

RSE y el partido

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver, en buena medida, con tomar partido y esto solo ocurre cuando, quien decide actuar, queda claramente identificado en una posición desde donde puede marcar -o ayudar a marcar- un tanto a favor.

Una de las características de la RSE es la de tener el vínculo con la comunidad –dividida en cada uno de los grupos que la conforman- a través de los problemas que involucran a las partes. Si bien es cierto que hay vías de vinculación donde el lazo está centrado en las necesidades, cuando se trata de RSE es porque esa necesidad -si no es satisfecha- se transforma en un problema.

El trabajo en torno de los problemas comunitarios tiene dos grandes accesos; se enfrentan los problemas para resolverlos o se enfrentan a las causas para evitarlos. Los problemas se resuelven, y se reparan sus consecuencias; o bien se previenen y se evita que lleguen a presentarse.

Para lograr ambos cometidos siempre es necesario tomar partido. Elegir estar del lado que se considera correcto; y, cuando se toma la decisión, hacerlo con pasión y energía. Características necesarias para lidiar con todo tipo de problemas.

Para tomar partido, para comprometerse con una causa, con un problema que se está presentando o con uno que conviene que no lo haga nunca; hay dos herramientas complementarias y multiplicadoras: la acción y la comunicación.

La acción, si bien no presenta una gran incógnita ni oculta un misterio por revelar, tiene algunas claves que conviene tener en cuenta. La primera es que actuar no significa suplantar al otro. La tentación natural es la de tomar la iniciativa y resolver el problema sin demoras; entre la que se encuentra la demora que significa entrenar al otro sobre lo que se va a hacer. Sobre lo que corresponde -y conviene- hacer. Aunque no parezca, aunque no suela ser reconocido, estamos ante un grave error.

Suplantar al otro frente a un problema es no dejarlo preparado para gestionar; ni el problema si se llegara a repetir, ni la solución que le llegó “como por arte de magia”. Suele ser la opción que más conforma a quién la lleva a cabo; pero esto ocurre principalmente por no tener en cuenta al otro. Aunque no parezca que sea así, es lo que suele ocurrir. Quien tiene un problema, una preocupación... no busca un regalo, busca ayuda. Ayuda sostenible.

La ayuda es sostenible, en tanto y en cuanto quien la reciba quede en condiciones de repetir el proceso que lo sacó del problema. La ayuda es sostenible si hubo un aprendizaje que le permita contar con independencia a quien puede estar nuevamente afectado por el problema para no regresar a la situación indeseada. Si esto no ocurriera, en vez de ayuda habremos logrado un rehén. Si la ayuda genera dependencia no es ayuda.



Comunicación como acción

La otra herramienta es la comunicación. Herramienta que potencia y que sirve como disparadora para la acción.

La comunicación sirve para tomar partido y quizás sea esta característica la que, a veces, lleva a ser confundida con la acción.

En términos de compromiso comunitario, lo que transforma a la comunicación en acción es cuando se utiliza para transmitir la forma de resolver un problema, cuando comparte el camino que permite que se diluya una preocupación porque sabremos cómo evitarla.

La comunicación es una herramienta muy potente, habiendo alcanzado un grado de desarrollo avanzado como para limitarnos a usarla para declamar que entendemos a quienes tienen un problema y les deseamos suerte. Mucho peor es poner la comunicación para mostrar el problema, poniendo en evidencia los problemas que tratamos de evitar, y ayudando a que la frustración que sentimos sea mayor y tome estado público.

En estos días, la película "Nadie Gana" protagonizada por Lionel Messi y producida por la Fundación Leo Messi "Elegí Crecer" y la Municipalidad de Rosario es un buen ejemplo. Comienza con un primerísimo primer plano de un ojo del que sale una lágrima que recorre el párpado para pasar a mostrar imágenes crudas de las distintas situaciones violentas relacionadas con el fútbol que se repiten en los estadios. Cuando la imagen vuelve al protagonista se ve a Messi enjugando sus lágrimas en un vestuario vacío. Sobreimprime la frase "Nadie Gana. Hagamos juntos un mundo sin violencia" y el cierre institucional con los logos de la Fundación y el Municipio.

Al mérito del compromiso que demuestra Messi con esta comunicación se opone la forma de utilizar la comunicación.

Messi es, en buena medida, el equivalente del fútbol mundial. Es uno de los pocos soles alrededor de los cuales gira todo el universo fútbol. Se supone que Messi es una de las pocas personas que tiene los teléfonos -y el acceso- para llamar a quien sea necesario para saber cualquier cosa relacionada con el fútbol, y para pedir los cambios que considere necesarios. Messi es considerado una suerte de semiDios capaz de lograr lo que ningún mortal común siquiera podría soñar; para emocionarnos y hacernos partícipes de sus logros increíbles.

Los líderes de opinión, las celebridades; tienen un compromiso social que consiste en sostener la ilusión que despiertan en la comunidad, y poner toda la potencia que eso significa para que funcione como estímulo de avance y mejora para la comunidad de la que forman parte.

Si Messi llora por lo que pasa en el fútbol, ¿qué nos queda a nosotros? Si quienes se encuentran desolados por la violencia en el fútbol ven que Messi está en la misma situación, ¿qué chances de cambio y mejora se pueden imaginar?

La comunicación funciona entre 2 actores; quienes emiten y quienes reciben. Si el receptor no es tenido en cuenta, si la comunicación solo se genera para dejar tranquilo y contento a quien la emite, si no se transmite nada que le sirva al otro se desperdicia una herramienta de mucha potencia.

Cuando uno decide tomar partido -a través de la comunicación- lo conveniente es jugar para el equipo. Es la forma que asegura obtener los mejores resultados.

*fernando@solariScope.com