

LIBROS

¿SER o PERECER? Sustentabilidad y comunicación en las organizaciones
Hernán Dinamarca, 2013, Chile, Editorial Planeta Sostenible, 304 páginas



José Manuel Velasco Guardado
Director General de Comunicación y Responsabilidad Corporativa (FCC), Presidente en
Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), España
jmguardado@yahoo.es

Recepción: 10/06/2013 Revisión: 14/07/2013 Aceptación: 27/11/2013 Publicación: 13/12/2013
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-6-2013-13-231-236>

Pisé por primera vez tierra chilena en marzo de 2011. Accedí a ella por el paso fronterizo de Cerro Castillo, procedente de El Calafate (Argentina) con destino al parque nacional de Torres del Paine. En la lengua tehuelche “Paine” significa azul, el color que predomina en tan imponentes montañas y también en mi corazón.

El azul y mi pasión por el trekking me llevaron a Chile. Y desde entonces mi alma ha quedado prendada de aquella tierra. Primero fueron las montañas, esquivas como pocas por la pugna constante entre la lluvia y el viento, pero bellísimas; y luego fueron las palabras. Aunque solo conozco ese trocito de tierra que se yergue majestuosa en el campo de hielo Patagónico Sur, Chile me tiene atrapado con su naturaleza y sus personas.

En las leyendas del norte del país anida un pájaro legendario, el alicanto, gran esperanza de los mineros porque su presencia delata la existencia de oro y plata, su alimento. De aspecto majestuoso, quien le siga corre el riesgo de ser abandonado a su suerte, para lo cual deberá invocar a la Virgen de Punta Negra para que le indique el camino de regreso.

Yo encontré al alicanto en www.sitiocero.net y desde entonces una parte de mi curiosidad intelectual se ha quedado allí para siempre. No creo que tenga la necesidad de rendir plegaria a la Virgen porque tal concentración de conocimiento en torno a la comunicación y la conversación impiden que algún día me pierda. Tal vez ya me perdí para encontrarme o, al contrario, me encontré para perderme en un lugar que es, como su nombre indica, principio y fin, círculo de sabiduría.

El azul, las montañas, tal vez el alicanto y, desde luego, mi pasión por la comunicación me han permitido descubrir a Hernán Dinamarca, el profesor, el investigador, el autor... el guía. Este encuentro a su manera es fruto o metáfora de un “acoplamiento estructural”, teoría de los biólogos y filósofos Humberto Maturana y Francisco Varela, a quienes cita en su libro para explicar la importancia de las interacciones entre los distintos agentes sociales, en este caso, para asegurar la conservación de un bien superior: el ecosistema que habitan.

Tenía que encontrarme con Hernán porque la sustentabilidad de una nueva teoría de la comunicación está en nuestras manos, y casi quema. Es la mayor responsabilidad de quienes nos dedicamos a pensar y ejercer la comunicación, una función superior que, como asegura otro destacadísimo habitante de www.sitiocero.net, Mauricio Tolosa, es la herramienta que

crea comunidad. Una convivencia que está amenazada por el desencuentro entre el hombre y su entorno, entre la palabra y los hechos, entre los valores y las conductas, entre una Tierra que se resiste heroicamente al deterioro y un cielo que está demasiado nublado aún como para atraernos como la tierra prometida.

En el ensayo “¿Ser o perecer? Sustentabilidad y comunicación en las organizaciones”¹, Dinamarca se pregunta y se responde. El título en sí mismo es un compromiso. Hernán se compromete intelectualmente al ligar sustentabilidad y comunicación. Su tesis responde al concepto epistemológico del “conocimiento situado” de Donna Haraway porque no esconde las respuestas, carece de miedo en su apelación al cambio, en su vindicación de una nueva mirada hacia la comunicación como espacio de diálogo, territorio de entendimiento, océano por el que debe navegar una nueva forma de mirar al mundo, y de cuidarlo, y de mimarlo como si fuese un lugar finito en medio del infinito.

En la contratapa del libro se indica que se expondrá “un nuevo modelo de comunicación y gestión integral para la sustentabilidad en las organizaciones. Modelo que opera en dos dominios interrelacionados: la sustentabilidad socio-ambiental y la sustentabilidad emocional. La idea-práctica sustentabilidad llegó para cambiar nuestras conversaciones. La profunda implicación entre comunicaciones y sustentabilidad ocurre precisamente por la intersección de una tríada emergente: una comunicación (poner en común) en transparencia (coherencia entre el decir y el hacer) es condición para la sustentabilidad de las empresas y la sociedad”.

“Hoy los desafíos de gobernanza ambiental y de los bienes públicos globales son claves para las empresas y organizaciones gestionadas en el diálogo social y sobre la base de la Responsabilidad Social. En este marco, las estructuras de comunicaciones y sustentabilidad aparecen como actores estratégicos, en tanto consultores internos como mediadores en los procesos de diálogo con los respectivos públicos de interés”, asegura Hernán.

¹ El ensayo se basa en una investigación doctoral del autor para la Universidad de Málaga que incluyó análisis de bibliografía y conversaciones en Chile con una diversidad de directivos de empresas, de líderes de organizaciones de la sociedad civil, de gobierno y académicos.

La empresa es la unidad básica de gestión del sistema económico. A su misión como factor de creación de riqueza se suma una responsabilidad adicional como generador de conductas. Los líderes empresariales se han convertido en referencias que van más allá de la esfera económica. Sus comportamientos son la expresión de valores o de su ausencia. En este contexto, la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSC o RSE) trasciende las expectativas y demandas de los grupos de interés primarios (accionistas, empleados y clientes).

La empresa se configura como un agente de civilización en la medida en que su desempeño incide sobre el conjunto de costumbres, ideas y cultura que definen a una comunidad. Desde este punto de vista, una empresa no solo es lo que logra para sus grupos de interés, sino también lo que contribuye a la construcción de un Estado social y medioambientalmente sustentable, su aportación al bienestar de la comunidad.

Es fundamental que establezca un sistema de escuchas que decodifique las expectativas y demandas de los colectivos que configuran su entorno. Concebida como la función que gestiona el diálogo con los grupos de interés, la comunicación forma parte de los principios que inspiran la implantación y el desarrollo de modelos de gestión de la responsabilidad social corporativa.

No se trata de buscar la reputación a través de la comunicación de las políticas de responsabilidad social. El reconocimiento es el premio al conocimiento razonado de las conductas que las empresas acreditan en su relación con los grupos. La comunicación es imprescindible para establecer nexos entre las decisiones empresariales y los principios que las inspiran.

En uno de los prólogos, el líder de los empresarios chilenos en RSE, Eduardo Mizón, nos dice que el libro “constituye un aporte de valor inconmensurable. A quienes hemos trabajado en la compleja tarea de implementar la responsabilidad social como práctica transversal en las empresas –desde el convencimiento que el actual modelo de desarrollo debe ser corregido en aspectos sustanciales–, nos ayuda a sistematizar y nos entrega sustento teórico para muchas de las ideas que nos impulsan.”

Por su parte, Ximena Abogabir, líder de la ONG Casa de la Paz, en otro prólogo agradece “a Hernán Dinamarca el impresionante trabajo de haber introducido en un mismo crisol las comunicaciones, la sustentabilidad, la ontología del lenguaje, el cambio cultural, la gestión del cambio, la transparencia. De paso, propone conceptos innovadores y muy pertinentes. Por ejemplo, la sustentabilidad emocional. El libro es una lectura obligada para los estudiosos de las comunicaciones y todos los interesados en promover la sustentabilidad, en las empresas y en la sociedad.”

Es que la responsabilidad social es comunicación, de la misma forma que la comunicación debe ser también un ejercicio de responsabilidad. Ambas me han devuelto a Chile y a través de Hernán Dinamarca al vértigo de los desafíos. El mundo que conocemos no está cambiando, ya ha cambiado. Hemos de abrir los ojos a una nueva realidad para que los gestores de hoy no seamos acusados de irresponsable pasividad. Pero no nos van a juzgar nuestros hijos, ni siquiera la historia, sino nuestros coetáneos.

En esta encrucijada sólo caben dos caminos: uno es rojo, el otro es azul. Desconozco realmente si el color del Paine y de los océanos es el acertado, pero estoy seguro de que quien no escoja entre uno y otro estará condenado al ostracismo del olvido. A fe que Hernán Dinamarca no será uno de los olvidados.

Forma de citar este artículo:

VELASCO, J. M. (2013). ¿SER o PERECER? Sustentabilidad y comunicación en las organizaciones, de Hernán Dinamarca. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. III, Nº 6, 231-235. Recuperado el ___ de _____ de ____, de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/228>.