

La Responsabilidad Social Corporativa y el Sector Cultural: Retos y desafíos para un renovado entorno

La Responsabilidad Social Corporativa, en adelante RSC, lejos de ser una mera moda pasajera de carácter coyuntural, es un fenómeno plenamente consolidado en nuestro país, en un entorno europeo, fundamentalmente en el ámbito de la gran empresa o corporación empresarial.

De hecho, la RSC no es un concepto nuevo, si bien en la actualidad adquiere una nueva dimensión al socaire de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, la globalización, el mayor protagonismo de las grandes corporaciones empresariales en la actividad económica y su creciente impacto socioambiental, el creciente liberalismo económico paralelo a un proceso de privatizaciones y una relativa contención de la Administración Pública como factor de financiación y de gestión, así como el surgimiento de nuevas expectativas y demandas específicas de la sociedad civil, canalizadas mediante instituciones integrantes del creciente Tercer Sector en un entorno caracterizado por el dinamismo y la incerteza.

Se manifiesta, asimismo, una mayor presión social por parte de una ciudadanía mejor informada, más crítica y más sensibilizada respecto a determinadas problemáticas sociales, y con un mayor poder de “penalización o recompensa” como consumidores, al tener en consideración en los criterios y posteriores decisiones de compra, a las empresas socialmente responsables, concepto conocido como “corresponsabilidad”.

En consonancia con lo mencionado, el movimiento de la RSC, supone en gran medida, cómo compatibilizar la lógica del capitalismo, con las nuevas demandas y expectativas de la ciudadanía que revierta en una sociedad más justa y cohesionada.

La RSC se fundamenta en un modelo de gestión sustentado en la ética que supone que la empresa ha de asumir un nuevo rol, como agente activo y responsable con la sociedad que la acoge y la hace posible.

No existe una definición consensuada del término RSC, por lo que se toma prestada del Libro Verde de la Comisión Europea, “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” (Comisión Europea, 2001), la siguiente cita:” La mayoría de definiciones de la Responsabilidad social de las empresas, entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Este hecho contempla la contribución de la empresa a un desarrollo sostenible y supone tener en consideración su compromiso social con la sociedad en general, y en concreto, con la comunidad local en la cual actúa , así como el mantener un diálogo fluido y continuado con los diversos “stakeholders” o grupos de interés con los que interacciona y se relaciona, que propicie y redunde en la creación de mecanismos que permitan su aceptación y legitimación, basados en la confianza y el mutuo entendimiento.

La RSC es un concepto intangible y gestionable y su adecuada gestión permite, a un nivel interno, una mejora del clima laboral y de las condiciones de trabajo, que se traducen en una fidelización del personal que redunde en la retención del talento y del conocimiento en el seno de la organización.

A un nivel externo, contribuye a la construcción y mejora de la reputación corporativa, de la imagen corporativa y de marca, permitiendo un desarrollo sostenible y respetuoso con el medioambiente, en adición al capital social generado, así como la obtención de una rentabilidad sostenible en el tiempo, en términos de medio y largo plazo.

La RSC es un concepto muy amplio que se vertebra a través de una serie de instrumentos que inciden sobre su dimensión interna y externa.

Sin ánimo de ser exhaustivos, éstos se refieren básicamente a la adopción de códigos de conducta internos referidos al Buen Gobierno Corporativo; adopción de códigos de conducta externos, como el Global Compact de la ONU; el fomento de la transparencia informativa mediante la elaboración de Memorias Sociales o de Sostenibilidad, en virtud de la cual la empresa ha de elaborar un triple balance informando de sus principales logros económicos, sociales y medioambientales, en la línea de la denominación “triple bottom line” según unas directrices internacionales estándar, establecidas por el Global Reporting Initiative, GRI, que permiten la homologación de la información suministrada y, en consecuencia, establecer comparaciones; las prácticas de contabilidad mediante la elaboración de balances y la auditoría social; la acreditación a través de certificaciones, normas e isos; la formación del personal; la mejora de las condiciones laborales y la conciliación de la vida profesional y la personal; la inversión socialmente responsable; el diálogo social multistakeholder y el patrocinio y mecenazgo empresarial.

A raíz del calado e importancia del concepto en nuestro país y de las diversas implicaciones para la empresa y el conjunto de la sociedad, en España se creó una Subcomisión Parlamentaria de RSC en el Congreso de los Diputados, con la finalidad de suministrar una serie de orientaciones y recomendaciones para el desarrollo de la RSC entre el entramado empresarial, cuyas principales conclusiones se hicieron públicas recientemente, a inicios del mes de agosto de 2006, después de aproximadamente casi dos años de intenso trabajo.

La Subcomisión Parlamentaria, con la pretensión de establecer un diálogo fluido entre las diversas partes implicadas y conocer sus necesidades, expectativas y demandas específicas, contó con la comparecencia de más de cincuenta representantes de las diversas partes implicadas, provenientes de muy diversos ámbitos: Grupo de expertos en materia de RSC, empresas, patronal, sindicatos, administración pública, ONG's y demás representantes del Tercer Sector, departamentos universitarios, organizaciones de consumidores, etc.

Merece constatar que entre las partes implicadas no se produjo una representación de agentes representantes del sector de la cultura, circunstancia a la que haremos referencia posteriormente.

Es importante destacar el origen y las razones de ser de esta Subcomisión Parlamentaria, al abordar desde los poderes públicos, una temática que nace de la propia empresa y se fundamenta en el concepto de voluntariedad.

En el redactado de las conclusiones, la misma Subcomisión justifica la necesidad de que la política en un sentido amplio intervenga en relación a esta materia, al considerar como necesaria una política fundamentada en las oportunidades que para la mejora de la sociedad supone el movimiento de la RSC, en términos de equidad y cohesión social, la cual ha de acompañar a las empresas, en especial a la pyme, en una estrategia y recorrido que debe hacerlas más competitivas y sostenibles en un entorno caracterizado por la globalización.

De forma implícita subyace el discurso que sin responsabilidad -no solamente dirigida a las empresas, sino también al conjunto de personas, de entidades, de organizaciones que conforman la sociedad civil- ni la libertad ni la democracia pueden ser plenamente ejercidas. En una sociedad en la que no hay responsabilidad, la libertad y la democracia no garantizan ni el progreso, ni el bienestar.

Las más de cincuenta recomendaciones adoptadas por la Subcomisión, tienen como papel primordial el crear las adecuadas condiciones que permitan y faciliten que las empresas que optan por seguir estas prácticas lo puedan hacer, por lo que no constituyen normas de carácter imperativo, de obligado cumplimiento, puesto que irían en contra del concepto de voluntariedad inherente a la misma adopción de la RSC, y podría suponer un freno para la innovación, motivo por el cual se caracterizan por su carácter promocional cuya pretensión es el estímulo y el fomento de determinadas prácticas.

En consonancia con lo mencionado en punto anterior, podría parecer que el sector cultural, y los diversos agentes que lo componen -administración pública, iniciativa privada y Tercer Sector- sea uno de los olvidados en este proceso.

La inexistente consideración del sector cultural podría entrar en contradicción con el hecho de que el ámbito de actuación relativo a la Cultura, mantiene una posición de predominio, junto a los ámbitos de la Asistencia y Cooperación y la Enseñanza y Formación Universitaria, en relación a acciones emprendidas en el ámbito del patrocinio y mecenazgo empresarial, según un reciente estudio¹ llevado a cabo por AEDME - Círculo de la Responsabilidad Social, siendo, además, y en términos generales, el ámbito de actuación que aglutina unos mayores montantes en términos económicos por parte de la iniciativa privada.

En este sentido, el patrocinio y mecenazgo empresarial constituyen los instrumentos más desarrollados, consolidados y generalizados de la vertiente o dimensión externa de la RSC, que la empresa dispone para canalizar y revertir a la sociedad que garantiza su existencia, los beneficios que obtiene de ella, y de esta manera, la iniciativa privada, contribuye, de forma complementaria a las acciones emprendidas por la Administración Pública y el creciente Tercer Sector, al desarrollo de la sociedad en general, y más concretamente, en aquellas comunidades en las que la empresa opera.

Por lo tanto, la no representación del sector cultural podría atribuirse a un desconocimiento o al no pertinente reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo, según trabajos y conferencias mantenidas en el seno de la Unesco, presentes en la reciente "Agenda 21 de la Cultura: Un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural", cuyos postulados fundamentales ya fueron abordados hace aproximadamente una década y plasmados en la publicación "Nuestra diversidad creativa" (1997) resultado de los trabajos promovidos por esta institución en la década mundial sobre cultura y desarrollo (1988 - 1997) y en el posterior plan de acción acordado en la conferencia intergubernamental de Estocolmo, el año 1998, con el título "Políticas culturales para el desarrollo".

En la publicación "Nuestra diversidad creativa" ya se abogaba por hacer por "la cultura y el desarrollo", lo mismo que se había hecho por "el medio ambiente y el desarrollo", al existir claras analogías entre ambos conceptos, al constituir bienes comunes de la humanidad, por lo que la cultura requería ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

Asimismo, se establecían los ámbitos más relevantes de la dimensión cultural del desarrollo en relación a diversos retos como la lucha contra la pobreza, la inclusión social, el papel de la educación y la cultura como aspectos transversales de la vida de las personas.

En función de lo expuesto, nos podríamos formular las siguientes preguntas: ¿Cuál es la contribución de la cultura a este desarrollo? Y avanzando un paso más, ¿Qué requisitos son necesarios para que tal desarrollo sea considerado como sostenible y cómo se relacionan con el discurso intrínseco que subyace en la Responsabilidad Social Corporativa?

Para abordar las cuestiones planteadas, merece referirse a la acepción amplia e inclusiva del término cultura formulada por la Unesco, plasmada en la mencionada publicación "Nuestra diversidad creativa", al contemplar conjuntamente, por un lado, la dimensión humanística, aquella que hace referencia a la cultura "con C mayúscula" la cual abarca las artes y las industrias culturales, y por otra, la dimensión antropológica del término, referente a toda una compleja serie de rasgos distintivos de tipo espiritual, material, intelectual y emocional que caracterizan a una sociedad o grupo social.

En esta acepción inclusiva se consideraba a la cultura como "Conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias", cuya definición aún se mantiene vigente en la actualidad.

Partiendo de tal acepción, se desprende que la cultura es en esencia sociedad y tal acepción es la que permite su consideración como pilar fundamental del desarrollo sostenible y permite su entrada en escena de forma más fundamental, no al servicio de unos fines sino como base

¹ RABANAL, MARC. "El patrocinio y mecenazgo empresarial en España. Ejercicio 2005". Ed. AEDME, 2006.

social de estos mismos, al superar la restrictiva -si bien no menos importante y creciente- dimensión económico-mercantilista del término, y su contribución exclusiva al desarrollo económico -en su consideración como integrante de las industrias culturales, creadora de riqueza y generadora de empleo, con los efectos multiplicadores para determinados sectores económicos- al centrarla con la noción de desarrollo humano, desde un punto de vista integral.

Al respecto, también se afirmaba en la citada publicación que “el desarrollo cultural genera desarrollo económico, pero en cambio el desarrollo económico, por si mismo, no genera desarrollo cultural”.

Tal acepción de la cultura, por lo tanto, contribuye al desarrollo sostenible y entronca y converge con el discurso de la RSC, uno de cuyos pilares básicos es la sostenibilidad, abriendo un espectro de puntos en común -quizás hasta el momento no suficientemente desarrollados- en un renovado entorno.

Desde esta perspectiva, la pobreza no solo implica carecer de bienes y servicios esenciales sino también de mayores oportunidades en aras de una existencia más plena, rica, fértil, en definitiva, más libre, que revierta en una sociedad más cohesionada e inclusiva, con una especial atención a la integración de los colectivos más desfavorecidos.

El desarrollo cultural plantea retos como los recogidos en la mencionada “Agenda 21 de la Cultura: Un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural” como la lucha contra la pobreza, la convivencia y el civismo, el papel de las migraciones y su implicación en la configuración de la identidad; las nuevas fragmentaciones sociales y en el actual proceso de democratización del acceso al saber, el papel de los derechos culturales como parte integrante de los Derechos Humanos y las implicaciones esenciales que se derivan: el derecho a la educación y la participación en la vida cultural; así como garantizar el disfrute de los bienes y servicios culturales a las personas con discapacidad, facilitando su acceso a los equipamientos y actividades culturales.

Las Administraciones Públicas tendrían un importante papel en la mejora del trato fiscal aplicable a acciones de mecenazgo empresarial, mediante una mera modificación de los coeficientes de desgravación fiscal, no de la vigente ley en vigor, factor que muy probablemente redundaría en el incremento del desarrollo de acciones en interés general, buscando el bien común. Un ejemplo a seguir sería el de la vecina Francia, país que duplicó los coeficientes de desgravación fiscal en el ejercicio 2003.

Asimismo, entre los diversos “stakeholders” con los que interacciona y dialoga la empresa se abre un nuevo entorno definido por un nuevo campo de encuentro en el cual los gestores culturales y por extensión los “fundraisers” o captadores de fondos para infraestructuras o proyectos culturales, deberían de incorporar este discurso, en adición a las contrapartidas específicas otorgadas a las empresas y los retornos derivados, básicamente, en términos de imagen corporativa.

Marc Rabanal, Director de proyectos de AEDME - Círculo de la Responsabilidad Social

Sinopsis

La Responsabilidad Social Corporativa es un concepto plenamente consolidado en la gran empresa de nuestro país y supone que ésta integre, de forma voluntaria, sus preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

A raíz del calado y la trascendencia de este concepto para la empresa y el conjunto de la sociedad, fue creada en España, tal y como se hecho en otros países europeos, una Subcomisión Parlamentaria de RSC en el Congreso de los Diputados con la finalidad de emitir una serie de recomendaciones de carácter promocional, sin revertir en una norma de carácter imperativo al conjunto del entramado empresarial.

La cultura contribuye al desarrollo sostenible y tal circunstancia se relaciona y entronca con el discurso de la RSC, uno de cuyos pilares fundamentales es la sostenibilidad.

De esta manera, se plantean nuevos retos y desafíos derivados de la configuración de un nuevo entorno, que supone un renovado campo de encuentro entre la empresa y los diversos agentes integrantes del sector de la cultura.