollo*, 20 (2): 43-56.

Torres, R. & García, A. (2009). *Conflictos por el agua en Chile: el gran capital contra las comunidades locales. Análisis comparativo de las cuencas de los ríos Huasco (desierto de Atacama) y Baker (Patagonia Austral)*. En *Espacio Abierto*, 18 (4): 695-708.

Touraine, A. (1996). *Crítica de la modernidad*. Fondo Cultura Económica, México.

Unceta, K. (2009). *Desarrollo, subdesarrollo, maldesarrollo y postdesarrollo. Una mirada transdisciplinar sobre el debate y sus implicaciones*. Carta latinoamericana. N°7, Editorial Universidad del País Vasco, España.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Editorial de las Ciencias, Buenos Aires, Argentina.