

Introducción

De nuestros antecedentes

Juan Benavides Delgado

Han transcurrido ya quince años desde que se publicó por primera vez la Memoria Académica de la Cátedra de Ética Económica y empresarial¹. En uno de los primeros artículos publicados en la Memoria Académica del Curso 2003-2004 indiqué de modo muy claro nuestras principales preocupaciones: *El gran tema de nuestro momento histórico, –escribía entonces–, es saber definir, unir y relacionar todo un conjunto de ámbitos y problemas que, en principio, parecen independientes tanto en el ámbito disciplinar como en el epistemológico. Para hablar de ética de las organizaciones y comprender profundamente todos los extremos y sus implicaciones, hay que integrar la reflexión ética y organizacional en el ámbito de los medios y los procesos comunicativos e, incluso, trasladar todo este conjunto de temas al ámbito más general de la*

1. Entonces bajo la denominación de Cátedra Javier Benjumea de Ética Económica y Empresarial. Queremos agradecer, desde estas primeras líneas, el apoyo de diversas instituciones y empresas que nos han ayudado a lo largo de los últimos quince años. Especialmente queremos indicar que, desde hace ya tres años el trabajo realizado por la Cátedra de Ética Económica es posible gracias al apoyo y ayuda financiera de la empresa Iberdrola y, desde su origen, la Cátedra sigue adscrita a la Universidad P. Comillas.

globalización (Benavides Delgado, J., 2005, p.18). Desde 2005 este era el objetivo del Seminario, programado como *Seminario Permanente* y, desde 2013, bajo el epígrafe de *Seminario Interno*. Para ello se reunió a un determinado número de participantes de diferentes disciplinas universitarias y actividades profesionales relacionadas con la ética, la filosofía, la comunicación, la empresa, la gestión corporativa, la consultoría, etc. así como investigadores y doctorandos relacionados con dichas materias. La finalidad era intercambiar impresiones sobre el tema genérico de la ética y la responsabilidad social atendiendo a diferentes cuestiones previamente elegidas para cada curso y añadiendo lecturas que iban repartiéndose a lo largo de las semanas. Se procuraba siempre la asistencia de un número mínimo de asistentes, –a ser posible siempre los mismos–, porque mantener durante largo tiempo dicha asistencia permitiría la continuidad y profundidad en las opiniones expresadas a lo largo de varias reuniones. El Seminario Interno se reunía cada mes con la previsión de una duración de varios años y su trabajo como acabamos de decir alcanza ya más de quince años ininterrumpidos.

1. El enfoque

Lo interesante de aquel proyecto era el objetivo interdisciplinar que se perseguía tanto en sus debates como en el ámbito de los contenidos². En efecto, por un lado, las diferentes especialida-

2. Algo que ya perseguíamos en el ámbito del desaparecido *Instituto Fe y Secularidad*; una institución de la que guardo el mejor de los recuerdos y que nos enseñó a muchos, pese a sus dificultades y propias limitaciones financieras, la importancia, en la actualidad casi decisiva, que tiene el enfoque interdisciplinar para el desarrollo del conocimiento y la comprensión de los problemas. A este respecto se publicó en su momento un breve cuaderno de apenas 41

des, conocimientos y experiencias de las personas determinan muy distintas metodologías y modelos que hacen de los contenidos su base y fundamento, no solo de su práctica profesional sino, –casi podría decirse citando a José Gaos–, de su propia idea del mundo. Porque, en efecto, tener una idea del mundo significa tener una cierta concepción sobre nuestro entorno, del pasado, del presente y del futuro de la historia, incluso sobre la materia y el espíritu, etc., *es algo que se mantiene en una suspensión entre la imaginación y el pensamiento conceptual, lo que los medievales llamaron “Imago Mundi” y los alemanes después Weltanschauung* (Gaos, J., 1973, p.5 y ss.). Precisamente esa idea del mundo es la que muchas veces está detrás de nuestros comportamientos y nuestras opiniones, aunque la silenciemos o ni siquiera seamos capaces de objetivarla mediante nuestro lenguaje. De acuerdo a lo que decimos, tener una idea del mundo es algo parecido a lo que más recientemente escribía R. Colins en su *Sociología de las Filosofías* (2005, pp. 1-15) cuando decía que las cosas y las ideas son reinos irreductibles el uno al otro. Porque, en efecto, muchas veces es sencillamente imposible pasar de la descripción externa de aquellas a los significados internos de éstas. Las ideas no son en absoluto como los objetos, excepto en la medida en que las representamos mediante símbolos escritos sobre materiales tales como el papel o el ordenador, sino que son ante todo comunicación, lo que equivale a decir que son parte de la interacción entre las personas. Forman parte de eso que viene antes y queda después del hablar y vivir, de esos procesos que construyen y de-construyen la realidad de uno y de la de todos. Pero, incluso, aunque las ideas se presenten en el proceso de comunicación, aunque algunas casi son comunicación, otras aparecen más

páginas sobre sus actividades titulado *Instituto Fe y Secularidad (1970-1985) Memoria Académica Extraordinaria*. En dicha publicación se reflejaba con precisión el uso de la noción interdisciplinar aplicada al conocimiento.

alejadas de los procesos de comunicación y como pérdidas en un cuarto oscuro.

Pero, a mayor abundamiento, el debate pone sobre la mesa opiniones y enfoques diversos de los problemas y, lo que es si cabe más importante, la confrontación de discursos que normalmente las personas no hemos definido y tampoco tenemos muchas veces claro. Es el eterno debate entre las ideas (*con las pensamos*) y las creencias (*en las que estamos*) que distinguiera Ortega y Gasset (1967, pp. 20-24); porque no debemos olvidar que toda opinión y todo discurso tienen su *trastienda*. La cuestión estriba en ir descubriendo los significados de esa *trastienda* que muchas veces desconoce el propio sujeto. Cuando opinamos sobre algo siempre existen contenidos que he leído, algunos cercanos otros lejanos que no hemos objetivado, incluso que desconocemos en profundidad, pero que vertebran y determinan nuestros juicios y percepciones. Ese era el objetivo del seminario: debatir y dar luz a las posiciones discursivas de las personas que dan razón sobre algo y, en este caso, sobre la responsabilidad social en las empresas y la ética en un nuevo contexto histórico. Ello permitiría clarificar no solo la opinión sobre algún tema, sino el posible discurso que la soporta desde atrás.

La importancia de este doble intento es que permite derivar y proyectar los contenidos a la propia vida cotidiana de las personas, permitiendo definir un conocimiento más cercano y preciso del tema y los problemas que se estudian y debaten. Por todo ello, hablar de responsabilidad social y de la ética de las empresas no supone solamente explicitar una opinión o el resumen de un texto a debate, sino comenzar a establecer cuáles son los criterios, enfoques, modelos y comunicación desde los que se entiende eso de los *intangibles* aplicados a las empresas y organizaciones. Y ello significaría poner sobre la mesa ideas tan dispares como la ética, la historia, la naturaleza de lo que es una organización, la economía, el hecho

de la comunicación y la información, el lenguaje, los medios y la sociedad, etc. Seguir todos los debates, resumirlos, entresacar las principales líneas de opinión y contenidos y formularlas reunión a reunión permiten ofrecer con el tiempo líneas de debate y, lo que es más importante, las principales estructuras discursivas y disciplinares que emergen y se ponen sobre la mesa y sobre las que cabe analizar de una forma más general e interdisciplinar lo que supone la responsabilidad social y la ética de las organizaciones en el nuevo contexto de la globalización y la digitalización. Este es el principal objetivo investigador de este libro que, en el fondo, *expresa una necesidad que, en la actualidad, las Ciencias Sociales y también las Humanidades han olvidado frente a las presiones de un cientificismo mal entendido y peor aplicado.*

Como acabo de decir, el Seminario ha reunido durante estos años a profesionales de diferentes áreas, empresarios, investigadores, docentes universitarios, etc., y ha perseguido establecer un escenario plausible de debate que permita definir los contenidos sobre los que hablamos y fundamentar las condiciones de posibilidad del conocimiento que expresamos y que constituye, en buena medida, la base de nuestras opiniones y comportamientos, la lógica de nuestra investigación académica y eso que hemos dado en llamar la idea que tenemos del mundo y la realidad que nos rodea.

Resulta evidente que estamos hablando de un conocimiento fundamentalmente *doxológico* y no grandes edificios científicos; pero, a nuestro juicio, esos lenguajes –si hacemos caso a pensadores de la ciencia como T. Kuhn, G. Bachelard o P.K. Feyerabend–, están presentes en la propia investigación y, por ende, en la elaboración de Informes empresariales y programas docentes que determinan normalmente paradigmas y metodologías. Sin duda, en mayor o menor medida, toda opinión expresa un conocimiento que determina otros procesos en la reflexión donde la ética, la comunicación y el lenguaje cobran una especial presencia. Por

eso mismo y con independencia de las referencias citadas de otros compañeros, muchas de las disquisiciones y reflexiones que aparecen a lo largo de este libro son de nuestra exclusiva responsabilidad como autores; la deriva en la reflexión a diferentes cuestiones y la secuencia de conclusiones y relaciones temáticas que aparecen en cada capítulo son exclusivamente de los autores que firmamos este libro. Todo ello siempre con el ánimo de conseguir una visión más completa de los contenidos y ubicar con más precisión las metodologías y cuerpo teórico de fondo de los principales temas tratados que han estado presentes a lo largo de estos años de trabajo del seminario.

Estas circunstancias cobran especial importancia y protagonismo cuando observamos los profundos cambios sociales que se están produciendo derivados de la llamada nueva revolución industrial y el hecho, cada vez más acusado, de la necesidad de trasladar la ética y los valores a casi todos los rincones de nuestra vida cotidiana donde parece que se ha vaciado casi completamente de contenido. Sin embargo, y en el fondo, esa idea de trasladar la moral a las organizaciones y a los colectivos sociales para que no contaminemos el planeta y trabajen con honestidad no resulta tarea fácil; tampoco es una idea sencilla de entender habida cuenta de la falta de claridad y coherencia que observamos muchas veces en el conjunto de las instituciones y hasta en la propia política. Pero si ya resulta difícil hablar de ética cuando las personas vivimos inmersas en una mezcla de muy diversas matrices morales, más difícil todavía resulta hablar de ética en la complejidad de las organizaciones e instituciones sociales. La responsabilidad social y los intangibles expresan e introducen una nueva mentalidad en el universo corporativo demasiado ocupado del negocio y la reputación y eso no siempre armoniza con la moral, porque, por ejemplo, la idea de la *responsabilidad* choca muchas veces no con la intencionalidad de sus directivos sino con el *statu quo* de la

propia manera de comprender una empresa o una organización e incluso con la mentalidad de sus directivos y trabajadores y la propia estructura de los consejos de administración de las grandes compañías o los gestores de las propias instituciones públicas; todo ello porque quizá esta nueva mentalidad exige romper con la manera tradicional de comprender la propia organización y la vida de las personas.

2. Los temas: pluralidad de contenidos y complejidad en sus definiciones.

A lo largo de estos años el Seminario ha ido perfilando temas y posiciones (Ver Esquema 1), persiguiendo orígenes teóricos y determinando como un trabajo de equipo lo que puede estar detrás de los problemas y cuestiones no resueltas en estos temas de la ética, los valores y la responsabilidad social y siempre respetando las opiniones personales de todos e incluso de las diferentes posiciones teóricas o investigadoras que hayan podido expresarse.

De acuerdo a lo indicado en el Esquema 1, los temas tratados en el período inicial de 2004 a 2010 son de carácter general en la búsqueda de clarificar con mayor suficiencia lo que significaba la responsabilidad social y sus propias definiciones y relaciones con la ética, el valor, el gobierno corporativo de la empresa, etc. Por el contrario, desde del año 2011, se debatieron contenidos dirigidos a cuestiones con referentes más amplios como los efectos de la *Crisis de 2008 en la Responsabilidad Social*, lo que significan los *condicionantes* de la responsabilidad social y el efecto real de la globalización, la innovación tecnológica o las nuevas normativas de la Unión Europea, etc. Porque la realidad es que en los mismos debates hemos ido variando y extendiendo el significado de los *intangibles corporativos* a otros ámbitos de su gestión y comuni-

cación. Sí, por ejemplo, la finalidad de este segundo periodo era buscar las relaciones entre los valores implícitos en la responsabilidad social y la innovación que se impone de forma constante en el ámbito de las organizaciones.

Esquema 1
Relación de temas tratados

2004-2010
<i>Gestión ética</i> de las Organizaciones.
La <i>comunicación</i> de la Responsabilidad Social.
Los <i>conceptos</i> de la Responsabilidad Social.
El <i>Gobierno Corporativo</i> de las empresas.
Los <i>Grupos de Interés</i> .
Los <i>valores</i> en la gestión de la Responsabilidad Social.
La Responsabilidad Social frente a la <i>Globalización</i> .
La Responsabilidad en el <i>contexto digital</i> .
2011-2020
La Responsabilidad Social frente a la <i>crisis de 2008</i> .
<i>Nuevas relaciones</i> entre la empresa y la sociedad.
La empresa como <i>creadora de Valor</i> .
Los <i>condicionantes</i> de la Responsabilidad Social.
Los retos de la <i>globalización y la tecnología</i> .
Los efectos de la Directiva Europea 2014/95/UE
Los ODS en la Gestión y comunicación de la Responsabilidad de la Empresa

FUENTE: Elaboración propia.

Los *intangibles corporativos* de una organización asumen una enorme diversidad de contenidos y una complejidad en la gestión que no siempre cabe establecer con claridad. Por eso no deben extrañar las contradicciones y vacíos que se observan en el ámbito de las organizaciones y de los propios medios de comunicación a la hora de hablar de ética y deberes. Sin duda, el tema de la gestión y comunicación de los intangibles se han convertido en los últimos años en uno de los retos fundamentales, no solo en las grandes empresas sino en cualquier organización sea ésta de la naturaleza que sea; y estas cuestiones requieren enfoques interdisciplinares y no sujetarlos a otras estrategias que no pertenecen al conocimiento.

Por otro lado, la revolución digital y mediática y las nuevas exigencias de los contenidos aportados por las ciencias sociales han introducido formas tan diferentes de comprender la sociedad que nos hacen vivir en un *escenario* donde conviven diversas culturas y matrices morales que definen la naturaleza humana de modo contrapuesto e incluso contradictorio. ¿Cómo poder entonces comprender el valor y sus formas de ser gestionado en el seno de las organizaciones y poder objetivarlo en el contexto del comportamiento de las personas y los colectivos sociales? Realmente parece una tarea casi imposible.

Por todo ello, la reciente noción de *sostenibilidad* –aplicada a un contexto más amplio que la problemática ecológica o medioambiental definida en el Informe *Brundtland*– y la *gestión de intangibles*, se han convertido en los últimos años en cuestiones que afectan no solamente a los *valores y ética* de una compañía sino a lo que ésta supone respecto a su *percepción, reconocimiento social y comunicación pública*. Por motivos similares, la gestión de la comunicación, el posicionamiento de la marca o la naturaleza de las buenas prácticas que la organización desarrolla se han convertido en piezas clave para la gestión de la empresa como valor

y su relación con el entorno social y las personas, objetivos que se conectan y extienden más allá de la naturaleza del negocio o del sector donde opera la organización.

3. Los problemas: la introducción de una nueva forma de comprender el mundo

El verdadero problema que hemos observado durante estos años es que en el ámbito general de la sociedad existe una profunda contradicción entre el actuar de las personas en un contexto de fundamentalismo individual —*hago y digo lo que me mejor me parece en defensa de mi libertad y deseo inmediato*—, y lo que está protocolar y jurídicamente definido en un sistema dado que ya tiene establecidas sus formas de decir, hacer y gestionar. Muchas veces estas contradicciones conducen a una falta de funcionalidad respecto al conjunto de la estructura social y la proliferación de constantes errores y vacío de sentido.

Esta realidad que comento se observa en el universo de la política y la economía y en el conjunto de la vida cotidiana. La globalización y la digitalización de la vida transforman en universal lo que supone tan solo el gesto puntual de un sujeto. Por ejemplo, la *viralidad* de la sorpresa, oportunidad, ocurrencia, exceso, etc., de un video o un tuit convierte un dicho o comportamiento político, por muy ridículo que éste sea, en algo que se repite y difunde. Y todo ello en favor de una mal entendida libertad individual que se convierte en colectiva o se respalda con una de las nociones más vacías de contenido, pero también más utilizadas: *el pueblo* (Fernández Mateo, J., 2011). En este tema los Medios de Comunicación expresan su mayor irresponsabilidad al respecto. Esta realidad se ha extendido al conjunto de la sociedad y profundiza en las contradicciones que acabamos de comentar; realidad que se ex-

presa en las nuevas herramientas expresivas de las redes sociales, en los comentarios y actuaciones de los políticos y en las nuevas exigencias que se superponen al universo corporativo en su conjunto. Este problema expresa una contradicción de base entre el sujeto y la realidad social establecida que se ha convertido en estructural y distorsiona todos los escenarios de la vida pública y, en concreto, los modos y formas del decir (lenguajes) y del hacer (modelos, gestión) de las empresas y organizaciones. Esta situación de disloque que permite a un alto responsable de un gobierno o un relevante líder social decir una sarta de tonterías sin que pase absolutamente nada está llevando a situaciones de graves imprudencias y contradicciones en la gestión política y económica y, lo que es más grave, a un progresivo vaciamiento moral de la realidad que se objetiva en el día a día de las personas.

Frente a este contexto han sido las grandes empresas –con un éxito muy discutible–, las que han intentado definir cambios y desarrollado nuevas formas de gestión, que permitieran la aplicación y proyección de los intangibles en los procesos de posicionamiento de las organizaciones en la sociedad. De conseguir este objetivo el papel de las grandes organizaciones convertiría a éstas en los héroes de la *postmodernidad* (Fernández Mateo, J., 2014). Sin embargo, la realidad de lo que ha sucedido es mucho más opaca y no siempre parece que los intangibles –y consiguientemente lo que éstos significan cuando se relacionan con los valores, la marca y su propia comunicación–, hayan sido capaces de ir más allá de ser unas nuevas categorías, a veces muy *superficiales* y con falta de contenido, de las muchas que se producen en el complejo ámbito corporativo y comunicativo; una nueva *commodity*, expresión de la falsa adaptación que el universo corporativo ha definido como respuesta, –incluso retórica–, a la realidad de los cambios y las exigencias sociales. Por eso mismo nos parece importante poner sobre la mesa esa preocupación tan extendida en un nuevo término de

indudable impacto, la *sostenibilidad*, con el fin de entresacar, en la medida de lo posible, cuáles están siendo los obstáculos con los que se enfrentan las compañías en su gestión y comunicación de ese nuevo intangible, y cuál es el fundamento de dicho término desde el punto de vista de los valores y, en definitiva, de la propia ética.

En el fondo, lo que la ética supone en el contexto general de las organizaciones e instituciones sociales nos conduce a innumerables preguntas: ¿por qué después de casi dos décadas la sociedad –y las propias organizaciones–, reconocen que la globalización y la revolución digital a ella asociada no parece haber asumido lo que significan y exigen los intangibles a la hora de transformar las compañías en valores reales para la sociedad más allá de cambios retóricos y comunicativos que apenas son entendidos por las personas y los ámbitos sociales donde operan aquellas?; más todavía: ¿cuál es la situación de la sociedad donde los cambios producidos han generado más contradicciones que claridad en lo que significan las organizaciones y su conducta respecto a los propios ciudadanos y la percepción de éstos respecto aquellas? Con la ética y la sostenibilidad y todo el conjunto de contenidos relacionados con los intangibles y la propia responsabilidad social se ha introducido y consolidado toda una nueva mentalidad, todavía muy inmadura pero sin duda relevante en relación con los fundamentos de un futuro cercano.

A nuestro juicio, el Seminario adoptó el compromiso de ir contestando poco a poco a este conjunto de cuestiones y a los diversos temas derivados porque, sin duda, han existido en el seno de las organizaciones no pocos obstáculos que siguen sin clarificarse y menos todavía definirse y que, de hacerlo, sin duda podrían ayudar a las empresas y organizaciones a discernir dificultades y ubicar su *propósito* como organización en un contexto donde la mejor intencionalidad puede encontrar el mejor retorno en términos de una *percepción ética del valor*.

Después de todo este tiempo hemos recogido un abundante material y observado que falta una cierta síntesis o vertebración de las cuestiones y obstáculos que siguen perviviendo en las organizaciones cuando piensan y gestionan intangibles y que, de no superarse, esa idea del cambio a mejor que tanto se asocia a esto de la ética y la nueva empresa del futuro no dejara de ser un espejismo o un *trampantojo* que va perdiendo creatividad e incluso utilidad para las propias organizaciones. Faltan ideas centrales que vertebran los problemas y, dicho con toda la humildad, *ese es el fin último de la presente publicación*.

El texto se estructura en torno a un conjunto de temas fundamentales y persigue ofrecer al mundo de la investigación y la gestión con la mayor claridad posible lo que, a nuestro juicio, se deriva del proceso de la sostenibilidad e implantación de los intangibles (en su origen más especialmente la responsabilidad social) en el universo corporativo de una sociedad digital y globalizada. Unas páginas que expresen lo que ha supuesto el trabajo, la lectura y la investigación a lo largo de estos últimos años, que ayuden en la definición de cuestiones y problemas, muchos de ellos todavía no resueltos.

Si echamos un breve vistazo a esta última década en relación con las nuevas circunstancias producidas por la introducción de los intangibles (el valor, la ética, la comunicación, la marca, etc.) y especialmente de la responsabilidad social en la gestión de las grandes organizaciones podemos ver más dificultades y contradicciones que avances reales; parece, incluso, que hemos vivido momentos de obsesión por temas y preocupaciones ciertas, pero que, al final, ante la falta de comportamientos reales convertimos todo en solo conceptos y a éstos en etiquetas y tópicos que se vacían de significados precisos. Por ejemplo, desde el principio del milenio en el mundo de la comunicación se investigaba con la obsesión de que la televisión y los medios audiovisuales cambiaban los hábitos

de las personas, y a los pocos años se volcó el interés en el dominio de la digitalización, y desde hace todavía menos tiempo en el valor exclusivo del dato y su cuantificación. Hoy todas estas cuestiones confluyen en la necesidad –imperativa desde el punto de vista de los límites del planeta, pero confusa en aplicación práctica–, de ser *sostenibles en todo*.

Pero debemos despejar obsesiones porque, con estas obsesiones, la sociedad solo ha sido capaz de generar más errores que aciertos, porque no ha superado la cuestión de las etiquetas y no está siendo capaz de liberar a las personas del *poder instrumental* de los medios, las equívocas nociones de *reputación* y *sostenibilidad* de la gestión y *la confusión permanente del dato con los hechos*; es decir, lo que ya escribí en otro lugar: *convertir las nociones en algo lleno de vacío* (Benavides Delgado, J., 2010). La investigación requiere de un tiempo y reflexión que debe ir más allá de las inmediatas conclusiones; una reflexión que parece, además, ser evitada por el vértigo de los cambios. Precisamente este hecho fue constatado en el seno del Seminario después de ver el propio debate y las conclusiones alcanzadas: se requería un tiempo que parecía desaparecer ante los nuevos retos que en el día a día se estaban poniendo sobre la mesa.

Dicho todo lo que antecede, de acuerdo al Esquema 2, el presente libro desarrolla cinco áreas fundamentales de problemas donde entendemos se gestiona la responsabilidad y el quehacer de la organización: la *ética*, lo *digital*, el *gobierno corporativo* y la *comunicación*; y todo ello en el nuevo contexto de la *globalización*. Estas cinco áreas fueron al final los principales ámbitos de preocupación y son el eje central del presente texto; pero no resulta nada fácil clasificar y jerarquizar los temas y los propios contenidos. Creemos que la globalización y la revolución digital están en la base de la mayoría de las transformaciones producidas y en el modo en el que la responsabilidad social se introduce en el

ámbito corporativo, pero la cuestión del *gobierno corporativo* y su comunicación ha sido tan decisiva o más a la hora de proporcionar modelos y formas de gestión. Pero, por otro lado, sobre todas estas cuestiones se sitúan la propia ética, –centrada en el problema de la verdad o en su exclusivo uso instrumental–, y la pérdida progresiva de lo que significan los valores del ser humano en el nuevo contexto digital y globalizado. Dos cuestiones de fondo que muchas veces se dejan sin atender.



FUENTE: Elaboración propia.

Todo este conjunto de discursos disciplinares emergentes, normalmente poco definidos y menos debatidos, atienden a estas áreas que entiendo han ocupado nuestras preocupaciones sobre el gobierno corporativo, la ética y la comunicación. De hecho, la responsabilidad social es la expresión más clara de que la sociedad exige en su conjunto una definida honradez y una idea del comportamiento moral de las organizaciones en lo que afecta a todos; el problema es que la sociedad carece de los referentes y contenidos necesarios y no puede menos que vivir en ese estado de contra-

dicción, opacidad y conflicto permanente entre la indiferencia y el enfado. La sociedad no tiene criterios unificados de cómo entender la ética y menos todavía su gestión en las organizaciones, así como su forma de comunicar y estar en los medios de comunicación; y ese conjunto de problemas expresan otros problemas de nivel global que, hoy por hoy, apenas están definidos cuando, además, emergen las exigencias de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

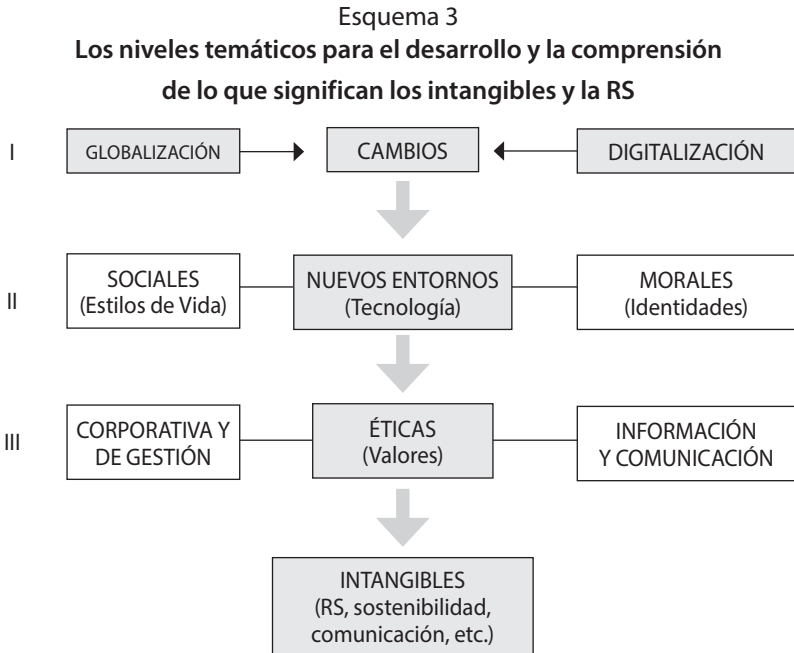
En efecto, y de acuerdo con lo indicado en el Esquema 2, los intangibles ponen en relación muchas áreas disciplinares que en los modelos anteriores de la empresa tenían difícil encaje; por ejemplo, la responsabilidad social integra disciplinas y contenidos que hasta hace unos pocos años se mantenían distantes o fuera de contexto³. Por utilizar un concepto de la antigua empresa, las disciplinas vivían en *silos separados*, situación que queremos romper en el presente libro. Los planteamientos de la responsabilidad social expresaban una nueva idea del mundo que perseguía de una forma cada vez más clara *nuevos contenidos y discursos muy interdependientes*; nuevos ámbitos y lenguajes que se iban generando desde la globalización y la digitalización de la vida y que requerían la *intervención permanente* de las diferentes disciplinas de las Ciencias Sociales.

Por todo ello y a modo de simple indicación y para mejorar la comprensión del texto hemos introducido en el libro dos aspectos formales expresados en textos enmarcados y en el tamaño de la letra utilizada. Una primera indicación en pequeñas tablas con

3. Merece la pena indicar que la Doctrina Social de la Iglesia (DSI) llevaba años ocupándose con interés más o menos acusado del tema de la sostenibilidad y el medio ambiente pero en circunstancias muy fuera de contexto. Son circunstancias que explican con claridad la naturaleza interdisciplinar de las principales cuestiones tratadas. Los problemas relacionados con los ODS redundan en este sentido. Ver, a este respecto el reciente trabajo de J. Tatay (2018) *Ecología integral. La recepción católica del reto de la sostenibilidad*, BAC, Madrid.

afirmaciones que expresan posibles conclusiones del seminario o derivada de los propios autores citados; y una segunda, en el tamaño de letra utilizado, concretamente dos tipos de letra. En el fondo, esta segunda indicación –ya utilizada por muchos autores en otras muy diferentes disciplinas–, expresa dos tipos diferentes de lectura: una primera lectura que vertebrata el texto y una segunda más transversal que puede ayudar a un mayor esclarecimiento de la verdad de lo que se está hablando y las relación que cabe establecer con otras disciplinas, cuestiones teóricas o enfoques metodológicos. En el fondo esta doble lectura es lo que exige la interdisciplinariedad y el proceso investigador que he llevado en la dirección del seminario durante todos estos años.

Comentado todo lo que antecede en el Esquema 3 se resume lo que es el fondo temático y de contenido de la responsabilidad social y del conjunto de los intangibles; es decir, el eje vertebral del libro. Estoy hablando de los problemas que se ponen en relación y que vertebran el contenido de los debates que hemos mantenido a lo largo de estos años y que vamos a procurar esquematizar y desarrollar en alguna medida a lo largo del presente libro. Como se puede observar en el Esquema siguiente la relación de temas y problemas es muy extensa y compleja; nosotros la resumimos para mayor claridad en tres fundamentales niveles. Un primer nivel que define los cambios producidos por la globalización y la digitalización (Capítulos I y II), un segundo nivel que versa sobre los efectos de estos cambios producidos en los entornos sociales y personales, lo que afecta fundamentalmente a los comportamientos (tanto corporativos como individuales) (Capítulos III, IV y V) y un tercer nivel que desarrolla el enclave de los intangibles, –y de la Responsabilidad Social en su sentido estricto– en el ámbito de todo el conjunto general de los problemas que se han venido planteando. En el fondo, el Capítulo VI viene a ser un conjunto de Conclusiones abiertas hacia el futuro.



FUENTE: Elaboración propia.

De acuerdo a lo que se indica en el Esquema 3 el eje vertebral de la responsabilidad social –en el que como intangible se incluyen otros muy diversos valores–, viene determinado por los cambios y los entornos derivados de la Globalización y la Digitalización de la sociedad, y su impacto más protagonista es la Ética. En efecto, el debate sobre la responsabilidad social se extiende a muy distintas áreas de conocimiento y conviene, sin ánimo de ser exhaustivo, determinar las fronteras y las áreas de contenido específico; sobre todo si deseamos clarificar los determinantes que sufre la gestión y aplicación de la responsabilidad social cuando observamos que apenas se cumple. Nadie duda de que este conjunto de contenidos convierte al investigador en universal y esta realidad es del todo imposible en la actualidad, pero debe asumir esta necesidad que

en las Ciencias Sociales y las Humanidades se está convirtiendo en la obligación interdisciplinar del equipo y el intercambio: de lo contrario se impondrá en estas áreas de conocimiento que gestiona la universidad en un cientificismo vacío y aislado de la preocupación real: el futuro de una sociedad más justa y una noción de ser humano más completa y profunda.

A modo de adelantado resumen me veo obligado a comentar una última cuestión que sirve de ejemplo de esa dificultad a la que me acabo de referir. En la actualidad las personas vivimos en una especie de conflicto entre al menos dos *opuestas formas de hablar* sobre el entorno en que viven; dos maneras que lejos de acercarnos unos a otros a veces nos separa más y más sin darnos cuenta; una especie de ruptura entre dos ámbitos de comprensión que evitan en buena medida una línea de consenso, una mínima moral – como indican muchos autores–, que parece cada vez más difícil de alcanzar dado su antagonismo.

Esquema 4
**Diferentes formas de comprender y expresar los
 acontecimientos hacen vivir la sociedad en un contexto
 de equivocidad y permanente contradicción**

CONVIVEN DOS EJES DE LENGUAJES OPUESTOS EN FORMA Y CONTENIDO	
1. Lo legal	1. La ética
2. La información	2. La comunicación
3. La simplificación	3. La complejidad
4. Los datos	4. Los códigos
5. La eficacia	5. La incertidumbre
6. La lógica	6. La creatividad relacional
7. El espacio/tiempo en el conocimiento.	7. Nuevas condiciones de posibilidad del conocimiento

FUENTE: Elaboración propia.

De acuerdo al Esquema 4, estas dos formas de hablar y utilizar las opiniones expresan un conflicto que experimentamos todos, tanto en la realidad de la vida cotidiana de las personas como en la vida en la política, en la economía y los medios de comunicación.

Como ya se debatió en el seno del Seminario (Benavides Delgado, J., 2016, pp. 248-249), a nuestro juicio, *la globalización ha potenciado el "polimorfismo del conocimiento"; esta cuestión afecta directamente a la RSE como productora y gestora del conocimiento de las empresas organizaciones ... Lo más interesante es que esta mezcla de niveles es la que expresa ese polimorfismo del conocimiento que estamos actualmente viviendo; un polimorfismo que conlleva, al menos, tres consecuencias inmediatas (Martín Morillas, A.M., 2014): primero, que las formas de pensar expresan racionalidades que siempre están en movimiento cognitivo; segundo, que esta movilidad se inserta en la movilidad del propio lenguaje que soporta el conocimiento; y, por último, que la movilidad del lenguaje se inserta en la movilidad de las propias culturas a nivel planetario. A nuestro modo de ver, esto de la movilidad cognitiva debe tener una importante presencia en esto de la ética y la gestión de la RSE y muy probablemente es la que produce tantas paradojas y contradicciones no solo en la vida de las organizaciones a nivel mundial, sino en la propia vida de las personas. Precisamente por eso es imprescindible indicar en algún momento las diversas metodologías o enfoques que están detrás de algunas afirmaciones lo que permitirá diferenciar aquellos ámbitos cognitivos que el digitalismo ha contribuido a relacionar y potenciar con distintas racionalidades y metodologías que se integran en marcos culturales específicos, cuyos paradigmas dominantes jerarquizan y determinan el protagonismo de unas racionalidades y ámbitos de comprensión de la realidad sobre otras.*

Muchas veces esas circunstancias de conocimiento impiden que la sociedad avance y no pueda plantearse soluciones equitativas a los graves problemas que formula la globalización como es la geo-estrategia, la emigración, los nacionalismos e ideologías redefinidas y los diferentes conflictos medioambientales, comerciales, sociales, etc. que a todos nos afectan porque expresan en el fondo el futuro sobre el que hay que pensar desde las Ciencias Sociales con detenimiento y puntualidad y no el retorno a un pasado no deseable de una especialización científica poco adecuada de la que ya he hablado hace apenas unos párrafos.

El fundamentalismo del individuo y los residuos institucionales y de pensamiento de la Modernidad están provocando la utilización de lenguajes diferentes que contradicen y dificultan la comprensión sobre la realidad de lo que sucede, provocando la pluralidad de significados, una pérdida progresiva del sentido de lo que se dice y una falta de propuestas de solución a los problemas.

Por eso la *responsabilidad social* fue tan importante al principio porque en el fondo introdujo sin apenas decirlo –incluso probablemente sin saberlo nadie–, todo este conjunto de cuestiones en el universo corporativo; lo que parecía una cuestión de ética se fue convirtiendo en una cuestión de cambiar una idea del mundo por otra. El problema de la *responsabilidad social* es que ninguna empresa y menos todavía las instituciones públicas han sabido redactar un documento capaz de expresar lo que todo esto significa para las organizaciones o han sido incapaces de hacerse entender ante unas generaciones que hablan de otra forma; ya tendremos ocasión de reflexionar sobre este tema. Incluso más, la *responsabilidad social* apenas se introduce en el escenario de las pequeñas organizaciones y tampoco de las pequeñas microempresas, tarea que en este momento ya estamos debatiendo conjuntamente con el tema de los ODS.

Pero los intangibles expresan, además, otras muchas rupturas que afectan a los modelos de investigación y comunicación y a las propias formas de comprender el propio universo corporativo de empresas y organizaciones y, con ello, las formas de gestión, nuevos sistemas productivos y de consumo y los modelos de negocio. La sociedad se encuentra ansiosa y desorientada en el conflicto de tener que asumir todo un conjunto de nuevas formas, hábitos, lenguajes, proyectos, modelos de emprendimientos, etc. sin saber muchas veces que esos nuevos enfoques y perspectivas afectan a sus modelos de vida y a las formas de percibir y comprender la realidad, que afectan a toda una nueva forma de ver y comprender un mundo que todavía es nada y que está por hacer.

Por todo ello resulta imprescindible poner en relación la *responsabilidad social* con una *ética globalizada que no está definida y probablemente poco pensada* en ese nuevo *contexto de lo digital* que está casi cambiando absolutamente todo; porque, en efecto, la responsabilidad social –con su idea inicial de la *responsabilidad y ahora con la reciente idea de sostenibilidad e incluso sostenibilidad corporativa*–, parece que se ha posicionado como uno de los ejes vertebrales a la hora de comprender lo que significan y aportan a la sociedad las empresas y organizaciones pero los cambios y el eje vertebral de todo ello implica al conjunto de la sociedad. En efecto, los nuevos ámbitos digitales han construido espacios de información, relación y formatos de comunicación que cuestionan incluso la propia comprensión de las personas y los colectivos sociales, sus modelos de comportamiento y, lo que es si cabe más importante los propios contenidos disciplinares en los procesos formativos y educativos, convirtiéndolos en contextos progresivamente interdisciplinares y transversales. La necesidad de la ética no es algo casual sino consecuencia necesaria de una realidad contradictoria y en muchos momentos disparatada. Estas circunstancias nos obligan, aunque sea de una forma resumida y casi esquemática, a observar a lo largo de los capítulos los orígenes y aportaciones que las Ciencias Sociales llevan realizando durante muchos años y que pueden explicar muchos de los fundamentos de estos problemas.

En un escenario social de dispersión y contradicción la responsabilidad social ha sido una de las herramientas que ha procurado con un éxito muy discutible objetivar la realidad de las personas y los colectivos sociales para introducir el hecho de pensar sobre la ética y los valores en el contexto del universo social y corporativo que se sitúa a distancia de lo puramente individual.

Por otro lado, los nuevos modelos –y en concreto la idea de sostenibilidad, que puede ser introducida con más facilidad en las

organizaciones gracias a la estructura comunicativa de los ODS—, inciden en las estructuras corporativas de cualquier organización. Sin embargo, hace falta preguntarse cuáles están siendo las nuevas formas de gestión que se procuran aplicar y cuáles son las dificultades que se derivan; y especialmente los retos que, de no definirse con claridad, pueden dejar todos los esfuerzos en un conjunto de buenas intenciones vacías de contenido y, lo que es peor, sin las *condiciones de posibilidad* que las pueden hacer realidad. Por ello mismo, nos parece imprescindible ubicar los límites que tienen las propias organizaciones y las personas y que impiden el cambio real que se está demandando. Son un conjunto de dificultades que, desde hace tiempo, venimos observando y que entendemos deben ser precisadas con la mayor claridad posible. La realidad social, los medios de comunicación, las industrias culturales y la política están sumidos en un conjunto de contradicciones que los convierten realmente en la *caja de pandora* de la que emerge la manipulación, la falsedad y otro conjunto de horrores que son los que protagonizan las estructuras informativas que los propios medios de comunicación construyen en la vida diaria de las personas.

Por último, no queremos dejar de repetir al lector que el presente texto es un documento de trabajo; el producto de una actividad puramente interdisciplinar y de equipo en sí mismo, el texto es una investigación académica que reúne diferentes aportaciones y también desde distintos enfoques disciplinares y metodologías. Como ya he indicado, el eje directriz de los contenidos y sus conclusiones que se han trabajado a lo largo de los años, son de nuestra exclusiva y directa responsabilidad, pero beben en su origen de los debates y reflexiones de las reuniones y las lecturas de libros y documentos. Dada la naturaleza de lo que significa un documento de trabajo recuerdo al lector que realice las dos diferentes lecturas del libro que ya he comentado hace unos párrafos; dos lecturas que se distinguen por el propio tamaño de la letra:

una primera lectura que expresa el eje vertebral de los contenidos del libro y una segunda lectura más analítica donde se establecen relaciones disciplinares con las cuestiones tratadas. Estos párrafos más analíticos pueden dejarse para momentos puntuales en la profundización de algunos otros temas pero seguro que ayudarán a la mejor comprensión de los contenidos tratados. Esperamos que esta distinción de lectura permita una mejor comprensión del conjunto de las cuestiones tratadas y las propuestas que hacemos en determinados momentos. Estos recursos permitirán al lector, – aunque se encuentre alejado de su disciplina–, comprender mejor alguno de los problemas desarrollados, y, en su caso, profundizar en otras lecturas en esa búsqueda de lo que *epistemológicamente* se sitúa siempre al amparo de las opiniones y de la propia investigación realizada.