



## La retórica de la responsabilidad social empresarial

**José Ángel Moreno. Economistas sin fronteras. - Los que defienden que la RSC no es un concepto inútil para impulsar mejores comportamientos empresariales y, en definitiva, mejores empresas no pueden dejar de reivindicar cambios sustanciales en su concepción y en su práctica**

¿No podemos admitir responsabilidad social empresarial que no lo es. No podemos admitir más incoherencias, más contradicciones y más falseamientos de la verdadera RSE?

Las anteriores son palabras de Ramón Jáuregui contenidas en uno de los artículos que se integran en el último número de la publicación de Economistas sin Fronteras Dossieres EsF, que lleva por expresivo título [¿Responsabilidad social corporativa: para superar la retórica?](#). Palabras que reflejan con claridad el espíritu general del documento: frente a las expectativas (seguramente desmedidas e ingenuas) que este concepto había generado en sus inicios, los resultados han sido, cuando menos, decepcionantes, si no algo bastante peor.

Rebobinemos brevemente el argumento (en lo que no es más que una síntesis de mi colaboración en el dossier mencionado). Aunque originado en parte en las demandas sociales frente a los comportamientos de las grandes empresas transnacionales a lo largo de los años 90 del pasado siglo, el concepto de responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE o RSC) fue rápida y entusiastamente acogido por las propias empresas transnacionales: como instrumento de defensa de su imagen frente a las señaladas demandas, pero también como elemento central de un nuevo discurso empresarial, aparentemente sensibilizado ante los problemas que las grandes empresas podían estar generando y presuntamente orientado a alinear mejor los comportamientos empresariales con las necesidades y valores sociales. Un discurso presidido, por tanto, por un cierto reconocimiento de la culpa, por un supuesto arrepentimiento y por un pretendido ánimo de enmienda, en el marco de una nueva voluntad de ciudadanía corporativa.

Pero un discurso, sobre todo, fundamentado en que esa nueva actitud era precisamente la óptima también para la propia empresa. Lejos de debilitarla o de ser para ella un coste necesario para mejorar su imagen, era el vector central de la mejor estrategia económica posible a largo plazo. Un enfoque de la gestión que -además de beneficios para los sectores afectados y para el conjunto de la sociedad- propiciaba sobre todo un poderoso tónico para la vitalidad económica empresarial: el fortalecimiento de la capacidad de generación de valor de forma sostenida a lo largo del tiempo. Es lo que se ha dado en llamar el 'business case' (la justificación económica) de la RSE: una justificación que se ha convertido en el argumento central de defensa de la RSE por parte de las grandes empresas que dicen apostar por ella. Un argumento bajo el que subyace la idea de que la adopción de comportamientos responsables no depende tanto del eventual talante ético de los empresarios ni siquiera sólo de las presiones sociales, sino ante todo del propio interés empresarial, de su inteligencia, de su 'egoísmo ilustrado'. Algo que parece posibilitar una feliz conciliación de lo que es justo y necesario para la sociedad con lo que, al tiempo, es conveniente para la empresa: el camino, casi, para el mejor de los mundos posibles.

Lástima que sea una convicción que -pese a las profusas manifestaciones de fe y a todo el despliegue (y el negocio) que ha generado- no parezca haber calado de verdad ni siquiera entre las grandes empresas que más la proclaman. Aunque no son despreciables los cambios que la extensión de este enfoque de la gestión ha impulsado, en su inmensa mayoría son cambios que no pasan de ser fenómenos fundamentalmente epidérmicos y eminentemente formales, que no afectan significativamente al núcleo de la actividad de las empresas ni a sus criterios y formas de actuación esenciales. Sólo los cegados por la complacencia pueden negar que las grandes empresas, en la esencia, siguen actuando como siempre: ni siquiera en las más avanzadas, y más allá de aspectos puntuales, se perciben los cambios reales en sus prácticas que debería implicar una opción decidida y auténtica por la RSC.

Más aún, da la impresión de que los defensores y profesionales de la RSE no han (no hemos) reparado suficientemente en lo que parece una paradoja brutal: los años de arraigo y consolidación de este enfoque en la gran empresa (desde finales de los 90 y comienzos de los 2000 hasta el estallido de la crisis) han coincidido casi milimétricamente con los años de esplendor del capitalismo ferozmente especulativo e hiper-financiero que nos ha conducido al desastre y que no sólo se ha convertido en el modelo dominante a escala macro, sino también en el interior de la inmensa mayoría de las grandes empresas. Los años de financiarización acelerada de la actividad empresarial, de intensificación como nunca del cortoplacismo, de prioridad absoluta a los accionistas en el gobierno empresarial, de deterioro abrumador de las condiciones y los derechos de los trabajadores en la gran empresa y de ensanchamiento espeluznante de las desigualdades en su interior; los años también de uso y abuso hasta la extenuación por parte de las grandes empresas de prácticas dudosamente compatibles con la RSE (paraísos fiscales, ingeniería fiscal, contabilidades creativas, especulación, corrupción, fraudes de todo tipo, remuneraciones de escándalo a altos directivos y consejeros, productos claramente nocivos para la sociedad, etc., etc., etc.). Fenómenos, que no sólo han sido frecuentes, sino que se han producido con una intensidad mayor que nunca en la historia del capitalismo moderno: que han alcanzado en estos años su apoteosis. Y además, precisamente, en una gran cantidad de casos en las mismas empresas que en esos mismos momentos defendían farisaicamente lo contrario, enarbolando paladinamente el discurso de la RSE. Tremendo.

No es extraño que se haya podido pensar que no puede tratarse simplemente de una paradoja casual, sino que quizás se trate de algo más premeditado: la construcción de un sofisticado oxímoron impulsado en buena medida por las propias grandes empresas transnacionales que más incentivaron aquellas tendencias como una estrategia en absoluto accidental para hacerlas más soportables por la sociedad. Una maniobra de distracción, una más de esas ficciones útiles que recurrentemente inventa el sistema para vender más, convencer mejor, dulcificar su imagen y mitigar las resistencias. En definitiva, la RSC como discurso no simplemente retórico, sino eminentemente ideológico, legitimatorio y manipulativo: una retórica gatorpadiana que acumula muchos cambios fútiles para que nada cambie en la realidad. Es la tesis defendida por los sectores más críticos con este fenómeno. Una tesis ciertamente discutible, pero en la que -si se examina con objetividad- es difícil no ver sólidos argumentos. Máxime tras todo lo sucedido con la crisis y con las actuaciones que están desarrollando desde su estallido muchas empresas transnacionales.

Ante esta situación, quienes todavía pensamos que la RSC no es un concepto inútil para impulsar mejores comportamientos empresariales y, en definitiva, mejores empresas no podemos dejar de reivindicar cambios sustanciales en su concepción y en su práctica. La formulación de propuestas en esta dirección es el objeto esencial del dossier comentado, con la pretensión de contribuir a perfilar una concepción más avanzada de la RSC: más eficaz para impulsar una mayor responsabilidad empresarial, pero también más útil como instrumento de cambio social políticamente progresista. Razones de espacio me impiden reseñarlas todas, pero apunto muy brevemente las que a mí me parecen esenciales para romper la inercia en la que en la actualidad estamos:

1. Fortalecimiento de la exigencia social: para lo que es fundamental el fortalecimiento del tejido cívico y asociativo de la sociedad civil.
2. Obligatoriedad legal sin paliativos de los aspectos básicos de RSC (DD.HH., relaciones laborales decentes, respeto ambiental, integridad, transparencia informativa?): todos esos aspectos que por su propia importancia para las partes afectadas y para la sociedad no pueden ser dejados al albur de la libre voluntad de las empresas. Son una exigencia moral y de justicia y deben ser una exigencia legal.
3. Cambios legales que propicien en las grandes empresas sistemas de gobierno corporativo más responsables y más participativos entre todos los grupos de interés significativos, impulsando el progreso hacia una cierta democratización empresarial.
4. Control político del mercado: si se advierte que el modelo socio-económico imperante y el funcionamiento de los mercados condicionan severamente los comportamientos empresariales e incentivan la irresponsabilidad social de las grandes empresas, revertir ese irresponsabilidad de forma significativa exige una voluntad política capaz de replantear a nivel nacional e internacional el funcionamiento del mercado, reorientando y subordinando su lógica a la lógica de la democracia: fijando límites extraeconómicos al predominio absoluto de los valores del beneficio y de la competitividad. Por eso, muchos pensamos que la superación de esa irritante retórica de la RSC es un desafío eminentemente político (seguramente inabordable a escala exclusivamente nacional).

Sin duda, propuestas de apabullante dificultad y que probablemente caen de lleno en el terreno de la utopía. Pero quizás más utópica resulte la desafortunada pretensión de conseguir grandes empresas realmente responsables sin disponer ni de la capacidad ni de la voluntad política para avanzar hacia ella.

La retórica de la responsabilidad social empresarial



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original