

Responsabilidad Social Empresarial:

Comunicación e información

AMÉRICA LATINA

Entrevista con José Luis López Follegatti, especialista en medio ambiente

“La información no sólo es cómo sale sino cómo llega”

En los últimos tiempos el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido motivo de muchas reflexiones y debate en la región, incluida la polémica entre quienes defienden su carácter voluntario y quienes impulsan la necesidad de regularla. Para indagar más sobre este tema conversamos con el educador **José Luis López Follegatti**, asesor en diálogo, liderazgo y medio ambiente de la Asociación Civil Labor, organización no gubernamental (ONG) con sede en el Perú. Labor, junto con otras ONG peruanas y de América Latina, integra la Red Puentes, que promueve la RSE desde una perspectiva de derechos ciudadanos y de sociedad civil.

En la siguiente entrevista concedida a **Elsa Chanduví Jaña**, jefa de prensa de **NOTICIAS ALIADAS**, López Follegatti se refiere a la importancia que tiene el derecho a la información en el marco de la RSE, pero resalta que falta trabajar cómo hacer llegar esta información.



WILLIAMCHICO

José Luis López Follegatti

¿Cuáles son los principios básicos comunes sobre RSE que se manejan en América Latina?

Los principios más operativos [son]: transparencia en lo que se hace, información permanente, sistemas de participación —lo que tú haces, lo haces mejor si haces que la gente esté enterada, más aún, se involucre en lo que haces—; rendición de cuentas; capacidad de hacer alianzas: cuando tú haces algo y puedes involucrar a uno, dos, más actores en esta acción, eso se hace mejor. Y también capacidad de despertar en la gente su propia habilidad, su propia potencialidad, para que por sí misma ejerza una actividad que no sólo dependa del óbolo, la dádiva, sino de su propia habilidad, de iniciativas, de apoyos que se han generado.

¿Qué caracteriza las prácticas de RSE que se desarrollan actualmente en nuestra región?

En nuestra región es todavía un desarrollo desigual, no es una cultura incorporada en la mayoría de las empresas. Pero hay suficientes buenos ejemplos que nos pueden dar una visión y una característica, aunque es diferente en cada país.

Hay desde buenas alianzas empresariales, como la del Instituto Ethos en Brasil en que se hacen alianzas y se generan programas exitosos de responsabilidad social, hasta las alian-

zas más particulares que hacen las empresas con alcaldes y comunidades como se hace en el Perú, o la responsabilidad social que se practica con el Estado y desde el Estado, con un Estado que canaliza esa responsabilidad social y la hace más efectiva, como el caso de Chile.

También hay fundaciones que se crean con mucho dinero, como en Venezuela, en Colombia, o en Argentina, y estas fundaciones receptoras de los fondos de las empresas hacen enormes obras a favor de las comunidades más vulnerables. Entonces, hay diversas maneras de relacionamiento con la sociedad y con el Estado en cada país, cada una está ensayando, cada una tiene sus virtudes y también tiene sus propias limitaciones.

¿Cómo debieran ser estas prácticas de RSE para que constituyan realmente un aporte al desarrollo sostenible y a los derechos?

[Debieran] salir de varios esquemas. [Primero salir] del esquema utilitario, es decir, “yo soy responsable social porque me conviene para que la gente esté calmada y yo pueda crecer en inversiones”. Aunque eso es en parte verdad, no puede ser lo que guíe como aspecto fundamental. Entonces, [hay que] salir de un esquema utilitario directo.

Lo otro es “yo voy a ser simplemente más dadivoso, paternal, para apoyar a las comunidades mucho más pobres, pero no me interesa mucho la opinión, la participación [de éstas]”. Sigue siendo el esquema de filantropía, que no es el duradero.

El otro esquema es el de decir al Estado: “Yo te doy plata a ti y tú eres el que tiene que solucionar el problema de ser más socialmente responsable. No me metas en ese problema”. Entonces presionan al Estado para que sea más eficiente. Este esquema, aunque es necesario un Estado que regule, dirija y facilite el proceso de relación, de apoyo, no es bueno, porque le quita la propia responsabilidad a la empresa.

Una visión también general es: “Tú eres socialmente responsable no porque quieres cubrir una necesidad inmediata de la población, sino que quieres transferir una capacidad, para que la capacidad transferida sea asimilada y despegue la actividad de ese sector social”. Pero eso no se logra entre una empresa y una comunidad, se logra con una relación muy amplia de grandes alianzas, y duraderas, para que entonces todos los actores se

“Que las empresas informen no sólo es un deber, sino una necesidad estratégica de ellas”.

— J. L. López Follegati

movilicen: la universidad, los gobiernos, las alcaldías, entonces todos juntos generan como resultado final una capacidad adquirida.

¿Considera usted que existe relación entre RSE y derecho a la información, a la comunicación?

Ese es uno de los puntos más interesantes que se exige se practique. Hoy en día como hay tanta velocidad, acceso y fluidez de la información y la comunicación, si tú no te colocas en el circuito de la información y dices “presente, estoy acá con mi información, con mis actividades y las pongo al alcance de todos”, esta fluidez del circuito informativo y comunicador que genera la integración global puede rápidamente generar una distorsión de la información. Y esa empresa, por no querer informar, termina atrapada con informaciones distorsionadas de su actividad, y [la gente] construye una opinión a partir de esta información distorsionada.

Es decir, que las empresas informen no sólo es un deber, sino una necesidad estratégica de ellas, porque si no informan, otros informarán por ellas y no van a estar muy seguras de qué cosa se va a informar.

También se puede ver la información como un derecho de las comunidades, ¿cierto?

Hoy en día hay derechos que a la vez son

necesidades y conveniencias de la otra parte. En este caso, como la información es un derecho y a la vez conveniencia —llamémoslo así por el momento— de la empresa, entonces esto puede ser mejorado con la creatividad de ambos actores. Entonces, la información no es sólo redactar un incidente; la información es que está fluyendo un sistema de monitoreo, vigilancia y análisis de lo que sucede en un lugar determinado cuando actúa una empresa con determinado nivel de influencia.

El sistema de monitoreo, vigilancia, análisis y evaluación sí funciona con la empresa, pero con la participación de la comunidad, de la ONG, de la universidad, va a reaccionar prestando información valedera, legítima y sumamente oportuna cuando el sistema funciona con eficacia.

Información hay, el otro problema con la información es ¿la entiendo? ¿tengo posibilidades de recusar esa información, contrastarla? La información no sólo es cómo sale sino cómo llega. El cómo llega es lo que hay que trabajar. Pero todos informan, de eso no hay duda. El Estado, las empresas informan. ¿Pero aseguro que llegó la información como yo quisiera? Alguna gente hace alianzas con ONG para que las ayuden a que llegue la información adecuada a la comunidad. Hay sistemas que están construyendo: auditorías legítimas, auditorías ambientales que todos comparten. □

PERÚ

Milagros Salazar desde Lima

Diálogo de sordos

Comunicación entre empresas mineras y comunidades, una necesidad imperiosa.

Cabuyal es el pueblo más alejado de la provincia norteña de Ayabaca, en la frontera con Ecuador. En ese lugar sin luz ni agua potable del departamento de Piura, la empresa minera Majaz podría provocar un impacto social y ambiental con su proyecto de cobre y molibdeno Río Blanco.

Pero los habitantes de Cabuyal pese a estar cerca del enclave minero, están lejos de conocer los beneficios y riesgos potenciales de las actividades de su vecino. Para acceder a la evaluación ambiental completa de los trabajos de exploración de Majaz (NA, Oct. 3, 2007), un poblador tendría que viajar más de 20 horas a pie, a caballo y en bus hasta llegar a las oficinas de la Dirección Regional de Minería en la ciudad de Piura. Y de no encontrar el documento, el periplo terminaría prolongándose 14 horas más en bus rumbo a Lima para revisar los archivos del Ministerio de Energía y Minas (MEM).

En su informe del 2006 sobre el caso Majaz, la Defensoría del Pueblo detectó que la minera no cumplió cabalmente con poner a disposición del público la información, tal como le exige la ley.

El camino para intentar ser un poblador informado en una zona de actividad minera está lleno de tropiezos. Y, en consecuencia, las vías de comunicación entre las comuni-

dades y las empresas están usualmente bloqueadas.

Expertos advierten que si las compañías buscaran formas efectivas de comunicarse con las comunidades que rodean sus proyectos para escuchar y considerar sus opiniones como parte del universo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), las mineras podrían contribuir a prevenir los conflictos socioambientales, cooperar con la gestión ambiental y promover los derechos de sus vecinos.

La clave de ser responsable

A primera vista, la RSE se entiende como el compromiso de las empresas de contribuir a la prosperidad dentro y fuera de sus dominios, mediante una adecuada relación con sus trabajadores, una correcta conducta tributaria, la protección del medio ambiente y acciones que impulsen el bienestar de la población que las rodea.

“La clave de la RSE es la forma en que la empresa se involucra en el desarrollo de la comunidad”, manifiesta Iván Lanegra, gerente de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente del Gobierno Regional de Junín, en el centro del país. Entonces, dice Lanegra, cuando la compañía vincula sus actividades al futuro de estas poblaciones y no opera como una isla, “se toman las medidas para establecer buenas políticas de comunicación”.

Este proceso de acercamiento donde el Estado —gobierno central, regional y local— juega un rol neurálgico como fiscalizador y promotor, dependerá mucho del acceso y de la calidad de la información: si es transpa-



JORGE GARCÍA

Fundición contaminante de empresa Doe Run Peru en La Oroya, y anuncio turístico ecológico de la misma empresa.

rente, confiable, si está disponible o ausente para que las comunidades pueden ejercer una participación ciudadana informada.

De por sí la naturaleza de la actividad minera impone un gran reto debido a que la Evaluación Ambiental (EA)—que la empresa muestra a las comunidades y al Estado para validar la etapa de exploración— y los Estudios de Impacto Ambiental (EIA) para la explotación del mineral son documentos muy voluminosos y técnicos, que ni el más experto de los ambientalistas podría revisar a conciencia en el plazo que le otorga la ley para formular observaciones.

La versión modificada del EIA del proyec-

esto alimenta la percepción de que para el Estado es irrelevante lo que piensan las comunidades, por lo que el proceso de validación social de estos proyectos se convierte “en un mero formalismo dentro del procedimiento administrativo”.

Normas gaseosas

En el Perú existen normas muy genéricas y débiles sobre el tema. La Ley General del Ambiente establece la adopción voluntaria de políticas de responsabilidad social empresarial en las zonas donde operan las compañías para mitigar o eliminar los impactos de sus operaciones, y el deber de las entidades gubernamentales de garantizar el acceso a la información ambiental y la participación ciudadana.

Tales principios se intentaron garantizar en diciembre del 2003 cuando el MEM ordenó a las mineras suscribir compromisos sociales de apoyo y diálogo con las comunidades de su entorno e incluso que anualmente informen al sector sus avances. Sin embargo la norma resulta ineficaz en el campo.

En el reglamento de consulta y participación ciudadana para la aprobación de los EIA se exige a las empresas la realización de talleres y audiencias para recoger las opiniones de los pobladores antes de la etapa de extracción de los minerales, pero no la incorporación de estas observaciones.

Como afirma el economista José De Echeave, de CooperAcción, no se plantea la comunicación como un proceso de “ida y vuelta” que permita implementar las sugerencias para generar “relaciones de equilibrio”.

La relación efectiva que las mineras deben desarrollar con las comunidades ya no sólo es un acto de buena voluntad asociada a la ética, sino incluso resulta vital para las empresas en términos económicos porque podrían prevenir los conflictos y desentramar sus proyectos. Y en ese intento, la comunicación resulta ser la clave para que los alrededores de los yacimientos mineros dejen de ser un campo de Babel, donde nadie entiende al otro. □

Comunicación e información: vía bloqueada

- En el 2006, la organización no gubernamental Grufides detectó que la minera **Yanacocha** —la aurífera más grande de América Latina— copió tal cual dos informes de Evaluación Ambiental (EA) para la etapa de exploración minera de dos proyectos distintos, lo cual no garantiza la calidad de estos estudios técnicos y la veracidad de la información que según la ley deben estar a disposición de la población. Se trata del proyecto Yanacocha Oeste-Cuencas del Río Rejo y Río Porcón (Peizo) y de Yanacocha Zona Este Cuencas del Río Chonta y Quebrada Honda (Peyze), en el noroeste departamento de Cajamarca.
- Los pobladores que rodean el proyecto Río Blanco, de la empresa minera **Majaz**, en las alturas de las provincias norteñas de Ayabaca y Huanca-bamba, se vieron obligados a viajar entre 15 a 20 horas desde sus caseríos hasta la ciudad de Piura para acceder al expediente de Evaluación Ambiental. En la municipalidad más cercana al campamento minero sólo se dejó un resumen ejecutivo pese a que la ley exige que se debe dejar una copia del documento completo, informó la Defensoría del Pueblo.
- La empresa minera **Doe Run** impulsa campañas de salud y de información en que promueve la idea de que la contaminación por agentes tóxicos de la fundición que opera en el distrito de La Oroya, en la sierra central del Perú, puede enfrentarse con buena alimentación e higiene. Pero las organizaciones ambientalistas de La Oroya advierten que con estas campañas la empresa evade su responsabilidad de reducir en forma significativa las emisiones nocivas de la planta metalúrgica. Según varios estudios, más de 90% de los niños de La Oroya tienen niveles de plomo en la sangre superiores al límite permitido por la Organización Mundial de la Salud, de 10 microgramos por decilitro.

Empresas buscan compromiso con ciudadanía integral

Va ganando terreno una noción más amplia de responsabilidad social.

La búsqueda de la ciudadanía integral, para todos los brasileños, está en el centro del concepto de responsabilidad social que viene siendo difundido en Brasil.

Es un concepto que considera la participación ética de la empresa en su relación con todos los eslabones de su cadena productiva, los llamados *stakeholders* o partes interesadas, y no sólo en términos de financiamiento a un proyecto o programa social, por ejemplo, sino que ese apoyo integra también la noción amplia de responsabilidad social.

Augusto Rodrigues, director de comunicación empresarial y relaciones institucionales de CPFL Energía, el principal grupo privado del sector eléctrico en Brasil, observa que en los últimos años hubo una evolución en el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) hacia una visión de sostenibilidad, que incluye una dimensión de preocupación por el futuro: el futuro de la empresa, de la comunidad y del planeta. En este sentido, la empresa pasa a ser protagonista, incentivando la movilización y ayudando en la información sobre temas que miran hacia el futuro, como el calentamiento global, la educación, la lucha contra la corrupción.

Compromiso ético

La noción de RSE fue difundida sobre todo a partir de la actuación de organizaciones como el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, creado en 1998 en São Paulo.

El concepto impulsado por Instituto Ethos considera el compromiso ético de la empresa con el bienestar de sus funcionarios-colaboradores, con sus clientes y con la comunidad donde está insertada. La idea abarca también la necesaria preocupación ambiental de la empresa, que igualmente, entre otros puntos, está atenta al origen de los productos con los cuales trabaja, no aceptando, por ejemplo, materiales resultantes de la explotación del trabajo infantil.

Tendencia irreversible

“La responsabilidad social empresarial es una tendencia irreversible, no se trata de una moda”, considera el empresario Luis Norberto Pascoal, presidente del grupo DPaschoal y él mismo uno de los grandes responsables de la difusión del concepto en

Brasil. Pascoal fue quien concibió la idea de la Fundación DPaschoal, creada en 1989 para incentivar proyectos y programas en educación, la gran área a la que están atentos los empresarios que practican la responsabilidad social.

Es lo que constata un estudio del Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas (GIFE), creado en 1995. El estudio, del 2005 y 2006, reveló que, entre 68 instituciones examinadas, 55 implementaban o apoyaban iniciativas en el área educativa. Las 34 organizaciones que divulgaron lo que invirtieron sumaron R\$124 millones (US\$70.4 millones) en inversiones en educación en el 2005. Los estimados del GIFE son que la inversión total en educación es por lo menos el doble de ese valor.

Varios estudios están mostrando la actuación social cada vez mayor de las empresas en el país, como parte de la visión más amplia de responsabilidad social. Según la Encuesta Acción Social de las Empresas, del Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA), ligado al Ministerio de Planeamiento, entre el 2000 y el 2004 la participación de empresas en acciones de responsabilidad social aumentó de 59% a 69%. Esto significa que, en el 2004, cerca de 600,000 empresas actuaban socialmente de modo voluntario en Brasil. Se estima que las empresas invierten más de R\$5 millones (\$2.84 millones) en acciones sociales en el país.

El Pacto Empresarial contra la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes en las Carreteras Brasileñas, lanzado a fines del 2006 y que tiene el apoyo de grandes empresas como Petrôleo Brasileiro (Petrobras), Arcor do Brasil, Suzano Petroquímica e Itaipú Binacional, es uno de los más concretos indicadores de cómo ha evolucionado en Brasil el concepto de responsabilidad social corporativa.

Pascoal entiende que la responsabilidad social empresarial, o corporativa, tiene todavía mucho que recorrer en Brasil, en la medida en que es un concepto que debe ser practicado por toda la sociedad, por todos los sectores sociales, en el sentido de busca de la ciudadanía plena.

“El brasileño tiene buen corazón, es cooperativo, pero la mayor parte de las acciones en ese sentido tienen el perfil de la caridad, de la ayuda para atender una necesidad inmediata. Todavía no tenemos una cultura estructurada de responsabilidad social”, sostiene el empresario. □

Petrobras, seguida de cerca por ONG

Petrobras, la principal empresa de Brasil, con negocios de potencial impacto sobre el medio ambiente, está procurando implantar una política de responsabilidad social y ambiental a partir del Programa Desarrollo y Ciudadanía Petrobras. El programa tiene directrices como la actuación de la empresa en sintonía con las políticas públicas, el respeto a la diversidad y la prioridad a la juventud, además de la busca de sostenibilidad de sus acciones.

Petrobras enfrenta, empero, acciones críticas como las relacionadas con derramamientos, como el de 4 millones de litros de petróleo crudo en el río Iguazú, en Paraná, en el 2000, lo que llevó a la inversión de R\$3.8 millones (\$2.2 millones), en tres años, en el Programa de Excelencia en Gestión Ambiental y Seguridad Operacional, que repercutió en la disminución de 97% en los derrames entre el 2000 y el 2002.

La construcción del gasoducto Urucu-Manaus, en plena Amazonia, también generó inquietud entre organizaciones ambientalistas y de derechos humanos, por ejemplo, en términos de eventuales impactos en el estilo de vida de las comunidades nativas; 10 pueblos indígenas viven en la región. El gasoducto, de 670 km de extensión, en fase final de construcción, llevará el gas natural desde la zona petrolera de Urucu, en el municipio de Coari, hasta Manaus, la capital del estado de Amazonas.

También la actuación de Petrobras en América Latina es seguida de cerca por ONGs brasileñas. El Proyecto Brasil Sustentable/FASE lanzó, por ejemplo, el libro *Petrobras: ¿integración o explotación?*, con artículos sobre situaciones críticas que tienen participación de Petrobras, como en el caso de un proyecto en Ecuador, en el Parque Nacional Yasuni, donde viven los indígenas huaorani (NA, Jul. 27, 2005 y Mayo 16, 2007). —JPM.