



Ética y comunicación: elementos consustanciales de la responsabilidad social ambiental geocéntrica

Losangela Palmar*

Loraine Palmar**

Ana León***

Introducción

Durante años, la preocupación por el cuidado del ambiente ha tenido gran auge a nivel mundial, los gobiernos de cada nación han delegado comisiones, ministerios, organizaciones, asociaciones civiles, entre otros, para encargarse de ello; sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos que día a día se realizan, la capa de ozono continúa deteriorándose considerablemente, esto por mencionar sólo una de las más importantes consecuencias que acarrea la falta de ética ecológica o geocéntrica en gran parte de los pobladores del planeta.

En tal sentido, es una realidad que el ambiente está sufriendo de manera indiscriminada los embates de una sociedad que pretende sobrevivir mediante acciones orientadas a agotar los recursos provistos por la naturaleza, dañar y limitar su renovación, obviando la importancia ética de la búsqueda del bien común.

En relación a lo anterior, cabe destacar que las sociedades organizadas intentan soslayar los destructivos efectos de la falta

* Participante en el Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación (URBE). Licenciada en Comunicación Social, mención: Publicidad y Relaciones Públicas (URBE, 2008). Correo electrónico: losangelapalmar@hotmail.com

** Participante en el Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación (URBE). Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (LUZ, 2007). Correo electrónico: jeniariol@hotmail.com

*** Participante del Diplomado en Formación Docente (UJGH). Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo Impreso (LUZ, 2004). Correo electrónico: analeon25@hotmail.com

de conciencia que pudiera generar un pensamiento de máximos con respecto a la ecología mundial; así pues, en la actualidad el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ha tenido gran auge, siendo considerado como parte de los procesos gerenciales en la búsqueda del cumplimiento de la ética empresarial.

Ciertamente, desde hace unas décadas, el sector público y privado en cada país ha procurado mediante la RSE trabajar en función de mejorar la debacle ecológica, muchas veces producida por la búsqueda de satisfacer necesidades individuales; de igual manera, ha utilizado fuertemente estrategias comunicacionales como herramienta para tratar de concienciar a la humanidad con respecto a este problema que indiscutiblemente afecta al planeta.

Con base en lo planteado, surgen las siguientes interrogantes: ¿a qué alude la teoría del biocentrismo y geocentrismo?, ¿es la ética un asunto implícito en la responsabilidad social empresarial de los organismos que pretenden preservar el medio ambiente?, ¿estarán siendo éticamente responsables las empresas al comunicar para salvar, o por el contrario, lo hacen por un fin de lucro?, ¿existe ética en la responsabilidad social empresarial?, ¿qué papel cumple la comunicación para alcanzar el bien común?

Desde una perspectiva racional y con base en constructos teóricos presentados por diversos autores se intenta dar respuesta a las diversas interrogantes que surgen de las variables involucradas.

1. Teoría biocentrista vs. teoría geocentrista

Al intentar definir los ámbitos de acción presentes en la ética ecológica o ambiental, es necesario detenerse en los elementos inmersos en el ambiente; sin duda, a las especies que conforman subsistemas en diversos hábitat o comunidades se les da mayor importancia desde el punto de vista de considerar la preservación de la vida; al relacionarlo con la ética para el cuidado de la humanidad y los seres vivos existentes, cabe resaltar la teoría que apoya este movimiento, la cual está representada por el biocentrismo, el cual involucra la biodiversidad y preocupación del hombre por el cuidado y perdurabilidad de todos aquellos organismos unicelulares y pluricelulares que habitan en la tierra.

Es de resaltar que no puede entenderse una ética ambiental basada únicamente en el cuidado de las especies vivientes, al ser necesario abarcar un panorama más amplio en el cual se tome en

cuenta absolutamente toda la diversidad orgánica e inorgánica como una forma armónica de existencia sobre el planeta. Esto se basa en el reconocimiento de que los seres vivos no conviven solos en el planeta, debido a la existencia de diversos componentes o sistemas inorgánicos que contribuyen al desarrollo efectivo de la vida vegetal, animal y humana, y de alguna manera al no ser considerados, pudiera resultar perjudicial para el cumplimiento del ciclo de vida de los organismos vivos, lo cual va en contra de una ética ambiental total o geocéntrica.

Desde esta perspectiva, el geocentrismo es considerado como una forma de involucrar la tierra en su totalidad a los aspectos de ética que contribuyan a encauzar estrategias para solventar aquellas problemáticas que afecten los sistemas y subsistemas ecológicos. González (sf) contempla el geocentrismo como la teoría de inclusión de todos los elementos que convergen en la tierra, así pues, la relevancia moral del mundo inorgánico.

2. Ética: ¿Asunto implícito en la responsabilidad social empresarial para alcanzar el egeocentrismo?

Cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial, se piensa en soluciones de problemas de manera certera, en pro del beneficio social; la misma debería estar enmarcada en la “ética” que si se quiere es la base esencial de la RSE. El ejercicio ético empresarial debe contemplar el núcleo de las acciones sociales responsables, o bien la expresión social de una conducta adecuada.

Según, lo planteado por Guédez (2006):

Cuando planteamos el porqué del porqué de la responsabilidad social empresarial, o sea su origen, aflora la presencia de la ética. Al margen de cualquier regodeo debemos confesar, desde este momento, que el fundamento de la fundamentación y la base del basamento de la responsabilidad social empresarial se encuentra en la ética (p. 73).

En palabras del poeta alemán Goethe, citado en Jickling, Lotz-Sisitka, O'Donoghue y Ogbuigwe (2006), “Pensar es fácil, actuar es difícil. Actuar conforme al pensamiento propio es lo más difícil de todo” (p. 1), expresión que representa básicamente la rama de la filosofía conocida como ética. Desde esta perspectiva, cabe resaltar, que la ética no corresponde directamente a la empresa, sino a cada individuo inserto en ella, es cada miembro de la organización, quien le da sentido a la Responsabilidad Social Em-

presarial o las Empresas Socialmente Responsables como lo plantea Pizzolante, citado en Gómez, Guédez y Pizzolante (2008).

En tal sentido, es cierto que la ética se encuentra intrínseca en la Responsabilidad Social Empresarial, entendida como el deber ser y la acción social a seguir para un desarrollo sustentable digno y responsable. También se afirma que existe una tendencia del sector empresarial a vincular la ética con la economía y el fin lucrativo únicamente, a tal razón, con frecuencia se desarrollan desde las empresas actividades de RSE que no justifican su fin, es decir, acciones que sólo se realizan con la única finalidad de obtener un retorno sobre la inversión y un bien individual, de esta manera, existen corporaciones orientadas a desvalorizar los recursos naturales y, aunque intenten implementar “acciones responsables”, no logran solventar las problemáticas ambientales, pues en reiteradas oportunidades hacen campañas de sensibilización y concienciación y aun así continúan deplorando el desarrollo ecológico del planeta.

Con base en lo planteado, cabe destacar el objetivo enmarcado en la RSE, el cual se centra en crear acciones sociales para promover esfuerzos dirigidos a recuperar y proteger los intereses comunes con los cuales los individuos pueden subsistir, es decir, debe estar basada en una ética geocéntrica. Sin duda alguna, las empresas que manejan en su planificación acciones de responsabilidad social, en ocasiones, son vistas como empresas más rentables, en comparación con aquellas cuyo norte es un fin lucrativo únicamente. Desde este planteamiento, Kliksberg (2006 p. 146) afirma: “en Estados Unidos se estima que hay 50 millones de consumidores que prefieren comprar productos que responden a un estilo de vida sano y tolerable. Estas empresas mueven un mercado de 230 millones de dólares”.

Según lo anteriormente expuesto, valdría la pena plantearse las siguientes interrogantes: ¿las empresas que ejecutan acciones de responsabilidad social lo hacen tomando en consideración la ética geocéntrica?, ¿sólo lo hacen porque estas acciones les generan una mejor imagen?, ¿sus ingresos serán mayores que en las empresas que no lo hacen? o sencillamente para ellos ¿la responsabilidad social será una forma más de hacer publicidad?

Probablemente, no existan respuestas asertivas a los cuestionamientos anteriores, la realidad es que definitivamente las empresas que hacen este tipo de labores sociales si presentan márgenes de ganancias considerables, pero el deber ético adecuado en la responsabilidad social es preservar, ofrecer solucio-

nes por medio de estrategias que garanticen una mejor calidad de vida, prolongar la durabilidad de los recursos naturales, entre otras, y al analizar la situación en muchos casos se incurre constantemente en una falta de ética, pues, la materia prima con la que laboran una gran cantidad de organizaciones a nivel mundial proviene de recursos naturales no renovables, entonces es preciso plantear otra pregunta ¿el fin justifica los medios?

En relación con lo anterior, Llamas (2009) afirma lo siguiente:

...es problemático suponer que una empresa puede depredar todos los recursos naturales que tenga a su alcance y simplemente «pagar» por ello. Por supuesto, sería mucho peor que ni siquiera pagara por los daños medioambientales que causa, pero hoy sabemos que pagar no es suficiente, sobre todo porque no es sustentable.

Con base a lo anterior, ciertamente el ser humano necesita de los recursos naturales para su desarrollo y para ello es preciso disponer de la materia prima natural; no obstante, el planeta probablemente ya esté cerca de cumplir su última etapa del ciclo de vida, debido a los embates que ha tenido que soportar por la inconsciencia humana, que tan sólo hasta hace unas pocas décadas comenzó a ser vista como un agravante que se pretende dirimir mediante la RSE. Definitivamente, como lo afirma Guédez (2006) en sus postulados, la ética es la base de la responsabilidad social empresarial, en la teoría es así, pero se debe reflexionar si realmente se actúa con la racionalidad necesaria que conjuga la ética.

3. Papel de la comunicación para alcanzar el bien común

Durante la existencia del ser humano, la comunicación ha cumplido un rol fundamental para el desarrollo de sus acciones y el entendimiento entre quienes convergen sobre el planeta.

Desde esta perspectiva, se afirma que el papel protagónico del diálogo entre los individuos que integran la sociedad ha emergido desde épocas remotas hasta los actuales momentos, considerando, que un acuerdo en la comunicación se logra cuando ambos actores participan en la búsqueda de un compromiso común que beneficie a las partes.

Dentro de las acciones presentes en el objetivo del bien común está la plenitud del geocentrismo, es decir, la preservación del cuidado de los elementos que confluyen en el entorno, inclu-

yendo los bióticos y no bióticos; es decir, se debe estimar la importancia que alude a la ética del discurso como estrategia clave dentro de la búsqueda y preservación del medioambiente.

Por otra parte, cabe resaltar que el hombre como individuo “*homo comunicativus*”, tiene deseos de saber, pero también de comunicar, impulso que no es ajeno a ninguna actividad que se proponga realizar, ni mucho menos si está relacionada con el modo de vida y la búsqueda de su sustento económico (Seijo, Plata y Añez, s.f).

En tal sentido, cabe destacar que las acciones efectuadas por el ser humano en la búsqueda de la subsistencia han llegado al nivel de creerse dueño absoluto de su entorno, considerándolo además en ocasiones como fuente inagotable, imprimiéndole carácter de eternidad a los componentes que lo integran, en la búsqueda sólo de su bien individual.

En relación a lo planteado (Seijo, Plata y Añez, s.f) sostienen lo siguiente:

Se necesita un ciudadano del mundo que comprenda que este planeta es finito, que es una propiedad temporal común para todos, que es heredable, para aprender y re-aprender de manera permanente que es único y totalmente vulnerable a la acción humana.

Sin lugar a dudas, lo antes planteado es una clara necesidad del bien común, protección del hábitat, cuidado de las especies, preservación de los recursos naturales, que sólo podría materializarse mediante la sensibilización y concienciación del hombre a través de la práctica de discursos reflexivos acerca de la ética ecológica y/o geocéntrica.

4. Ética, comunicación y responsabilidad social empresarial, tres factores potenciadores de la sensibilización en el cuidado del medioambiente desde el geocentrismo

Ética, comunicación y responsabilidad social, son tres factores que conjugan un gran valor en la búsqueda de la preservación del medioambiente; por su parte, la ética ambiental tiene como requisito aceptar a la naturaleza como comunidad natural, destacando al hombre como el único elemento con atributos y obligaciones con el entorno.

Aunado a lo planteado, Dussel (1998) afirma que el deber ético material del ser humano es el de “producir, reproducir y conservar la vida humana en comunidad”, es decir, considerar permanentemente la importancia del bien común.

Por otra parte, el mundo moral del que se ocupa la ciencia denominada ética, se conforma por un conjunto de conceptos, los cuales pueden ser elaborados desde perspectivas diferentes y en función de problemas diversos.

Por su parte, Gómez (1997) citado en Seijo, Plata y Añez (s.f) plantea:

La ética medioambiental, también enfoca los conceptos tales como: lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, la responsabilidad, la conciencia, la norma, la felicidad, el placer, lo éticamente valioso. En la actualidad, la ética medioambiental es una ética del malestar y del desasosiego, provocados ambos, por fenómenos que están colocando en alarma roja la sociedad, tales como el cambio climático, el riesgo atómico, la degradación ambiental, la polución de aires y aguas, la desertización, o la extinción progresiva de las especies animales.

El planteamiento de Seijo, Plata y Añez (s.f) demuestra la necesidad de una ética equilibrada, en la cual se valoren los diversos aspectos que puedan afectar el desarrollo ecológico, lo adecuado e inadecuado, lo beneficioso y perjudicial, y la necesidad de concienciar a la sociedad sobre los efectos de una falta de ética ecológica.

Los actuales procesos en los cuales se considera la intervención tecnológica, revalorización económica y reapropiación social de la naturaleza, plantean una necesidad ineludible de establecer los principios basados en la bioética. Desde este aspecto, se consideran los bienes comunales, los cuales no son libres, sino que han sido transformados por valores comunes de diferentes culturas. De igual manera, se supone que los bienes públicos son de libre acceso, pues deben ser aprovechados para toda la sociedad.

Con base en lo planteado, se estima que los bienes comunes están sujetos a las formas de propiedad y normas de uso donde confluyen los intereses del Estado, de las empresas y los pueblos en la búsqueda de especificar lo que representa lo propio o ajeno; público o privado; es decir, aquello que realmente corresponde al patrimonio o al Estado.

En tal sentido, los bienes ambientales se consideran como parte de un entramado de redes formadas por bienes comunales y

públicos y provocan el análisis y reflexión entre lo que representan los principios de la libertad del mercado, la soberanía del Estado y la autonomía de los pueblos.

Por otra parte, la ética del bien común se plantea como una forma de resolución del conflicto de intereses entre lo común y universal, lo público y privado, lo individual y colectivo. La creciente problemática ambiental que sufre el planeta en la actualidad, obliga a las empresas e instituciones a llamar a la participación de la sociedad en conjunto para alcanzar una gestión más eficaz de los recursos naturales, es por ello que mediante discursos éticos y reflexivos se pretende encaminar a los seres humanos hacia una actitud consciente y responsable ante el cuidado y preservación del entorno ecológico.

En este sentido, las empresas al intentar dar respuesta a la mencionada problemática ambiental han optado por impulsar iniciativas basadas en la ética geocentrista, como lo son prevención de la polución, uso eficiente de la energía, diseños de medio ambientes amigables, administración de las cadena de distribución, ecología industrial y desarrollo sustentable, entre otros, aspectos que no atañen específicamente a una biodiversidad de especies, pero sí a elementos geocéntricos que repercuten directamente en su desarrollo pleno y efectivo.

Para alcanzar las metas propuestas dentro de los planes de gestión de responsabilidad medioambiental, las empresas deben implementar estrategias que permitan involucrar a los actores responsables para impulsar, recuperar y/o fortalecer el medio ambiente, bien sea a través de la utilización de diálogos entre los entes responsables con propuestas de apoyo, ó mediante la aplicación de estrategias comunicativas, e indiscutiblemente la implementación de acciones que contribuyan al cuidado y preservación de los ambientes naturales.

Reflexiones finales

- La empresa desde su perspectiva de ente productor de riquezas, debe ser social y éticamente responsable en relación a su sustentabilidad.
- El deber de los entes públicos y privados es hacer una rendición de cuentas transparente y eficaz, en torno a las acciones ambientales que puedan poner en riesgo a la sociedad.

- Los seres humanos, las organizaciones públicas, privadas, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), entre otros, deben entender que el planeta es vulnerable, y amerita de la conciencia ciudadana para disminuir los factores de riesgo que le afectan.
- La responsabilidad social empresarial debe ser vista desde la perspectiva de una ética geocentrista, que involucre los organismos vivos y no vivos y no sólo como un fin de lucro.
- Los procesos comunicacionales utilizados para concientizar y sensibilizar a la sociedad deben ser manejados desde la gestión empresarial, es decir, primero crear conciencia ética interna y luego poderla promulgar y buscar seguidores a las ideas de cuidado ecológico que amerita el ambiente.
- Es necesario considerar la práctica continua de diálogos reflexivos que permitan concienciar a los miembros de la empresa y la sociedad. No basta con actuar en función de beneficiar el ambiente, se requiere estudiar aquellas acciones que por más que generaren un beneficio económico contribuyen al desequilibrio ambiental.
- Debe sustituirse la Responsabilidad Social Empresarial por la denominación de Empresa Socialmente Responsable, de esta manera se asegura no sólo la elaboración de programas basados en las prácticas de acciones éticas en beneficio social, sino la importancia de hacerlos en la búsqueda del bien común.

Referencias bibliográficas

- DUSSEL, E. (1998). **Ética de la liberación en la edad de la globalización y de la exclusión**. Trotta, Madrid.
- GÓMEZ, E.; GUÉDEZ, V. Y PIZZOLANTE, I. (2008). Tres visiones de la ética y la Responsabilidad Social en la empresa del siglo XXI. Pro-Franquicias. Cámara Venezolana de Franquicias. Caracas-Venezuela.
- GONZÁLEZ, A. (s.f). **Ética Ambiental**. Documento en línea disponible en: http://www.cladead.com/cursos/MEDAM/MEDAM-000003/etica_ambiental.htm. Recuperado el 18-11-2009.
- GUÉDEZ, V. (2006). **Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial**. Venezuela: Editorial Arte C.A.
- JICKLING, B.; LOTZ-SISITKA, H.; O'DONOGHUE, R. y OGBUIGWE, A. (2006). Educación ambiental, ética y acción. Un libro de trabajo para poner manos a la obra. Documento en línea. Recuperado el 25-07-

Ética y comunicación: elementos consustanciales de la responsabilidad social ambiental...
Losangela Palmar, Lorraine Palmar y Ana León _____

2009. En: http://openjournal.lakeheadu.ca/public/journals/22/Ethics_book_spanish.pdf

KLIKSBERG, B. (2006). **Más ética más desarrollo** (6ª ed.). Argentina: Editorial Temas.

LLAMAS, A. (2009). **Ética y transparencia**: Bases de la empresa sustentable. Documento en línea Recuperado el 25-08-2009. En: <http://www.expo-knews.com/2009/07/29/etica-y-transparencia-bases-de-la-empresa-sustentable-2/>.

SEIJO, C.; PLATA, D. y AÑES, N. (s.f). **Gerencia ética de la comunicación en Organizaciones de futuro**. Documento en línea recuperado el 19-01-2010. En: <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-257-3-gerencia-etica-de-la-comunicacion-en-organizaciones-de-futuro.html>.