

El Foco

Responsabilidad social: de la actitud al comportamiento

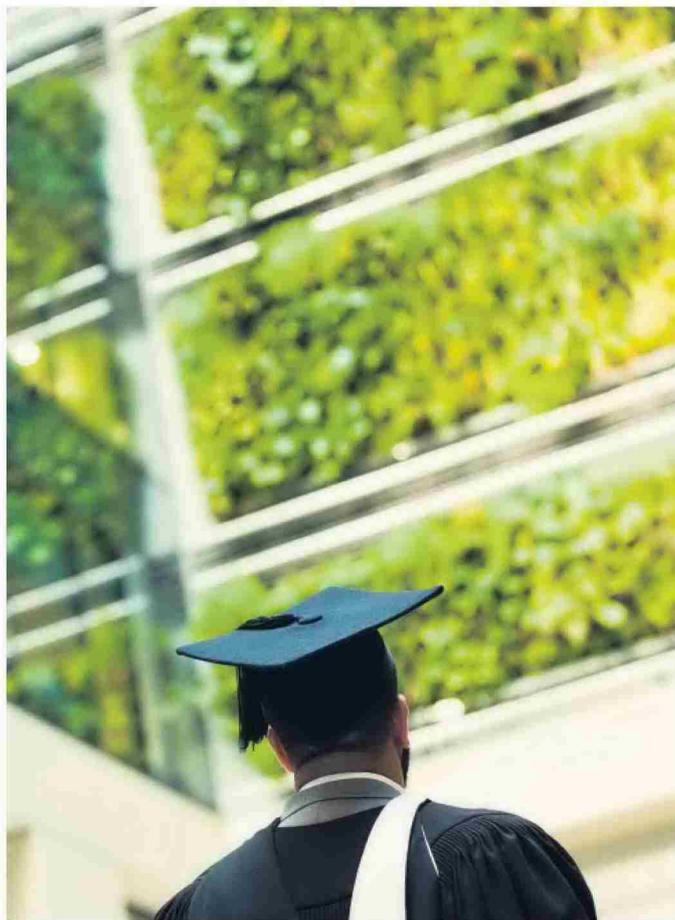
La universidad debe impulsar los valores en la política y la empresa, de cara a conseguir los objetivos de sostenibilidad

Juan José Almagro *Profesor doctor de la Cátedra de Ética Económica de la Universidad Comillas*

La única forma de contribuir al cambio es no resignarse, escribió Ernesto Sábato, y eso parece haber decidido las cátedras de responsabilidad social (RS) de las universidades españolas reunidas en los primeros días de diciembre en la sede de UNIA (Universidad Internacional de Andalucía), en La Rábida: proponer soluciones alternativas y complementarias que en ámbitos especializados (cátedras y expertos en RS y sostenibilidad) aporten el olvidado parecer de la academia a un proceso de desarrollo sostenible que, por su naturaleza holística y la importancia de sus propuestas, no puede agotarse en 2030. El desafío es demasiado grande como para dejar solo en manos de los políticos el cumplimiento de los compromisos que han adoptado los Gobiernos. Hoy más que nunca se impone el diálogo, la negociación, el acuerdo, el trabajo conjunto y, desde un creciente cosmopolitismo, la firme convicción de que todas las personas debemos ser protagonistas y partícipes de nuestro futuro porque, como Kant nos enseñara, hay que "pensarse a la vez como ciudadano de una nación y como miembro de la sociedad de ciudadanos del mundo."

Vivimos ya la nueva Era de la Responsabilidad Social, y los ODS y la lucha contra el cambio climático son nuestro inexcusable horizonte común. Sabedores de que los Gobiernos solo impulsarán este proceso si no tienen otra opción, alzamos nuestra voz para reivindicar la necesidad de líderes que vayan más allá de las jerarquías. Con honestidad intelectual, creemos en el poder transformador de la educación desde el ámbito familiar, los colegios e institutos, los centros de FP y, especialmente, desde la universidad. Estamos convencidos de que liderar es educar, pero "la universidad tiene que echarse a la calle para compenetrarse con el pueblo y vivir con él", como pedía -hace casi un siglo- Miguel de Unamuno. Ha llegado la hora del cambio: además de capacitar, de educar y de fomentar el estudio y la investigación (inexplicablemente, la gran asignatura pendiente que garantizaría el retorno a la sociedad), la universidad -socialmente corresponsable- tiene que ser, desde la independencia, la conciencia cívica, ética y social de los ciudadanos, impulsando y apoyando sin excusas cuantas acciones persigan el bien común, es decir, la satisfacción de las necesidades humanas.

Y ese bien común llamado educación debería convertirse en un objetivo estratégico en el mundo digital que estamos viviendo. Lo sabemos: solo desde la cultura y el conocimiento, además de formarnos como profesionales, seremos más sabios, más libres, más justos, más humanos y mejores ciudadanos. Invertir en educación es construir el futuro y la universidad debe liderar esa ingente tarea y comprometerse



GRITTY IMAGES

en su consecución. Desde las universidades debería trabajarse para encontrar "nuevas fórmulas de consenso social", en palabras del papa Francisco, y recuperar/ensayar/enseñar modelos de alianzas público-privadas que, desde la cooperación, contribuyan al desarrollo y sirvan para acabar con la corrupción y la desigualdad que se han instalado entre nosotros.

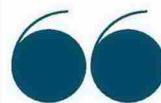
En el tiempo de lo que se ha llamado *capitalismo de la vigilancia*, que protagonizan las multinacionales del mundo digital, hay que volver a la recuperación de los valores, de la ética limitadora de los descontroles, a la mejor educación, que debe liderar el cambio huyendo de privilegios, y la universidad debe descubrir ese camino y acompañar/ayudar durante ese proceso a los poderes públicos para conseguirlo. Porque las leyes no bastan para encauzar todo este proceso;

en definitiva, las normas nunca resuelven por sí mismas los problemas y tan solo apuntan la solución para los conflictos en los que puedan aplicarse. Hay que aprender a gestionar, de nuevo, empresas, instituciones y organizaciones; y hacerlo basándose en valores, no en títulos-valores, con el adobo de mucha ayuda educativa y no pocas inyecciones de virtudes cívicas.

Estamos convencidos de que las empresas o las instituciones no son malas en sí mismas. Son malas cuando transubstancian mal; las buenas transubstancian bien, antes, durante y después de las perennes crisis: crean buena cultura, los vicios individuales se convierten en bienes colectivos, el propósito en acción y compromiso, la debilidad en fuerza, las palabras en hechos y el ejemplo en santo y seña. La nueva ética de los negocios demanda que las palabras no se conviertan

en retórica, ni el bien común en ambiciones personales, y exige el buen ejemplo de los dirigentes. La universidad debería promover transversal y curricularmente el estudio y la enseñanza del comportamiento ético y ciudadano (aprender y compartir valores) y su aplicación en el diario quehacer y en el porvenir de las organizaciones; aplicando, además de transparencia, metodologías que refuercen el espíritu crítico.

En el ámbito universitario tampoco puede olvidarse que la palabra es el mayor bien que posee el hombre. La función ontológica del lenguaje (que Heidegger nos enseñó) está siendo arrinconada, olvidada y también dañada por los mercenarios y los influencers de los intangibles, protagonistas y autores de la avalancha de falsas comunicaciones instrumentales (incluidos símbolos y trampantojos) que -cuando hablamos de sostenibilidad o RS- padecemos y a la que la universidad debe poner remedio con rigor (taxonomía) y criterio. Cuando hablamos de sostenibilidad o cambio climático, de nuevo importan más las apariencias que los contenidos y, salvo honrosas excepciones, se ha



En el tiempo del 'capitalismo de la vigilancia' de las grandes tecnológicas, hay que recuperar la ética limitadora de los descontroles

hecho demasiado poco. Muchos creemos que los ODS se han convertido en *commodities*, en productos que se comercializan en función de las apetencias de los mercados, de las *ocurrencias* de los consultores y de las necesidades políticas o empresariales de cada día.

Hay que trabajar *estilo olivar* (dando frutos sin hacer ostentación de flores) y a largo plazo, y los políticos deberían olvidar que las elecciones son cada cuatro años. Pensemos todos en las próximas generaciones y actuemos en consecuencia. "Se miente más de la cuenta", decía Machado, y la universidad debe hacer autocrítica profunda, como deben hacerla las empresas y los Gobiernos. Y, trazada la nueva ruta, ponerse a la tarea de la reconstrucción. Las universidades pueden y deben ser referentes y líderes en acción, prácticas y modelos, dando ejemplo a las empresas, a los Gobiernos y a los ciudadanos; recuperando la confianza de los jóvenes porque el futuro les pertenece. Ese es -el de todos- nuestro obligado compromiso.