3. Responsabilidad social empresaria en la actualidad

3.1 Modelos integradores

3.1.1 Inclusión económica ambiental y social

En el desafiante contexto del avance de la pobreza y desigualdad (así como el incremento de la desigualdad), atender a la inclusión social y frenar el racismo ambiental se plantean como una obligación y un compromiso con las generaciones presentes y futuras.

Es reconciliador volver a escuchar las palabras de Bernardo Kliksberg en el video de impacto, para comprender cuál es el desafío en este sentido. Dice Kliksberg (2013): "No hay temas más importantes hoy que discutir la responsabilidad social" (https://www.youtube.com/watch?v=xjwshDyvIV4).

La polarización de los índices de desigualdad con respecto a la distribución del ingreso, la riqueza, la educación, etc., muestran que cada vez son más las personas que sufren las consecuencias de la pobreza, el racismo ambiental y la exclusión.

La sociedad en su totalidad es responsable de contribuir para modificar este devenir que pone en riesgo a los desfavorecidos. En este desafío se trabajan diferentes instituciones e individuos y suman esfuerzos con el sector público y el tercer sector. Es necesario que se comprenda a la RSE en su visión integral, transversal y desde las tendencias inclusivas e innovadoras.

Este sentido de la responsabilidad no es exclusivo de las empresas, también lo es del sector público, de las personas y de las organizaciones. Es en este camino donde comienzan a generarse las alianzas.

> Los negocios pueden jugar entonces un papel importante en la creación de oportunidades orientadas al desarrollo de las personas y de las sociedades. Ellos pueden jugar un papel aún mayor en la creación de modos de vida sostenibles y en la construcción de sociedades prósperas, a través de las actividades principales de sus negocios. (IARSE; 2008; p. 13)

En la búsqueda de cómo articular y accionar dentro de las empresas, hace un par de años comenzó a hablarse de la necesidad de la inclusión económica ambiental y social de vastos sectores desfavorecidos por la economía mundial, para ofrecerles oportunidades, particularmente, incorporar la RSE a la cadena de valor.

Vincular a las empresas, a través de sus políticas de RSE con la inclusión económica de los emprendedores de base social y ambiental, permite fomentar una articulación imprescindible para pensar en el desarrollo y la sustentabilidad.

Constituye, además, un desafío de mentoreo, formación y apuesta a los emprendedores sociales y ambientales; y una sensibilización interna que permite adquirir el compromiso. Cada eslabón decisor de sus procesos tiene que apoyarlo en este camino, hasta lograr conocerse y comprometerse.

Existen en nuestras comunidades numerosos emprendimientos de base social que se mantienen al borde, sobre la economía informal en general, en esta circunstancia existe una posibilidad de concreción de acciones socio ambientales de gran envergadura para las políticas de RSE de las organizaciones.

3.1.2 Alianza multisector

En el párrafo que precede el autor observa la importancia de que la empresa privada colabore con las políticas públicas mediante alianzas estratégicas en temas de interés social.

> La expectativa es que la empresa privada colabore intensamente con las políticas públicas, en alianzas estratégicas con ella y la sociedad civil, en el enfrentamiento de cuestiones esenciales para el interés colectivo, como la deserción escolar, el mejoramiento de la calidad de la educación, la reducción de la mortalidad materna, y la mortalidad infantil, la inclusión de los jóvenes marginados, y otras similares. (Kliksberg, 2009, p. 7)

Este tipo de alianzas no se limitan al Estado y la empresa, sino que abarca todas las organizaciones y personas de la sociedad civil. El fundamento principal consiste en entender que la problemática social es de índole complejo, por lo que las iniciativas individuales o lineales no alcanzan a satisfacer a los grupos de interés o incluso generan un perjuicio.

Esta apertura de las organizaciones, ya sea Estado, ONG o empresa, de sus fronteras para mancomunadamente generar y gestionar proyectos en conjunto, no es posible pensarla desde el análisis clásico de la administración de las organizaciones. Es menester definir y redefinir nuevos roles, nuevas áreas, nuevos actores y nuevas formas de gestionar proyectos de manera conjunta.

> Las alianzas implican, a la vez que contribuyen, al desarrollo de las capacidades relacionales a la vez que complementan a las racionales. La capacidad relacional de una organización se asocia a sus posibilidades de visibilizar y potenciar las redes que posee. Las redes y vínculos en una entidad preexisten, sin embargo, muy distinto es hacerlas visibles y, en consecuencia, obtener provecho de ello. (Barturen, 2004, p. 160)

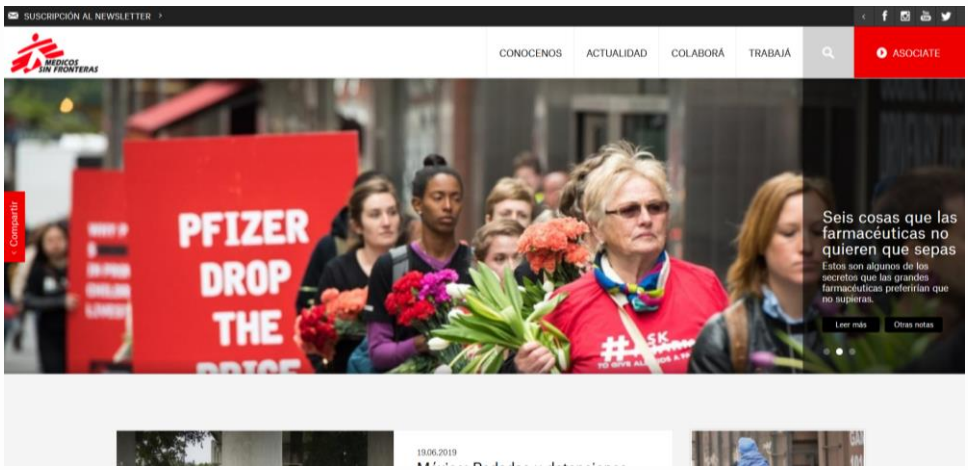
Cada organización cuenta con su conocimiento intangible y su red de contactos que es un capital crucial para potencial los proyectos sustentables, incluso en la generación de espacios de voluntariado como se analiza en la próxima sección.

3.1.3 Programas de voluntariado

La posibilidad de generar un programa de voluntariado, es una oportunidad para crear conciencia y para potenciar los proyectos de RSE que generalmente requieren de gran cantidad de horas de trabajo personalizado y no repetitivo.

Una organización que potencie este tipo de iniciativas puede generar cambios enormes en las sociedades, no solo por las necesidades que puede llegar a cubrir sino por la profesionalización de la organización y la propia formación y capacitación a los voluntarios. Ejemplo de organizaciones que han realizado del voluntariado un lugar de crecimiento para las personas y un impacto social sustentable en la sociedad pueden ser Banco de Alimentos, Cruz Roja, Médicos sin Fronteras, Caritas, Fundación Vida Silvestre, entre muchas otras.

Figura 1: Página web de Médicos sin fronteras.



Fuente: [Imagen sin título sobre Médicos sin fronteras]. (s.f.). Recuperado de https://www.msf.org.ar/

Los programas de voluntariado apuntan al público que se da cuenta de que en la sociedad algo se puede mejorar y reconoce que la iniciativa individual es fundamental para lograr cambios en espacios organizados. Sin embargo, esta persona no sabe qué hacer puntualmente, o cómo hacerlo, o no cuenta con los contactos y los recursos necesarios, por lo que se vincula a alguna organización que le brinda esas herramientas y respuestas.

Recibir a los voluntarios no es tarea sencilla, y la organización debe invertir tiempo y recursos para abrir las puertas, formar, capacitar, facilitar y sostener. Además, existen empresas privadas que realizan programas en donde los mismos empleados se presentan como voluntarios para colaborar en las acciones de RSE.

Un ejemplo de programa exitoso de voluntariado es la implementación de la materia denominada **Práctica solidaria** de la Universidad Siglo 21, en donde estudiantes de todas las carreras deben realizar un voluntariado en una ONG de su localidad durante 14 semanas. Lo sorprendente es que la mayoría sigue con las acciones de voluntariado luego de haber finalizado las 14 semanas que dicta el acuerdo que se firma entre las partes.

3.1.4 Competencias de los recursos humanos

Las personas que trabajan dentro de la organización son las que generan lo que se suele denominar la **cultura organizacional** o el **clima laboral**. Muchas veces se observan empresas que poseen excelente iniciativas y programas de sustentabilidad. Sin embargo, hay numerosos casos que reportan una coexistencia de otras áreas que toman decisiones que afectan al medio ambiente, a los *stakeholders* individuales o al Estado mediante la corrupción.

Mientras algunas personas de la organización buscan colaborar desde su rol en un paradigma de equidad y justicia social, otras parecieran que responden a un modelo productivista y de enriquecimiento sin importar los medios. Aunque esto suene como exagerado, la historia ha dado importantes evidencias de cómo muchas veces son los capitales privados los que promueven ciertas condiciones, que pueden ser cuestionadas desde la justicia social, ya que indirectamente se verán beneficiados por las ventas de sus productos o servicios.

Para ampliar más sobre esto se puede ver el caso de Berta Cáceres, ganadora al premio Goldman (denominado coloquialmente como el premio nobel del medio ambiente) que fue asesinada porque defendía el ecosistema donde se quería instalar una represa de capitales europeos. Así como también otros tantos asesinatos a ambientalistas en la última década en la región de Centro américa y el Caribe. Es decir, aunque el ejecutor material se encuentre ¿quién es el autor ideológico de esas muertes?

Figura 2: Nota del BBC sobre Berta Cáceres

Fuente: BBC News Mundo, 2018, https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46395179

Por dicho motivo la transversalidad de las políticas de RSE son cruciales, para no tener incoherencias entre lo que hace un área de la empresa y otra. Dicho de otra forma, curar las heridas sociales que otra área de la empresa acaba de ocasionar en el tejido social, político, jurídico, ambiental, distributivo, de

igualdad de género o igualdad en las condiciones frente a las diferentes edades.

El principio de eficiencia exige a la empresa producir más con menos recursos, entre ellos, las propias personas, de quien se espera, sin embargo, confianza, lealtad y compromiso hacia la empresa.

Lo que será necesario debatir es qué margen le brinda la empresa a la persona que trabajan en ella, para su toma de decisión cuando obviamente la empresa busca generar productividad, competitividad y dividendos. ¿Qué margen hay cuando los indicadores no son los que se plantearon?

Mediante este tipo de preguntas no se trata de demonizar al sector privado, sino salir del debate binario “empresa mala” / “empresa buena”. Se busca enriquecer las opiniones y tener espíritu crítico al respecto, para que todos los sectores sean cada vez más responsables. Incluso, esta pregunta se la puede trasladar a diferentes secciones del Estado, o diferentes ONG de alcance local o global.

3.2 Promoción de responsabilidad social empresaria

3.2.1 Comunicación interna de las acciones

La comunicación interna de las acciones de RSE se enfoca principalmente en dos cuestiones. En primera medida, democratizar la toma de decisión para las acciones que se van a realizar y, por otro lado, comunicar lo realizado para que todo el público interno pueda saber, entender, participar y dar retroalimentación de las acciones de la organización.

> Para poder asegurar que la empresa es socialmente responsable es preciso traducir los principios de responsabilidad corporativa en variables medibles a través de la construcción de estándares e indicadores a partir de los cuales, y después de un proceso de auditoría, se pueda concluir que la empresa es socialmente responsable. (Fernández García, 2018, p. 185)

Como menciona Fernández García (2018), será fundamental escoger los estándares y las variables que se miden para comunicar los avances o no en materia de prácticas de RSE. Entonces, los objetivos serán más claros de seguir con los indicadores correctos y esto, a su vez, facilitará aún más la comunicación interna y externa.

Parte de la elección de los indicadores entabla una base y una estructura para luego realizar las auditorías del sistema de gestión o simplemente las auditorías internas. En ellas se verá de manera clara y sistemática dónde se encuentra la empresa y cuáles son las oportunidades de mejora detectadas.

La comunicación de la RSE y la sustentabilidad asume diversos formatos y tiene ciertas características. Comunicar exige escuchar, lo que implica que los responsables de la comunicación de reportes, políticas, etcétera, deben estar capacitados para recibir la contestación, visión, etcétera, a propósito de los mismos. Comunicar exige, también, asegurar la coherencia y credibilidad para los grupos de interés de un conjunto de mensajes. En el proceso adquieren relevancia central los mandos medios de la organización (Caravedo en Vives y Peinado Vara, 2011).

La comunicación interna puede realizarse mediante diversas herramientas (Caravedo en Vives y Peinado Vara, 2011): boletines electrónicos, reportes diarios de ocurrencias, reuniones periódicas con los altos mandos, línea telefónica, entre otras. Cada una con sus características propias.

Los reportes permiten, además, un monitoreo colectivo de los indicadores. Al respecto, es importante mantener siempre la motivación y acompañar con políticas de mejora cuando hay informes desfavorables. A nivel externo el reporte permite generar capital social (Caravedo en Vives y Peinado Vara, 2011).

3.2.2 Comunicación externa

> El mundo empresarial actual está ávido de modelos gerenciales actuales que le permitan no solo ser más eficientes sino enmarcar sea un desarrollo de interés por la construcción de una conciencia social, buscando una sociedad más justa y solidaria. La crisis económica de los últimos años, ha obligado a la empresa revisar y tomar conciencia de la importancia de mantener comportamientos éticos para fortalecer la cuestión de su propia identidad desde sus valores. A partir de allí gestionar su imagen de reputación corporativa de forma transparente y confiable. En este contexto, la comunicación y el relacionamiento responsable con los públicos de interés se convierten en los ejes y motores de la responsabilidad social empresarial.
>
> Se busca un triple beneficio: empresas, sociedad y estado. Los límites de la organización se expanden y con ello su comunicación y relacionamiento con más públicos y por ende su responsabilidad hacia estos. Así los temas relacionados a la empresa socialmente responsable, ciudadanía corporativa, gobierno corporativo, derechos humanos aplicados en la organización, medio ambiente, sustentabilidad, gobierno abierto estén ocupando mayor espacio de estudio y análisis.
>
> La organización comunica de manera implícita y explícita, comunica al hacer y al no hacer, al hablar y al no hablar. Por eso es vital que se tome conciencia de la importancia que tiene una alineación estratégica de la comunicación y las relaciones como parte de la misma responsabilidad social empresaria, ya que se alimentan entre sí. (Córdoba, 2011, p 138)

En definitiva, se puede asentir que no hay RSE sin comunicación y la inversa tampoco, ya que será imposible el diálogo con los grupos de interés y por lo tanto inexistente la empatía con ellos.

La comunicación, en el siglo actual, debe estar marcada por la responsabilidad, ya que la organización se comunica con su entorno y este, a su vez, responde a la empresa a través de la comunicación. De esta forma, construye cultura de su propia identidad y la proyecta a través de sus comportamientos. Comunicación y relacionamiento con sus audiencias claves.

Los límites de la empresa cada vez se amplían y están más expuestos a sus *stakeholders*. Entonces, de acuerdo con el axioma de que siempre se comunica (es imposible no comunicar), ya sea de manera activa o pasiva, la empresa comunica con:

- Mensajes planificados.
- A través de sus marcas productos o servicios.
- Comportamiento legal.
- Comportamiento financiero.
- Comportamiento fiscal.
- Relación con los proveedores.
- Relación con la comunidad.
- Empleados y familias.
- En general con todos los públicos con los que se relaciona.

Según Paladino y Álvarez Tejeiro (2006), hay tres consideraciones interesantes de revisar:

1) **La comunicación con veracidad**: analizar minuciosamente lo que efectivamente se ha realizado y la comunicación que se desea brindar. Es decir, disminuir al máximo la brecha entre la acción y la comunicación de esta. A veces muchas organizaciones especulan o comunican obras que no han realizado o han realizado mínimamente, por lo que este parámetro busca tomar el tiempo y trabajo necesario para entender lo que se hizo y comunicarlo de manera coherente. Ser y parecer en forma próxima.

2) **La integridad empresarial**: que consiste en el grado de coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, incluso a nivel de promesas. Según los autores debe desprenderse directamente desde la misión de la empresa y estar tejido como eslabón en los proyectos.

3) Por último, se destaca la **integridad personal**, que busca un salto en la profundidad de la política de RSE. Entender a fondo cuál es el

sentido de la RSE, para abordarla desde su esencia misma. Evitar usar la RSE en un sentido promocional de la marca o de los productos.

Es fundamental sostener una adecuada política de comunicación. Comunicar sobre los tópicos que son de interés para cada grupo, así como usar medios, vocabulario, estructuras, adecuados para cada grupo. Ese esfuerzo en personalizar la comunicación, es necesario para mejorar las brechas entre empresa y sociedad.

Una comunicación inapropiada (por los contenidos, las formas, el sentido, el proceso, entre otros) puede devenir en un serio obstáculo para la comunicación de la RSE, y dar pie a que se produzcan conflictos, repliegues, etcétera, y hasta que se ponga en entredicho los objetivos de la organización.

A esta dimensión se añade que la comunicación es el proceso por el cual se sensibiliza, se concientiza y se encaminan los distintos grupos hacia la modificación de hábitos que son insostenibles ecológica y socialmente. Por esto, se precisa convencer para la acción correcta, para el proyecto, etcétera. Pero también, motivar e incentivar en función de los resultados, otorgar credibilidad y sentar las bases para la confianza necesaria.

Hacer una comunicación que acerque a los *stakeholders*, suponga la escucha activa, sea veraz y genere confianza, entre otras, lo que implica fundamentalmente no buscar la comunicación como herramienta de *marketing*. Aunque la organización busque mejorar su imagen, la comunicación de la RSE debe ser lo más seria y consciente desde el punto de vista de la ética implícita en la RSE. La comunicación es base para sostener el negocio, es una prioridad estratégica, que apunta hacia la honestidad, la seriedad, la sinceridad, la veracidad, etcétera.

3.2.3 Participación y promoción

La comunidad es aquel asentamiento residencial y social próximo a una organización, por lo tanto, una organización puede apoyar a comunidades lejanas de su localización física. Sin embargo, para cumplir con los parámetros de RSE que abordamos en este marco, la organización deberá involucrarse con su comunidad más cercana.

La participación y promoción de acciones en la comunidad se puede plantear acorde a cuatro estandartes:

- Debe ser planificada y partir de que la organización es parte de la comunidad y forma un eslabón más de todo el tejido social. Con ello se busca evitar de que se hagan solo actividades de beneficencia.

- Respetar a la totalidad de los miembros de la comunidad en la que se participa. Esto hace referencia a un respeto activo y en la toma de decisiones. El respeto reivindica el diálogo entre todas las partes de la comunidad y toma con la importancia debida la opinión y voto en la planificación, ejecución o cierre de los proyectos.

- Entender, comprender y respetar las características culturas, históricas y religiosas de la comunidad. Esto podrá mejorar y fortalecer los lazos relacionales como así también concretar una empatía que permita un entendimiento más acabado de las decisiones que se toman.

- Valorar las alianzas y acuerdos que se hayan producido. Entender que cada experiencia conjunta ha dejado aprendizajes y conocimientos de las partes, valorar la diversidad y heterogeneidad. Entender que existe un principio de pertenencia, que se desarrolla cuando los individuos colaboran en la estructuración de una acción.

Este análisis de la comunidad, a su vez, puede ser atravesado por siete áreas de acción:

1. Participación activa de la comunidad.
2. Educación y cultura.
3. Creación de empleo y desarrollo de habilidades.
4. Desarrollo y acceso a la tecnología.
5. Redistribución de la riqueza.
6. Salud.
7. Inversión social.

3.2.4 Desafíos

El modelo de desarrollo histórico de la región latinoamericana basado en la explotación intensiva y poco controlada de recursos naturales lleva a poner en peligro su propia sostenibilidad ambiental y social. Se precisa transitar hacia un modelo en el que se diseñen adecuadas políticas de desarrollo territorial, y superar la respuesta puramente normativa a los desafíos medioambientales (De Miguel y Tavares, 2015).

También se necesita apostar por la inversión y desarrollo de tecnologías de baja intensidad en el uso de carbono, encarar el nivel de crecimiento de las ciudades (caracterizadas por un acceso inequitativo a servicios y el abusivo consumo de carbono), entre otras. La ciudad debe convertirse en un macro-

bien público en que se acerquen los servicios a los estratos de población más pobres, y se diseñen sistemas de transporte público inclusivos. En general, avanzar hacia una economía del cuidado medioambiental en la que se articulen los tres sectores sociales, en especial el sector productivo y el sector público, mediante políticas de ordenamiento territorial y zonificación ecológica (De Miguel y Tavares, 2015).

Según la OMS, más de 100 millones de personas en el mundo están expuestas a niveles de contaminación atmosférica por encima de los niveles de riesgo para la salud. Se calcula que más de 400 mil personas por año mueren a consecuencia de esto. Las grandes ciudades latinoamericanas están por encima de los niveles de riesgo.

Además de la contaminación atmosférica, el incremento sustancial del parque automotor (reforzado por los deficitarios sistemas de transporte público) es causante de esta situación. Los sectores medios no usan generalmente transporte público según los reportes, lo que redunda aún más en desigualdad. Un buen ambiente es la condición indispensable para una buena vida, eje transversal de la reflexión ética.

Los pobres, y en especial las mujeres, no han sido bien atendidos por la organización del transporte (De Miguel y Tavares, 2015). Se han diseñado diversos sistemas de tránsito rápido (BRT, por sus siglas en inglés: *Bus Rapid Transit*), lo que es un gran avance. Pero diversas auditorías muestran que aún se precisa más atención a diseños que incorporen la integración social de los barrios pobres, puesto que suelen desatender paradas en los mismos, así como desplazan a los vehículos de transporte pequeños que comunicaban estos barrios con los lugares de prestación de servicios (De Miguel y Tavares, 2015).

Por esto, se precisan políticas públicas encaminadas a intervenir en dos ejes: sistemas de tránsito rápido integrativos, por un lado, pero por otro también la descentralización de servicios, con la finalidad de acercar los servicios públicos a los lugares marginados, y posibilitar que el costo de desplazamiento no cargue sobre las espaldas de, en particular, mujeres y niños que emplean mucho tiempo en desplazamientos, lo que implica un costo de oportunidad para otro tipo de acciones de cuidado y actividades laborales.

A continuación, y para ejemplificar se presenta un artículo (César, 2019) sobre los desafíos en la desigualdad ambiental y el racismo ambiental.

La desigualdad es también ambiental

En nuestras cosmovisiones, somos seres surgidos de la tierra, el río y el maíz; de los ríos somos custodios ancestrales del pueblo Lenca, resguardados además por los espíritus de las niñas, que nos enseñan que dar la vida de múltiples formas por la defensa de los ríos es dar la vida para el bien de la

humanidad y de este planeta." Berta Cáceres en su discurso al recibir el Premio Goldman.

Aunque es indudable el crecimiento del acceso de las minorías a los debates centrales, también es indiscutible que este siglo crea de manera ininterrumpida mecanismos de exclusión cada vez más sofisticados. En la película "Matrix I", de las hermanas Wachowsky, en unos de sus diálogos Morpheo le dice al elegido que se encuentra en una prisión que no puede saborear, oler o tocar; es decir, es invisible a la vista, pero peor aún, es invisible al resto de los sentidos. La palabra más precisa para ese tipo de jaula, prisión o sistema puede ser indetectable. Un mecanismo de exclusión sofisticado hace referencia justamente a que sea indetectable.

Se pueden poner ejemplos tales como la caverna de Platón o el domo en donde vivía Truman en la película "The Truman Show". Sin embargo, y como repite Darío Sztajnszrajber en sus presentaciones, esto se podría convertir en una cinta de Moebius donde luego de salir de nuestra primera caverna, entramos a otra más grande, y siguiendo con el ejemplo de Truman, luego de salir de su primer domo, se encuentra dentro de otro domo aún más grande y así al infinito.

Esta singularidad, llevada al medio ambiente, implica un dispositivo de exclusión de dificultosa detección: gozar de un medio ambiente sano es cada vez más un privilegio para unos pocos. Esto parte de una premisa, la cual busca comunicar que el medio ambiente se deteriora de manera ecuánime, es decir que somos igual de responsables por ese deterioro y que padecemos las consecuencias de la contaminación de forma equitativa.

Las interpretaciones muestran con cierta contundencia que sucede todo lo contrario. En primera instancia, no somos responsables en igual medida de la degradación del planeta:

En segundo lugar, el ambiente no se degrada de manera simétrica, existen regiones que presentan grado de contaminación y de degradación de los recursos en niveles en donde es insostenible la vida humana, si acordamos con la definición de calidad de vida de la OMS. Son las regiones que han tenido un descuido o un grado de explotación que han quedado con la incapacidad de albergar vida de calidad. Pensemos en todos aquellos territorios cercanos o influenciados por basurales a cielo abierto, tierras excesivamente fumigadas, depósitos de residuos peligrosos de grandes explotaciones mineras, desembocaduras de sistemas cloacales

sin tratamiento de medianas y grandes localidades, residuos radiactivos mal gestionados, pruebas nucleares, residuos producto de guerra química, entre tantos otros.[1]

Esta falsa premisa de un medio ambiente prolijamente contaminado en todos los territorios de forma similar, invisibiliza el conflicto ambiental, que viene a denunciar que justamente la situación no es así. Algunos viven en lugares donde no se cumple el derecho a vivir en un medio ambiente sano que propone Naciones Unidas y nuestra constitución, mientras que otros sí. Allí está el conflicto. Quién o qué mano invisible designa a quiénes les toca vivir en uno o en otro lado.

La segunda década del siglo XXI, ha sido marcada como la década más sangrienta para los ambientalistas. Se calcula que solo en 2017 han sido asesinados 207 ambientalistas (Global Witness, 2018) de manera directa y un número mayor en manera indirecta. Personas que buscan sacar a luz este principio de inequidad terminan pagando con difamación, robos, quita de tierras y hasta con su vida en este tipo de denuncia. Esta forma de exclusión, "la tendencia a que los problemas medio ambientales sean más importantes en las zonas próximas a las personas más desfavorecidas y, especialmente las minorías" (Macionis J. & Plummer K., 2007, p. 608), es el racismo ambiental.

Así como sucede con los fractales, esto se replica dentro de un mismo país en donde hay regiones más protegidas que otras, y hasta también en una misma ciudad, donde hay barrios que se cuidan ambientalmente mejores que otros.

Un caso que refleja de manera contundente este escenario es el de las OMAS, un grupo de mujeres que denuncian el abandono ambiental de un barrio que se ubica en las cercanías de la planta de tratamiento de líquidos cloacales de la Ciudad de Córdoba y vivencian en cuerpo propio las consecuencias en el deterioro de su salud.

Si busca, como quien escribe, colaborar con una sociedad que conviva con un medio ambiente saludable, en primera medida es necesario comprender la existencia del racismo ambiental, es decir que los más desfavorecidos padecen en mayor medida las problemáticas ambientales no sólo con el deterioro de salud sino incluso, como hemos visto hasta con violencia en su máxima expresión.

Por último, saber que la problemática ambiental siempre viene asociada y entrelazada con intereses económicos, sociales y

de conflicto de poder, por eso no existen soluciones mágicas, sino que, por el contrario, las propuestas deben estar enmarcadas en el territorio, en el sentido, en las prácticas, en la historia, en las personas y sobre todo en el afecto y la empatía.

[1]*Pensemos en todos aquellos territorios cercanos o influenciados por basurales a cielo abierto, tierras excesivamente fumigadas, depósitos de residuos peligrosos de grandes explotaciones mineras, desembocaduras de sistemas cloacales sin tratamiento de medianas y grandes localidades, residuos radiactivos mal gestionados, pruebas nucleares, residuos producto de guerra química, entre tantos otros.* (César, 2019, https://identidad.21.edu.ar/la-desigualdad-es-tambien-ambiental)

Referencias

BBC News Mundo (30 de noviembre de 2018). *Berta Cáceres: tribunal de Honduras halla culpables a 7 hombres por el asesinato de la ambientalista* [versión digital]. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46395179

César, F. (5 de junio de 2019). *La desigualdad es también ambiental. Identidad 21*. Recuperado de https://identidad.21.edu.ar/la-desigualdad-es-tambien-ambiental

De Miguel, C., y Tavares, M. (2015). *El desafío de la sostenibilidad ambiental en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.

Fernández García, R. (2018). *La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial*. España: Wolters Kluwer.

[**Imagen sin título sobre Médicos sin fronteras**]. (s.f.). Recuperado de https://www.msf.org.ar/

Kliksberg, B. (14 de octubre de 2013). "No hay temas más importantes para discutir hoy que la responsabilidad social" [YouTube]. (Télam). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=xjwshDyvIV4.

Barturen, C. A., Combra, M., Esbry, G., Galli, A. P., Herbon, R. J., Jaluf, M. L., ... & Schiavoni, M. F. (2004). *Aportes argentinos a la ética y la responsabilidad social empresaria: apuntes para un curso*. EDUCC https://www.academia.edu/639590/Aportes_argentinos_a_la_%C3%A9tica_y_la_responsabilidad_social_empresaria_Apuntes_para_un_curso

Paladino, M. y Álvarez Tejeiro, C. (2006). *Comunicación Empresarial Responsable*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial S.A.

Vives, A. y Peinado Vara, E. (2011). *RSE. La responsabilidad social de la empresa en América latina*. BID-FOMIN. Recuperado de https://publications.iadb.org/handle/11319/5383

IARSE (2008). *Paso a paso para pymes*. Córdoba.