

RSE y la disposición

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la búsqueda por encontrar la mejor forma de hacer lo que hacemos y de comunicarlo para que nuestras acciones lleguen a más personas y se potencien a favor de la comunidad.

En la televisión española se está emitiendo este comercial: Un niño preocupado mira con atención una tarjeta apoyada sobre su cama que dice "Lucas Rodríguez Enhorabuena, has sido elegido Ganador del Concurso Coca-Cola Jóvenes Talentos de Relato Corto".

Perturbado por -aparentemente- la noticia despierta a su madre de la siesta para preguntarle: "Mamá, ¿tú crees que me quitarán el premio cuando se enteren de que no me gusta la Coca-Cola?"

Su madre lo contiene y lo lleva manejando su auto -mientras ella disfruta de una Coca-Cola en lata- hasta el sitio donde se hace la entrega de premios con una placa que interrumpe la película con el siguiente mensaje "Nuestro compromiso es ser para ti mucho más que un refresco".

Lucas -ya sabemos que así se llama el niño- mantiene la tensión hasta recibir el premio que mira sorprendido dejando lugar a una sonrisa con la que mira a su madre que lo aplaude desde la platea.

El locutor cierra diciendo "Coca-Cola lleva años realizando todo tipo de proyectos en su compromiso con la realidad. Desde siempre, mucho más que un refresco."

La película se encuentra en YouTube como "Coca-Cola - Desde siempre, mucho más que un refresco" [<https://www.youtube.com/watch?v=c6e-wn06yPA>]

Comunicación valiente

Queda claro que hay mucha gente a la que no le gusta la Coca-Cola pero de ahí a mostrarlo en un comercial que paga Coca-Cola... queda claro que se trata de un comercial valiente.

Hay quienes creen que la RSE se comunica a través de las memorias y reportes de RSE -o Sustentabilidad- y son aquellos convencidos de que un libro pesado y de buena factura es una buena pieza de comunicación. Si pensamos que, por ahora, mal no les va con esa creencia podríamos reconocer que tampoco mejora nada; si coincidimos en que sirve para mantenerlos ocupados llegará el momento en que se deban preocupar por los verdaderos resultados, y quizás ese sea el impulso que se necesita para el cambio.



Hay quienes creen que la RSE se comunica mostrando abiertamente las buenas acciones llevadas a cabo, usualmente el dinero recaudado y la foto en el momento en que lo entregamos a la ONG que valida nuestra acción; el volumen de la ayuda debería ser -según esta versión- el indicador a ser trasladado a la compañía que hace el esfuerzo. Algo que suele no ocurrir, o cuya duración es solo momentánea, dejando de lado la aspiración sustentable.

El comercial de Coca quizás no sea una demostración de cómo se debe comunicar la RSE porque en realidad no es más que una pieza de comunicación institucional, pero lo que pone en evidencia -con mucho valor- es que a pesar de la fecha en que se emite dejan de lado el mensaje navideño como vínculo comunitario y lo sustituyen por la construcción de una relación con la comunidad que exceda a sus productos y marcas.

La comunidad deja de estar dispuesta a comprar productos que provengan de empresas a las que no valoran. Y, como suele ocurrir, la comunidad se adelanta a las empresas; tenemos las vacaciones para reflexionar e intentar encontrar la forma de poder mantenernos al ritmo que marca la comunidad para formar parte activa de su vida, generando progreso de valor que nos abarque a todos, y siendo capaces de comunicarlo para potenciarlo a favor de ambos.

*fernando@solariScope.com