

## RESPONSABILIDAD EMPRESARIA Y MEDIO AMBIENTE

Autor: Juan José Gilli  
Facultad de Ciencias Económicas – UBA  
[direcc\\_academica@consejo.org.ar](mailto:direcc_academica@consejo.org.ar)

*“Más que en ningún otro momento de la historia, la humanidad se debate hoy en una encrucijada. Por un lado, desesperación y falta de expectativas; por otro, la amenaza de extinción total. Tengamos la sabiduría de escoger correctamente”* este sarcasmo de Woody Allen es un buen disparador para iniciar una reflexión sobre la gravedad de los problemas ambientales y sobre las responsabilidades que conlleva.

En un escenario económico deficitario en materia de desarrollo sustentable y una sociedad donde el consumo es un factor que influye en el estilo de vida y el comportamiento de los ciudadanos, las empresas son vistas como actores centrales. La empresa, como organización paradigmática a partir de la era industrial, debe asumir su responsabilidad por el mal uso de recursos no renovables y por las consecuencias de su actividad en el ambiente.

A partir de la caracterización de un escenario general, el trabajo plantea los distintos grados de compromiso que puede asumir la empresa en materia ambiental y también la necesaria corresponsabilidad que le compete al estado y a los ciudadanos.

### MALAS NOTICIAS: EL PLANETA CON PRONÓSTICO GRAVE

Cuando en la década de 1970 comienza a ponerse de manifiesto la preocupación por la cuestión ambiental; la conferencia convocada por la ONU en Estocolmo en 1972 y, especialmente, la publicación del Club de Roma sobre “Los límites del crecimiento” presentaban un diagnóstico que entonces parecía demasiado alarmista y de consecuencias lejanas.

Si bien durante las décadas siguientes continuaron los llamados a la reflexión sobre el cambio ambiental y sus consecuencias (Cumbre Mundial de Río de Janeiro en 1992 y Protocolo de Kyoto en 1997) la euforia de la globalización opacó la preocupación y ahora, en el nuevo siglo, la realidad indica que el contrato básico del hombre con el ecosistema parece roto definitivamente.

Algunas noticias tomadas al azar dan cuenta de la gravedad del asunto:

- La Comisión Internacional del Cambio Climático reunida en la sede de la UNESCO en el 2007 concluye que la tierra demorará mil años en absorber los daños causados por el hombre y entre esos daños señala la desertificación y las inundaciones, el agotamiento de los recursos no renovables y la incapacidad del ecosistema para absorber los desechos.
- De acuerdo con las estimaciones del Centro de Datos sobre el Hielo y Nieve de los Estados Unidos, es probable que dentro de diez años no

haya capa de hielo en el Ártico durante el verano y los expertos creen improbable que la tendencia se revierta. Los efectos concretos se sentirán, de una u otra manera, en el aumento en el nivel del mar o en la profundización del calentamiento global.<sup>1</sup>

- Rajendra Pachauri, Premio Nobel de la Paz 2007 y presidente del Grupo Intergubernamental para el Cambio Climático, en oportunidad del ECON 08 realizado en Buenos Aires en el mes de junio alertó sobre las amenazas a la seguridad humana derivadas del cambio climático y, en particular, el impacto en la agricultura y el abastecimiento de agua en varias regiones del mundo. Agregó que los países pobres serán los más vulnerables ya que no cuentan con recursos para reducir dichos efectos.
- Según el Fondo para la Agricultura y la Alimentación (FAO) de la ONU, en los últimos nueve meses los precios de los alimentos básicos – arroz, maíz, trigo y soja – crecieron un 45 % en promedio; el alza de precios agrava, si cabe, el problema del hambre en el mundo y conjuntamente con la escasez de agua y petróleo. El crecimiento demográfico de las regiones más pobres y los movimientos migratorios causarán conflictos en un futuro próximo.<sup>2</sup>
- De acuerdo con estimaciones de las Naciones Unidas, para el año 2025 los países desarrollados quintuplicarán los niveles de generación de desechos. En el mundo en desarrollo, la expectativa de una explosión demográfica en torno de las mega metrópolis (Buenos Aires, Lagos, San Pablo, entre otras) tendría – además de un preocupante efecto en materia habitacional, sanitaria y laboral – un significativo impacto en la producción de basura.

Es fácil advertir la conexión entre estas noticias: los efectos del cambio climático sobre el hábitat, la producción de alimentos y, en definitiva, sobre la misma vida humana. El deterioro ambiental no es consecuencia de un accidente ni de un error de cálculo, es consecuencia de decisiones tomadas sin considerar sus implicancias futuras.

Si bien una de las características de la acción humana es la utilización de recursos de su entorno y, en consecuencia, la modificación del mismo, a partir de la revolución industrial y a lo largo de todo el siglo XX el deterioro del ambiente se ha acelerado en forma exponencial. Según advierte el sociólogo alemán Ulrich Beck<sup>3</sup> la humanidad enfrenta una nueva clase de catástrofes, diferentes de las naturales clásicas porque resultan de la conjunción del saber técnico y el cálculo económico.

## DEL CRECIMIENTO AL DESARROLLO SUSTENTABLE

---

<sup>1</sup> Noticia publicada por el diario La Nación del 22/6/08

<sup>2</sup> Noticia publicada del diario ABC publicada el 8/6/08

<sup>3</sup> Beck, Ulrich (2008) *La sociedad del riesgo mundial*. Paidós. México.

En el orden económico actual, prevalece la llamada economía de mercado. En el centro de este sistema de organización económica rigen un conjunto de principios asociados al concepto de libertad entendido, no sólo como un mero poder de elección, sino como un poder de creación.

Los fisiócratas acuñaron la frase “dejar hacer, dejar pasar” como representativa de su idea de la prescindencia del estado en la actividad económica de los ciudadanos. Pero, quien plantea la idea del mercado como un sistema es el economista escocés Adam Smith (1723 – 1790) en su libro *La riqueza de las naciones*, piedra fundamental de la economía moderna.

Las ideas de Smith en materia económica propugnan el equilibrio de fuerzas que presupone la libertad de decisión. Este autor plantea el concepto de la “mano invisible” según el cual, cada persona buscando su propio beneficio, impulsa la creación de bienes y servicios, asignando recursos en función de los precios de mercado sin de la intervención del estado.

De acuerdo con este modelo económico tradicional, la cuestión del empresario es asignar recursos a actividades que provean mayores beneficios, lo cual supone satisfacer las necesidades de los clientes y con parte del beneficio obtenido, volver a invertir, crear nuevos empleos y nuevos consumidores que demandarán bienes y servicios.

La consecuencia del modelo es el crecimiento económico y éste la clave del progreso; la revolución industrial iniciada a fines del siglo XIX constituyó un ejemplo impulsor de la producción y en consecuencia del crecimiento. Pero este razonamiento tiene sus críticos: así Malthus señaló que los economistas tradicionales no consideraban en su ecuación el crecimiento de la población; Marx, por su parte, critica las desigualdades que implica el modelo y, finalmente, para Keynes se ignora la incertidumbre ante el futuro y las limitaciones en la generación del pleno empleo.

El paradigma de las políticas económicas de los últimos cincuenta años del siglo pasado fue producir más y consumir más, entendiendo que el crecimiento económico automáticamente provee el desarrollo necesario. Esta lógica utilitarista y de corto plazo actuó como si los recursos naturales no tuvieran límites y los efectos de una actividad sin control no afectara al medio ambiente y en definitiva calidad de la vida humana.

El espejismo del crecimiento ilimitado es extremadamente atractivo ya que parece, desde una perspectiva cuantitativa, contribuir al desarrollo. Pero desde una perspectiva cualitativa, los resultados no son los mismos. Esta lógica tiene sus limitaciones: la actividad intensiva consume recursos naturales no renovables, degrada el medio ambiente y, en definitiva, no contribuye a una mejora de la sociedad.

Daly<sup>4</sup> desde una perspectiva ecológica critica a los economistas tradicionales por no tomar en cuenta los límites ambientales y sociales del crecimiento:

---

<sup>4</sup> Daly, H. (1987) *The economic growth debate: what some economists have learned but many have not*. Journal of Environment Economics and Management.

confunden el crecimiento del PBI con el crecimiento económico y no consideran la posibilidad de que éste pueda ser antieconómico cuando los costos ambientales y sociales superan los beneficios de la producción. La propuesta de Daly se basa en la distribución de la riqueza, el control poblacional y el mejor uso de los recursos naturales; los dos primeros aspectos son políticamente polémicos pero, el último, es viable desde una perspectiva técnica y científica.

En la actualidad se han hecho evidentes las falencias del dogma del crecimiento sin límite y comienza a haber consenso sobre la necesidad de un desarrollo de base sustentable; es decir que procure una mejora en la calidad de vida humana y que tenga en cuenta el ecosistema de forma de no afectar la disponibilidad de recursos ni las condiciones de vida de las generaciones futuras. El desarrollo sustentable debe procurar además del desarrollo económico, la equidad social y el soporte ambiental.

Cabría preguntarse entonces si es posible una economía que, con igual escala, pueda tener mayor capacidad de satisfacción de las necesidades, obteniendo mejoras en el rendimiento y en el aprovechamiento de los recursos y mejorando las condiciones sociales de la población.

Desde una perspectiva ecológica, un elemental sentido común y también un razonamiento económico indican que el uso de recursos naturales debe realizarse a un ritmo que no exceda la capacidad del sistema de reaprovisionarse y también que la generación de residuos sea compatible con la capacidad del ecosistema de asimilarlos. El fundamento ético de la sustentabilidad económica la hace deseable y la realidad en materia ambiental la hace imprescindible.

## CONSUMISMO VERSUS CONSUMO

El sociólogo polaco Zygmund Bauman en su libro *Vida de consumo*<sup>5</sup> analiza las contradicciones de la sociedad actual y nos ofrece otra perspectiva para entender las causas de la ruptura del contrato básico del hombre con el ecosistema. Su tipología de sociedad de productores y de consumidores, a pesar de su naturaleza abstracta, resulta útil para analizar una realidad concreta: la sociedad de consumo.

El consumo es condición imprescindible para la subsistencia biológica de los seres humanos y sus raíces son tan antiguas como la vida misma aunque cuando la forma de consumo se diferencia según el período de la historia que analicemos. Hoy el consumo ocupa un papel preponderante entre los factores que determinan el estilo de vida social y los patrones de las relaciones interpersonales.

*A través de la historia humana, las actividades de consumo o relacionadas con él (producción almacenamiento, distribución y eliminación de los objetos de*

---

<sup>5</sup> Bauman, Z. (2007) *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

*consumo) han proporcionado un flujo constante de esa “materia prima” que ha moldeado [...] la infinidad de formas que tienen las relaciones humanas y sus patrones de funcionamiento. Como la brecha que existe entre el acto de producción y el acto de consumo se fue extendiendo de manera crucial, ambas acciones fueron ganando autonomía, de tal modo que pueden ser reguladas y operadas por conjuntos de instituciones mutuamente independientes.*<sup>6</sup>

Bauman marca así la diferencia entre la sociedad de productores y la sociedad de consumidores. La *sociedad de productores*, característica de la modernidad, estaba orientada a la obtención de seguridad, en términos de un marco confiable, ordenado y resistente al tiempo. Era una era de producción en masa, de estandarización y de normas restrictivas y burocráticas tendientes a conseguir disciplina y subordinación.

En la sólida sociedad de productores, la gratificación se relacionaba con una expectativa de seguridad futura y no de disfrute inmediato. Se valoraban en consecuencia las posesiones acumuladas laboriosamente como cimiento sólido de un futuro seguro; los rasgos apreciados eran la solidez y la durabilidad. En definitiva una sociedad que apostaba a la prudencia y la circunspección, a la durabilidad y, sobre todo, a la seguridad a largo plazo.

Pero el deseo de seguridad y estabilidad no son los parámetros de la *sociedad de consumidores* ya que el consumismo, en franca oposición a anteriores estilos de vida, asocia la felicidad con la gratificación inmediata o, más aún, con un aumento permanente de los deseos a satisfacer. Esto desencadena la obsolescencia inmediata de los objetos de los que se espera satisfacción.

*En el camino que conduce a la sociedad de consumidores, el deseo humano de estabilidad deja de ser una ventaja sistémica fundamental para convertirse en una falla potencialmente fatal para el propio sistema, causa de disrupción y mal funcionamiento [...] el consumismo, en franca oposición a anteriores formas de vida, no asocia tanto la felicidad con la gratificación de los deseos (como dejan traslucir las “transcripciones oficiales”) sino con un aumento permanente del volumen y la intensidad de los deseos, lo que a su vez desencadena el reemplazo inmediato de los objetos pensados para satisfacerlos y de los que se espera satisfacción.*<sup>7</sup>

Con el advenimiento del consumismo, el viejo concepto según el cual la función central de la empresa es satisfacer necesidades sociales parece trocarse a generar nuevos deseos y sin duda los estudios de las necesidades desde el punto de vista de la psicología y, más recientemente, desde las neurociencias apuntan a descubrir la naturaleza del deseo. Pasamos de satisfacer necesidades a manipular a las personas impulsándolas a una búsqueda incesante de satisfacción.

Se destruye el antiguo sentido de postergación de la satisfacción base del ahorro y su carga de prudencia y buen criterio; la urgencia por la novedad suprime toda planificación e inversión a largo plazo. Los productos nuevos

---

<sup>6</sup> Bauman, Z. op. citado. Pag. 44

<sup>7</sup> Bauman, Z. op. citado. Pag. 50.

necesitan de nuevos deseos y la inestabilidad de las necesidades impulsa un consumo instantáneo y una inmediata eliminación de productos y servicios que deben ser reemplazados por otros nuevos y novedosos.

Un ejemplo típico del principio de inmediatez y recambio lo constituye la industria electrónica donde la rápida obsolescencia suma varias toneladas diarias al monto al total de los desechos y provoca serias dificultades para darle un tratamiento ambientalmente sustentable, especialmente en los países en desarrollo. ¿Habrá llegado la hora de que las compañías productoras se hagan responsables del destino del producto al finalizar su vida efímera vida útil?

Claro que la lógica del consumismo no se limita a productos; también comprende múltiples servicios impulsados por el hedonismo, centrados en el cuidado del cuerpo, las consultas espirituales o los tratamientos pseudo psicológicos. Nada más alejado del concepto aristotélico de la felicidad como resultado del proceso interior que conlleva la formación del carácter. Bajo la apariencia de un mundo con múltiples alternativas de elección y satisfacción, de libertad y flexibilidad, se plantea la paradoja de la anulación del pensamiento crítico.

Bauman, considera al consumismo un fenómeno “líquido” caracterizado por una renegociación del significado del tiempo; éste no es cíclico ni lineal sino una multitud de instantes – eventos, incidentes, episodios – puntuales y carentes de un sentido único. No hay lugar para la idea de progreso ni de que el esfuerzo humano pueda alcanzar un resultado más sólido y valioso que el mero goce del instante.

## LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE.

En los títulos anteriores se analizó la coyuntura, entendiendo que el mero crecimiento no asegura un desarrollo económico sustentable y también, como la sociedad ha pasado de un estadio de producción a otro de consumo. Dichas circunstancias ponen en evidencia una realidad donde el medio ambiente parece relegado por el uso irresponsable de los recursos naturales no renovables, el estímulo artificial del consumo, la contaminación y el desperdicio.

En la intersección de los procesos descritos aparece la empresa como factor central en la economía de mercado y como impulsora del consumo. Esta circunstancia lleva a reflexionar acerca de su rol como agente económico y como institución social. A primera vista surge una contradicción intrínseca entre la generación de ganancia y la capacidad de la empresa de realizar una contribución social.

*Sin embargo, la ganancia y la rentabilidad son esenciales para la sociedad incluso más que para una empresa considerada individualmente. Pero la rentabilidad no es el propósito de la actividad de la actividad empresarial, sino un factor limitativo. [...] En realidad una empresa puede realizar un aporte*

*social solo si es rentable. Para decirlo sin ambages, no es probable que convenga trabajar en una compañía en quiebra, o que ésta sea un buen vecino y un miembro deseable de la comunidad [...]»<sup>8</sup>*

Lo cierto es que, más allá de la apreciación de Drucker acerca del requisito de rentabilidad, la empresa para ser legitimada, deberá respetar ciertos valores en las relaciones con sus trabajadores, clientes y proveedores y con la comunidad de la cual forma parte. En tal sentido, ¿cuál es la responsabilidad de la empresa en materia ambiental?; para comenzar debemos considerar que las funciones del ambiente son, según Wimpenny<sup>9</sup>, ser fuente esencial de recursos, sostener la vida humana y actuar como reservorio de residuos.

Podemos establecer distintos grados o estadios en la obligación de la empresa respecto del medio ambiente: el cumplimiento de las normas ambientales; la responsabilidad por las influencias de su actividad más allá de las exigencias legales y, finalmente, una actitud proactiva que lleva a convertir en oportunidades la preocupación por lo ambiental.

- *El cumplimiento de la ley*

Nadie pondría en duda la obligación de cumplir con las normas vigentes en materia ambiental y existe una pronunciada tendencia a creer que dicho acatamiento es de por sí un comportamiento ético. Pero, el ámbito de la ética es bastante más amplio que el de las normas legales.

*[...] tenemos que decir que las leyes son insuficientes para que una sociedad sea justa y, en concreto, que son insuficientes para garantizar que una empresa funcione en forma justa, y de ahí la necesidad de que vengan complementadas por una ética de la empresa. En efecto: [...] Las reformas legales son lentas y una sociedad no siempre puede esperar a que una forma de actuación esté recogida por una ley para considerarla correcta.<sup>10</sup>*

A modo de ejemplo, baste considerar que el marco normativo en materia ambiental depende del grado de desarrollo de los países y constituye un elemento clave para las empresas en materia de aprovisionamiento de recursos o localización de plantas o mercados. Pachauri<sup>11</sup> señala que en las sociedades más pobres y débiles no hay sistemas de alerta temprana ni de protección, por lo cual resultan más vulnerables.

Para la apreciación ética de la conducta de la empresa, no basta con respetar los mínimos legales y aprovechar las facilidades de los lugares menos protegidos; deben existir ciertos estándares mínimos basados en el principio de la solidaridad que las empresas deberán respetar independientemente del lugar donde desarrollen sus negocios.

- *La responsabilidad por las influencias de la actividad*

---

<sup>8</sup> Drucker, P. (2000) *La gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas*. Ateneo. Buenos Aires. Pp. 44

<sup>9</sup> Wimpenny, J. (1991) *Value for the environment*. HMSO Publications.

<sup>10</sup> Cortina, A. (1996) *Ética de la empresa*. Editorial Trotta. Madrid.

<sup>11</sup> Pachauri, R. (2007) Entrevista publicada en el diario La Nación del 11 de mayo de 2008.

En la lúcida visión de Drucker<sup>12</sup> la empresa necesita emplear recursos y funcionar en un medio para suministrar productos y servicios y es, por lo tanto, absolutamente responsable por las consecuencias de sus decisiones y actividades. Éste es debe ser el foco de la responsabilidad social empresarial.

Las consecuencias de las decisiones, especialmente aquellas relacionadas con la introducción de nuevas tecnologías o productos, no son fáciles de predecir; Drucker da como ejemplo el desarrollo y uso del DDT. La empresa debe realizar una atenta supervisión de sus influencias sobre el ambiente y suprimir aquellas actividades que resultan negativas o, si eso no es posible; trabajar en forma sistemática para eliminarlas e, incluso, cuando esa eliminación significa pérdida de competitividad, buscar acuerdos o regulaciones que le permitan hacerlo.

En el estadio de la responsabilidad social surgen una serie de iniciativas que tienden a medir los riesgos del negocio y a propender a su mejoramiento. Los reportes sociales o de sustentabilidad se han instalados en las prácticas empresariales a nivel mundial y, con distinto grado de evolución, en nuestro país.

Dentro de estas iniciativas se inscribe la memoria de sostenibilidad impulsada por la *Global Reporting Initiative (GRI)* cuya función es medir, informar y rendir cuentas frente a grupos de interés internos y externos sobre el impacto económico, ambiental y social de las actividades de la organización. La idea subyacente es la de satisfacer las necesidades presentes sin poner en riesgo la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las propias.

El tema de la responsabilidad social también está siendo analizado como un atributo potencialmente certificable bajo la nomenclatura de Norma ISO y esta presente en otros temas relacionados como el desarrollo de mercados de inversión a partir de iniciativas responsables en materia ambiental, fondos éticos, bonos verdes, etc.

Pero, las consecuencias de la actividad empresarial sobre el medio, pueden tomar formas sutiles y menos perceptibles que la emanación de gases o la utilización indiscriminada de recursos no renovables. Cabe preguntarse si, la empresa cumple con su responsabilidad cuando manipula a los consumidores, creando en ellos deseos que impulsan una búsqueda de satisfacción inmediata y el reemplazo permanente de bienes. ¿Cuál es el efecto del consumismo sobre la polución y la generación de desperdicios?

- *La preocupación ambiental como una oportunidad*

Usualmente en el análisis estratégico nos concentramos en los logros económicos y financieros, relegando las cuestiones sociales y ambientales, subestimando el impacto que pueden tener sobre el potencial del negocio. Sin

---

<sup>12</sup> Drucker, P. Op. citado.



embargo, existe un impulso a desarrollar una visión integradora que contemple las cuestiones ambientales no como el simple *trade-off* entre el cumplimiento de las regulaciones y la competitividad sino como una oportunidad.

La innovación tecnológica aplicada a la mejora de procesos y al diseño de productos puede implicar un mejor aprovechamiento de recursos no renovables, menos contaminación y desarrollo de nuevos mercados. Ésta idea ya es reconocida por Drucker en 1974 en su libro *La Gerencia Tareas, responsabilidades y prácticas* y retomada por Porter en 1995 en un artículo clásico<sup>13</sup> donde afirma que las firmas competitivas tomarán las regulaciones como un desafío para innovar.

La idea es que, cuando la empresa considera las cuestiones ambientales como una oportunidad, valoriza la utilización de recursos y, en consecuencia, ve en la contaminación materiales y tiempo desperdiciados. La innovación, aplicada a la uso de materias primas menos contaminantes, a cambios en la matriz energética o al rediseño de los procesos productivos, contribuye a la competitividad, optimizando el uso de recursos y reduciendo los desperdicios.

Pero también la innovación puede aplicarse al desarrollo de productos “verdes” que, utilizando materia prima orgánica o reciclada, respondan a una demanda responsable. La tendencia avanza rápido: productos orgánicos biodegradables, carbono neutrales o hechos de materiales reciclados. Además de considerar el tipo de insumos y de procesos, es necesario evaluar las huellas de carbono que deja el traslado de la materia prima o de los productos en su viaje hasta el lugar de fabricación, montaje o consumo.

Otro aspecto que constituye un desafío es el *packaging* sustentable; según una encuesta global realizada por The Nielsen Company<sup>14</sup> el 90% de los consumidores preocupados por el ambiente estaban dispuestos a renunciar a ciertos aspectos o funciones del *packaging* si esta acción contribuyera a la calidad del medio ambiente. Será importante que el envase o el producto una vez descartado, pueda ser reutilizado o dispuesto de modo seguro.

Los accionistas, inversores y clientes no valoran a la empresa sólo por los resultados económicos en el corto plazo, advierten la importancia de estrategias que aseguren la sustentabilidad en el tiempo. El desarrollo sostenible está dejando de ser patrimonio de ciertas áreas técnicas o delegable a expertos en relaciones públicas, debe convertirse en un concepto que involucre a la empresa en su conjunto.

## ¿SÓLO RESPONSABILIDAD EMPRESARIA?

Más allá de la importancia de la empresa como ente económico e institución social, su responsabilidad en materia ambiental y un comportamiento ético en sentido amplio, no puede desligarse de la reflexión sobre el marco económico

---

<sup>13</sup> Porter, M. y van der Linden, C. (1995) Green and competitive. Ending the stalemate. Publicado en la Harvard Business Review. Set.- Oct. Boston.

<sup>14</sup> Artículo *Hacia un packaging completo* publicado en el diario La Nación del 4 /5/08.

general ni de los valores vigentes en la sociedad en la cual funciona. En tal sentido, al comienzo de este trabajo, se ha destacado la brecha existente entre crecimiento y desarrollo sustentable y, también, el fenómeno de la sociedad de consumo.

La complejidad del contexto empresario indica que el esfuerzo de la empresa por contribuir a la preservación del medio ambiente no puede recaer exclusivamente sobre sus espaldas. Se requieren políticas y cambios de comportamiento más amplios que la encuadren y complementen.

La necesidad de disponer de un medio apto para la vida humana y que asegure la equidad intergeneracional es una cuestión de carácter público y, como tal una función indelegable del estado quien debe establecer las normas ambientales que contemplen un equilibrio entre las necesidades ambientales y económicas.

Las políticas ambientales deben garantizar un medio ambiente apto para el desarrollo humano velando porque las actividades empresarias y de la comunidad en general, no produzcan daños y, en caso en que estos se produzcan, asegurar una reparación justa. Claro que las políticas ambientales dependerán del grado de institucionalidad y desarrollo de cada país y, como señala R. Pachauri, se requiere de la solidaridad mundial para ayudar a los más débiles.

La intervención del control político debe velar para que no se produzcan daños irreversibles en el medio ambiente, considerando los valores esenciales de la sociedad<sup>15</sup>. La intervención política y la cooperación internacional, respetando las libertades individuales, deben orientar las preferencias de los consumidores hacia productos y tecnologías que promuevan un desarrollo sustentable. Desde una perspectiva deontológica, Adela Cortina propone:

*Pero, sobre todo, al aplicar la economía del don a las sociedades modernas, creando solidaridad [...] El Estado debe crear solidaridad social asegurando a los ciudadanos unos bienes que deben quedar fuera del circuito mercantil, como son la educación, la atención sanitaria y las prestaciones en tiempos de vulnerabilidad. Garantizar a los ciudadanos este tipo de bienes básicos es una forma de generar solidaridad que va más allá del contrato mercantil interesado.*<sup>16</sup>

Más allá, de la discusión sobre el alcance de las políticas públicas en materia ambiental, debe plantearse cuál es la responsabilidad del ciudadano como consumidor. El fenómeno del consumismo que tan acertadamente caracteriza Bauman, revela en que medida la empresa ha influido sobre los valores de la sociedad pero ¿cuál es la responsabilidad del ciudadano de reflexionar sobre dichos valores y sobre su propio comportamiento en materia ambiental?

---

<sup>15</sup> Los líderes de los ocho países más ricos del mundo reunidos en Japón se comprometieron por primera vez a reducir por lo menos un 50% las emisiones de gases contaminantes para 2050, para intentar poner freno al calentamiento global. Pero mientras los líderes del G-8 saludaban el acuerdo, su pares de las economías emergentes lo califican de poco ambicioso. Noticia publicada en La Nación del 9/7/08.

<sup>16</sup> Cortina, A. (2003) *Por una ética del consumo*. Taurus. Montevideo. Pp. 287

En las sociedades desarrolladas, los consumidores parecen seguir las particulares costumbres de los habitantes de la ciudad imaginaria de Ítalo Calvino: *“No es tanto por la cantidad de cosas que son fabricadas, vendidas y compradas cada día que puede medirse la opulencia de Leonia, sino más bien por las que son arrojadas para hacer espacio a las nuevas.”*<sup>17</sup>

Si bien en general, el consumidor se orienta más por hábitos adquiridos, que por el cálculo racional, tanto desde la ética teleológica (considerando las consecuencias) como desde una perspectiva deontológica (como deber ser) es posible analizar la conducta del consumidor cuando decide la compra de un bien o un servicio.

La responsabilidad ética del ciudadano como consumidor excede el marco contractual de la transacción comercial y se extiende a la responsabilidad por su forma de consumo y por la forma en que se consume en su sociedad. En otras palabras, se articulan la responsabilidad por su comportamiento – autonomía - y la corresponsabilidad por su influencia en la actuación de los demás.

Este concepto de responsabilidad propone preservar la integridad del mundo y la vida humana frente a los peligros que asechan al medio ambiente. A modo de corolario, las palabras de Adela Cortina:

- *Obra de tal modo que los efectos de tu acción no sean destructivos para la futura posibilidad de vida humana auténtica en la Tierra.*
- *Incluye en tu acción actual como objeto de tu querer, la integridad futura del hombre.*
- *Obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de la vida humana auténtica en el Tierra.*
- *Es un deber legar a las generaciones futuras el universo al menos no peor de como lo hemos encontrado.*<sup>18</sup>

## CONCLUSIONES

- El diagnóstico sobre la cuestión ambiental, que en la década de 1970 parecía alarmista y lejano en el tiempo, se ha transformado en una realidad que indica que urgencia de restaurar el contrato básico entre el hombre y su ecosistema.
- La situación en materia ambiental es consecuencia de una economía más preocupada por el crecimiento que por el desarrollo sustentable y de una sociedad caracterizada por el consumismo. En este escenario, la empresa esta obligada a asumir la responsabilidad que le compete por el mal uso de los recursos no renovables, la contaminación y los hábitos de consumo.
- Existen distintas perspectivas respecto de qué grado de compromiso debe asumir la empresa en materia ambiental. Éstas parten del mínimo

---

<sup>17</sup> Calvino, I. (1993) *Las ciudades invisibles*. Minotauro. Barcelona.

<sup>18</sup> Cortina, D. (2003) op. citado. Pp. 156

convencional del cumplimiento de la ley, para avanzar a la asunción plena de responsabilidad por las influencias de las actividades empresarias y, por último, una actitud que asume la cuestión ambiental como una oportunidad de generar negocios sustentables.

- Finalmente, la necesidad de disponer de un medio apto para la vida humana y que asegure la equidad intergeneracional exige la acción responsable del estado a través de normas y políticas y también del ciudadano común por su propio comportamiento y por influencia de éste en la sociedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z. (2007) *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica. Bs. Aires.
- Beck, Ulrich (2008) *La sociedad del riesgo mundial*. Paidós. México.
- Calvino, I. (1993) *Las ciudades invisibles*. Minotauro. Barcelona.
- Cortina, A. (2003) *Por una ética del consumo*. Taurus. Montevideo.
- Cortina, A. (1996) *Ética de la empresa*. Editorial Trotta. Madrid.
- Daly, H. (1987) *The economic growth debate: what some economists have learned but many have not*. Journal of Environment Economics and Management.
- Drucker, P. (2000) *La gerencia. Tareas, responsabilidades y prácticas*. Ateneo. Buenos Aires.
- Porter, M. y van der Linden, C. (1995) Green and competitive. Ending the stalemate. Publicado en la Harvard Business Review. Set.- Oct. Boston.
- Wimpenny, J. (1991) *Value for the environment*. HMSO Publications.