

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FALCÓN. UN ANÁLISIS DE CONTENIDO

Sociólogo Enith Arias. MSc.
emalvivas2@hotmail.com

Economista Deyamira Sarmiento. MSc.
deyamira@gmail.com

RESUMEN

El propósito general fue analizar la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) en el estado Falcón, mediante las categorías grado de penetración (cobertura y tratamiento) y nivel de conocimiento transmitido; de forma exploratoria y descriptiva, con diseño documental y aplicación del análisis de contenido propuesto por el Instituto Ethos y Andi (2006). Siendo la población el contenido de RSE divulgado en los diarios impresos locales “La Mañana” y “Nuevo Día”; la unidad de muestreo el lapso de evaluación del 01-10 al 31-12 del 2013; la unidad de contexto el párrafo y la unidad de registro las palabras claves sobre las categorías estudiadas. Se diseñó una matriz resumen de categorías de RSE para el registro de la información en forma independiente, siguiendo cada investigadora las mismas instrucciones y procedimiento para cada diario. Se estimó un bajo grado de penetración de la RSE en Falcón, debido a la poca frecuencia de información en el período evaluado, con una cobertura mínima y un tratamiento factual con el uso de pocas fuentes. Se detectó un nivel bajo de conocimiento de la RSE, como actividad filantrópica, desarrollada por pequeñas empresas locales de servicio, de Paraguaná y Coro, mediante la acción social directa con la donación de productos o servicios y dotación de espacios, hacia la dimensión y grupos externos, donde las empresas son los actores principales. No existe una cultura empresarial de RSE pertinente y asociada al desarrollo sustentable y a los derechos humanos. Es necesario formar a profesionales de medios y a las empresas.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Cobertura, Tratamiento, Modalidades, Grupos de Interés

ABSTRACT

The aim of this research was to analyze the Social Responsibility (CSR) in Falcon state, by categories: degree of penetration (coverage and treatment) and transmitted knowledge level. This is an exploratory and descriptive study, with documentary design and implementation of content analysis proposed by the Ethos Institute and Andi (2006). As the population CSR content reported in the local print newspapers "La Mañana" and "Nuevo Día"; the sampling unit the assessment period 01-10 to 31-12 2013; the context unit paragraph; and the recording unit keywords on the categories studied. a matrix summary of categories of CSR, for recording the information independently, was designed according to the same instructions each researcher and procedure for each day. A low degree of penetration of CSR in Falcon was estimated due to the infrequency of information in the evaluation period, with a minimum coverage and factual treatment with the use of few sources. a low level of knowledge of CSR as a philanthropic activity, developed by small local service companies in Paraguaná and Coro, through direct social action by donating products or services and provision of spaces, to the dimension and groups was detected external, where companies are major players. There is no relevant corporate culture associated with CSR and sustainable development and human rights. It is necessary to train media professionals and companies.

Keywords: Social Corporate Responsibility, Coverage, Treatment, modalities, Stakeholders.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años se han multiplicado las actividades en torno a la problemática económica, social y ambiental a nivel global y el reto de la sustentabilidad del planeta. En ellas, el compromiso de las empresas sobresale como un factor decisivo. En este sentido, se observa a nivel mundial un notable esfuerzo por incorporar la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), para avanzar hacia la sustentabilidad, mediante actividades básicas para solventar las dificultades que enfrentan los grupos humanos; es decir, como un objetivo clave de la productividad y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos a nivel global.

Destacan en este sentido, los esfuerzos de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), que plantea una concepción más evolucionada y utilizada de la RSE, como la decisión voluntaria de las empresas de contribuir al logro de una sociedad mejor y un

medio ambiente más limpio, integrando en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores, las preocupaciones sociales y medioambientales.

Así como de la Organización de Naciones Unidas ONU (1999), asume el Pacto Mundial, que confirma el compromiso suscrito por varios cientos de empresas y entidades de todo el mundo, para promover los objetivos de la responsabilidad social, ejercer la ciudadanía social y lograr los objetivos del milenio; entre otros, el cual contiene diez principios de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción; también plantea las directrices para la presentación de informes de sostenibilidad, con la definición de los indicadores de actuación económica, ambiental y social sobre los cuales deben informar las empresas. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos internacionales, se aprecia en los distintos medios que los logros son aún insuficientes y que se requieren acciones verdaderas y sistemáticas que impacten de forma permanente las concepciones, hábitos y aspiraciones de la sociedad.

Cabe señalar que, la RSE es un hecho de naturaleza multidisciplinaria y multidimensional (Di Filippo, 2012) lo cual implica que su abordaje es complejo y puede darse desde las diversas disciplinas científicas y propiedades que lo configuran; su análisis involucra la comparación entre el ser y el deber ser, ya que está directamente en función de las expectativas o nivel de afectación de los grupos de interés de la empresa. En este sentido, la RSE nace de la ética y la íntima convicción que lleva implícita la capacidad de responder por una mala actuación y libre asunción de una situación o rol; dejando entrever así, la disyuntiva de si la RSE debe ser de carácter obligatoria o voluntaria, sobre la cual no se profundiza aquí ya que no es el propósito de esta investigación. Sin embargo, si lo es el hecho de la RSE en el contexto de los medios de comunicación, en particular los de tipo impresos.

En este contexto destaca el estudio del Instituto Ethos y Andi (2006) en la prensa de Brasil donde la RSE aparece correlacionada generalmente con una obligación (26,7 %), un compromiso ético de la empresa (24 %) y, frecuentemente, vinculada al voluntariado de la empresa (5,6 %), a las donaciones (5,6 %) y a la atención directa (4,3 %); es decir, a acciones de desarrollo propias de las empresas, sus fundaciones o instituciones

en la comunidad y en menor proporción se encuentra la relacionada con la promoción de derechos (1,2 %) y la promoción de ciudadanía (3,6 %); siendo que el foco central de los textos se tratan de forma lateral e incluso tangencial, evidenciando que no hay avance hacia conceptos pertinentes del término.

Así mismo, el estudio de Paz (2010), en los cinco continentes, indica que los medios van a influenciar poderosamente cómo se pensará sobre estos temas entregando información y alojando el debate sobre los desafíos que enfrenta la humanidad hoy. La información contenida en los medios respecto a la RSE, puede facilitar la comprensión del fenómeno desde la óptica del mismo medio, así como de quién realiza la acción (la fuente) y cómo las empresas necesitan de sus emisores de notas para subsistir y generar rentabilidad a dueños y accionistas, manteniendo como socio al sector privado. Y como agentes informativos, deben tomar a las empresas como fuentes, comparar y contraponer lo que dicen con otros actores sociales, para dar una cobertura adecuada al desarrollo sostenible y las temáticas asociadas.

Por su parte, la Fundación Avina y Korin (2011), sostiene que en Latinoamérica, se trata de un proceso en marcha que crece en forma heterogénea, con la convivencia de diferentes maneras de comprender la RSE, desde iniciativas filantrópicas y de inversión social, pasando por prácticas aisladas hasta una gestión integral del negocio, que siguen siendo insuficientes ante el abanico de necesidades futuras. Por su parte, Corral, Isusi, Peinado y Pérez (2006), en su estudio circunscrito a seis países (Bolivia, Colombia, Ecuador, Salvador, México y Perú), plantean que las microempresas latinoamericanas realizan actividades ligadas con la RSE, a pesar de que el grado de implantación es generalmente reducido y que en la mayoría de los casos hay un desconocimiento formal del concepto.

Esta preocupación se afianza al observar que en la mayoría de los estudios en la región, Venezuela siempre está exenta o con poca participación. Cabe resaltar que de 252 Universidades de Iberoamérica adheridas a la Red Iberoamericana de Universidades por la RSE (Redunirse, 2014), solo once (11) son de Venezuela, y la mayoría son de corte privado. Por otro lado, la RSE es vista como una presión del estado venezolano ante los cambios que se vienen introduciendo en el sector

productivo del país, como obligación legal más que una decisión por convicción propia de asumir las responsabilidades con su entorno (Moreno y Graterol, 2010).

Más específicamente desde el estado Falcón, no fue posible detectar información relacionada con el análisis periodístico de la RSE, lo cual sustenta aún más la preocupación y muestra el esfuerzo investigativo que hay que realizar a nivel nacional, para desarrollar un concepto y metodología propios y adecuados al contexto. En correspondencia con lo anterior, esta investigación analizó la responsabilidad social en particular de la empresa privada con fines de lucro, en el contexto del estado Falcón, respecto al grado de penetración y conocimiento del tema, su congruencia o no con los principios teóricos que lo sustentan, para verificar si existe una verdadera cultura basada en la ética que hace emerger realmente el compromiso social de las empresas en ese ámbito geográfico.

Este estudio representó una oportunidad de comprender la naturaleza actual del fenómeno en el estado Falcón a través del análisis del mensaje que publican las empresas en los medios impresos regionales de mayor circulación, permitiendo generar nuevos conocimientos. Siendo relevante el mismo no solo para las empresas, sino para los medios involucrados y la sociedad, ya que permite a estas últimas conocer la importancia que tiene establecer relaciones cercanas y honestas con la sociedad; a ésta la oportunidad de relacionarse adecuadamente con aquellas y a los medios impresos estudiados les aporta información valiosa sobre el modo en el que contribuyen a profundizar y mejorar esa relación, a debatir el tema y su impacto en el desarrollo sostenible.

Así mismo, facilita el establecimiento de acciones y la definición de patrones propios por parte de los medios y las empresas para mejorar la RSE y su situación comunicacional. Desde lo académico institucional, permite avanzar en el conocimiento y debate actual del tema y la forma en la que los medios en un contexto geográfico no explorado, lo transmiten. De igual forma, esta investigación responde a una gran preocupación por la poca participación nacional en el desarrollo formativo e investigativo existente en el contexto de Latinoamérica y el Caribe, con lo cual se aspira que los resultados

contribuyan a la discusión, debate y desarrollo temático en el escenario regional, nacional e internacional.

REFERENTES TEÓRICOS SOBRE RSE

La revisión documental permite observar que el interés global por la RSE ha ido cada vez en aumento, de allí que a partir de la segunda mitad del siglo XX comienza una nueva forma de entender la relación entre las empresas y la sociedad, respecto a los criterios que deben asumir en su gestión, los cuales deben ser evaluados y comunicados de forma transparente a sus grupos de interés o stakeholders.

En cuanto al **Concepto de RSE**, el Instituto Ethos de Empresas de Responsabilidad Social en alianza con la Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia (Instituto Ethos y Andi, 2006), en su análisis de la cobertura de RSE en Brasil realizado entre agosto 2003 y septiembre 2004, plantean la RSE como una forma de gestión que se define por la relación ética, transparente y solidaria de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable que preserve recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respete la diversidad y promueva la reducción de las desigualdades sociales. Aportando información útil sobre las categorías de la RSE y la metodología que se replicó en el análisis del tema en el estado Falcón.

Por su parte, la Fundación Chandra, Avina y Ecodes (2007), en su análisis de la cobertura periodística del tema en la prensa española efectuado entre el 1 de octubre de 2005 y el 28 de febrero de 2006, plantean que el concepto se vincula sobre todo a economía, en una relación basada sobre todo en una actitud filantrópica, y no en tratos de igual a igual con la comunidad cercana. Así mismo, Paz (2010), sobre las características de la cobertura informativa de la RSE en la prensa escrita chilena publicadas entre marzo y agosto del 2008, sostiene que se sigue tratando a la RSE como la contribución que hacen las empresas a la sociedad, más que en los múltiples impactos sociales y medioambientales que generan y su articulación como actores relevantes en la búsqueda del desarrollo sustentable.

Por su parte, Valecillos, Romero y Fernández (2013), en su estudio del tratamiento informativo de la RSE en la prensa venezolana desde octubre a diciembre de 2011, señalan que la RSE se enfoca en la acción social ya que se difunden programas y resultados favorables a la comunidad ausentándose el compromiso con el sector laboral, medioambiental y con otros grupos de interés; mostrando la aplicación del análisis de contenido a la realidad nacional, orientando sobre el período de evaluación y la importancia del emplazamiento de la información por cuadrantes, secciones y páginas, para el análisis de la RSE en el estado Falcón.

En otro orden de ideas, Abreu y Badii (2007) expresan que la RSE es el estado de conciencia de la empresa para su toma de decisiones en la cual se compromete a hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para obtener los resultados correctos, dentro de un marco de desarrollo sustentable que respete el equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y la rentabilidad empresarial. En sintonía con lo anterior, el Consejo Empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible (CEVEDES, 1998), define la RSE como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.

Del mismo modo, para algunos expertos destacados en la materia como Klisberg (2006), la RSE es la participación activa de la empresa en la resolución de problemas colectivos, mediante unas líneas de actuación en este sentido. Y para Guédez (2006), el fundamento que fundamenta a la RSE es la ética. El fin último de todas estas ideas, es que las empresas sean conscientes de que deben minimizar el impacto que tienen sobre el medioambiente y la sociedad, en términos de su retribución, contribución y corresponsabilidad en mejorar la calidad de vida no solo del entorno laboral interno, sino del entorno externo donde operan, mediante una actuación motivada más bien por criterios éticos, que por criterios filantrópicos de competitividad o adaptación a los cambios. En este sentido, a parte del concepto es conveniente resaltar brevemente las categorías de RSE estudiadas en el contexto del estado Falcón, las cuales se detallan en lo sucesivo.

En relación con las **Dimensiones y Áreas de la RSE**, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) distingue dos, una dimensión interna referida a las prácticas que afectan en primer lugar a los trabajadores, como la inversión en recursos humanos, la salud, la seguridad y la gestión del cambio; formada también por los accionistas. Y una dimensión externa, referida a las prácticas respetuosas con la sociedad y el medio ambiente, sobre todo con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción y los impactos que genera; incluye los lazos de la empresa con agentes como los proveedores, consumidores o clientes, representantes de la comunidad local, gobiernos y la sociedad en su conjunto.

Se observan así, criterios comunes en los autores en cuanto a que la RSE puede ser estudiada a través de las prácticas o factores enfocados hacia el interior y el exterior de la organización (Instituto Ethos 2005, Klisberg 2006, Guédez 2006, Correa y otros 2004, entre otros) y que ésta debe partir desde su desarrollo interior para proyectarse verdaderamente al exterior; referidos a políticas de personal o público interno; valores, transparencia y buen gobierno corporativo; juego limpio con proveedores, consumidores-clientes, políticas activas de protección del medio ambiente, integración con comunidad-gobierno y sociedad al bienestar común; no practicar un doble código de ética.

Siendo múltiples y diversas las áreas, tal como lo es el concepto, las cuales deben ser definidas por cada empresa de acuerdo a las necesidades y problemas reales de cada grupo de interés y del medio ambiente que la rodea, en pro de establecer relaciones confiables y sanas con cada uno, y así tener un impacto real en el mejoramiento de sus condiciones de vida y en la sustentabilidad ambiental.

Con referencia a los **Grupos de Interés (beneficiarios y actores principales)**, Guédez (2010) sostiene que estos describen a los individuos o grupos que son impactados por las acciones de la empresa o que impactan a la empresa como resultado de sus decisiones. Esta doble dirección de los impactos, determina una diferencia entre los grupos y sus intereses. Los grupos internos, mantienen una relación directa con los aspectos organizacionales y funcionales de la empresa. Los grupos del entorno, tienen vinculación explícita con el negocio y conforman su periferia estratégica que deriva la

reputación de la empresa conforme a la valoración y admiración del entorno luego de compararla con otras del mismo sector. Y los grupos del contexto, se vinculan en un segundo orden de resonancia, donde la imagen de la empresa procede de la forma como el contexto percibe a la empresa.

En otro orden de ideas, de acuerdo a lo planteado por la Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (2009), el análisis de las **Modalidades e Instrumentos de RSE** como categoría de estudio, se centra básicamente en los vínculos de la empresa con la sociedad; es decir, hacen referencia a la forma como se procede, al modo de interactuar y actuar a favor de un determinado público objetivo. En tanto que los instrumentos representarían las herramientas a través de las cuales se operacionalizan las acciones en la realidad.

En relación con la categoría **Perfil Empresarial**, se tomaron en consideración el tamaño, el ámbito de actuación y el sector económico en el que se desenvuelven las empresas. Para el caso de Venezuela, la Ley para la Pequeña y Mediana Industria (2008), se considera como pequeña industria a aquellas que tengan una nómina promedio anual de hasta cincuenta (50) trabajadores, y una facturación anual de hasta cien mil Unidades Tributarias (100.000 U.T.). Y como mediana, a aquellas que tengan una nómina promedio anual de hasta cien (100) trabajadores y una facturación anual de hasta doscientas cincuenta mil Unidades Tributarias (250.000 U.T.). En atención a esto, se consideró que la gran empresa se corresponde con aquellas unidades que emplean más de cien (100) trabajadores y tengan una facturación anual mayor a doscientas cincuenta mil Unidades Tributarias (250.000 U.T.).

En relación con el ámbito geográfico donde operan, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su Artículo 136, distribuye el Poder Público como Municipal, Estatal y Nacional. Lo anterior, permitió categorizar a las empresas, de acuerdo al ámbito geográfico, como empresas de actuación nacional, estatal o regional para fines de este estudio. En lo que respecta al sector económico, normalmente y para la mayoría de los países la producción global se divide en tres sectores: primario, secundario y terciario (Pernaut, citado en Goyo, 2012). Sin embargo, no se encontró información precisa para clasificar los sectores económicos en Venezuela, por lo que se

estudió de acuerdo a las categorías: industrial, comercial y de servicios; estando la primera implícita en la definición aportada por el referido autor, para el sector secundario o de actividades manufactureras que utilizan como materias primas los recursos extraídos por la actividad primaria; y el sector terciario, como aquel que agrupa las actividades de servicios, donde se incluye: comercio y servicios en forma conjunta.

En relación con la **Cobertura de la Información de RSE** en la prensa escrita, la Fundación Chandra, Avina y Ecodes (2007), el Instituto Ethos y Andi (2006), Paz (2010), entre otros, refieren que puede analizarse de acuerdo a las siguientes categorías: a) Mínima: la idea de RSE aparece en una línea y de manera lateral; b) Mínima-media: el concepto, todavía tratado de manera lateral, ocupa al menos entre 1 y 2 párrafos de la noticia; c) Media: la RSE se presenta en más párrafos que los mencionados anteriormente; d) Alta: la RSE es de hecho el eje o foco central de la noticia.

Del mismo modo, los sustentos anteriores sostienen además que la **Forma de Tratamiento** del mensaje puede categorizarse como: a) De hecho/factual, descripción del hecho reciente; b) Contextual simple, explica el hecho y sus razones, recurriendo a escasas fuentes; c) Contextual explicativo, aumenta el número de fuentes consultadas, expone información de fondo, detalla cronológicamente los acontecimientos e incorpora recuadros auxiliares; d) Evaluativo, el redactor valora el acontecimiento y expone opiniones de fuentes diversas; e) Propositivo, sugiere soluciones al problema a partir de la recomendación de los especialistas.

Ahora bien, la **Ubicación de la Información** en un medio impreso (textos y fotografías), según Canga (citado en Hernández y Meléndez, 2013) y el Proyecto de Software para Analizar el Tratamiento Periodístico de la Información (SATPI, 2003), tendrá un efecto diferente según vayan en una determinada página, y en un determinado lugar de esa página. La página donde se insertan tiene una importancia jerárquica indiscutible: en la primera página se resumen los textos más importantes; le siguen en orden de importancia las páginas impares. La mejor distribución es la lectura circular o envolvente, donde el recorrido visual se hace en el mismo sentido de las agujas del reloj; pero otra opción es la variante Z, que divide la página en dos mitades (superior e

inferior), donde la relevancia predominante está en el lado superior izquierdo (A), pasando por el superior derecho (B) con relevancia alta, bajando por el inferior izquierdo (C) con relevancia media, y terminando en el cuadrante inferior derecho (D) con relevancia baja.

Los aspectos referidos a las **Fuentes de Información**, Novartis y Forética (s/f), expresa que la información disponible y pública sobre RSE siempre tiene un emisor, que es aquel que inicia la cadena de comunicación, pero la fuente de información puede ser generada bien por el mismo emisor (cuando una empresa emite una nota de prensa sobre un hecho o información sobre la que es protagonista, por ejemplo), o bien por un tercero cuya finalidad es informar sobre esta conducta (cuando un periodista u otro agente quiere informar a su público objetivo de un hecho relevante cuyo protagonista es una empresa o entidad o alguien anónimo). La diversidad de fuentes y datos del hecho, permite establecer una mejor contextualización o debate del tema, en particular sobre los impactos y las condiciones sociales y medioambientales que se buscan resarcir.

Manifiestan además los citados autores que, cuanto mayor sea la percepción de independencia del emisor respecto de la entidad objeto o protagonista de la información, mayor credibilidad se le asigna a la comunicación. A su vez, la acumulación de noticias de RSE en determinados meses del año permite desarrollar estrategias diferentes en función del impacto deseado, teniendo los comunicadores menos competencia en agosto, enero y diciembre, pero también menos lectores; por lo que aseguran una repercusión suficiente en febrero, marzo, abril y noviembre. Es decir, con alto tráfico de febrero a abril, bajo tráfico de mayo a julio, y tráfico medio de septiembre a noviembre.

Ya para culminar esta amplia referencia a teoría, cabe destacar que existe un extenso y diverso conjunto de normativas jurídicas relacionadas con la RSE. Por un lado, la RSE está sujeta a los acuerdos y tratados internacionales suscritos por Venezuela en relación con los derechos humanos, laborales y medioambientales, establecidos en las Declaraciones de los Derechos Humanos de la ONU, de la OIT, de la Organización Mundial de la Salud y del Medio Ambiente; entre otros. Por otro lado, la RSE está sujeta a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), y

otras disposiciones que consagran los derechos humanos relativos a alimentación, trabajo, vivienda, salud, educación, discapacidad, medio ambiente, entre otros; que por ser muy extensos no se detallan en este apartado.

METODOLOGÍA

Este es un estudio exploratorio y descriptivo, ya que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006) se exploró la RSE en Falcón con un enfoque metodológico basado en el análisis de contenido, poco o nada abordado en ese ámbito geográfico; se categorizaron y caracterizaron sus propiedades importantes con el fin de establecer su estructura y comportamiento en dicho ámbito (Arias, 2006) mediante un diseño documental ya que se estudió un problema con apoyo principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos (UPEL, 2012). La comunicación de la RSE en los medios impresos es el universo de acción, y siguiendo el planteamiento de Ramírez (citado por Finol y Camacho, 2008), la población son las noticias de RSE publicadas por los diarios de Falcón: La Mañana y Nuevo día.

De acuerdo con el Instituto Ethos y Andi (2006), se definieron: a) la unidad de muestreo de base gramatical, conformada por noticias de RSE desde el 01 de octubre hasta el 31 de diciembre del 2013, considerado el trimestre del año más propicio para emprender este tipo de actividades, debido a los sentimientos de solidaridad que despierta en las personas y colectivos; b) la unidad de contexto, conformada por los párrafos y frases de cada noticia donde se identificaron las unidades de registro y c) la unidad de registro, definida por las palabras claves de las que se infirieron las categorías definidas.

Se utilizó el análisis de contenido como técnica para recabar la información el cual según López (2002), permite descubrir la estructura interna de la información; y según Porta y Silva (2003), representa los datos tal y como se comunican al analista, el contexto de los datos y la forma en la que el analista divide la realidad, siendo objetiva, sistemática, cuantitativa y cualitativa (bipolar), representativa, exhaustiva y generalizada.

Para ello se diseñó una Matriz Resumen de Categorías de RSE para el registro de las noticias de cada diario, conformada por 10 columnas con las categorías establecidas,

que permitió luego clasificar, codificar y analizar la información. Teniendo validez de contenido, debido a que los motivos para seleccionar las categorías no solo fueron razonados por los investigadores o codificadores de esta investigación (Bolívar, citado por Finol y Camacho, 2008), sino por otros codificadores como el Instituto Ethos y Andi (2006), la Fundación Chandra, Avina y Ecodes (2007) y Paz (2010), entre otros.

Se replicó la metodología utilizada en los referidos estudios, generándose resultados similares, de allí que la fiabilidad o credibilidad se sustenta en el criterio de reproducibilidad de Krippendorf (citado por López, 2002); esto es, que pueda ser recreable en circunstancias diferentes, en otros lugares y con la intervención de codificadores distintos. Se le denomina también fiabilidad entre los codificadores, acuerdo intersubjetivo o consenso logrado por los observadores. En este caso la aplicación se hizo por codificadores distintos (las investigadoras), de las mismas instrucciones de registro de forma independiente, al mismo conjunto de datos, obteniendo más similitudes que discrepancias en la manera de registrar, sistematizar y analizar la información.

Para el análisis de la información, se combinó la técnica lógica, en particular respecto al análisis deductivo, y la técnica estadística, de naturaleza descriptiva sobre las categorías cuali-cuantitativas estudiadas, mediante el conteo de la frecuencia de aparición de las unidades de registro extraídas del discurso impreso en el diario La Mañana (DLM) y el diario Nuevo Día (DND) en el período evaluado; y su contraste con las referencias teóricas y la posición propia de las investigadoras. El procedimiento seguido para desarrollar el análisis de contenido, se basó en la propuesta del Instituto Ethos y Andi (2006), del modo siguiente:

a) Definición del universo o muestra a ser investigados: se consultaron distintas fuentes secundarias especializadas y legales sobre la RSE y el método de análisis de contenido, para definir el universo y las unidades de análisis; b) Definición de un instrumento para análisis de los textos periodísticos: se elaboró la matriz de contenido; c) Lectura y clasificación de los contenidos según este instrumento: se recolectó individualmente la edición diaria de los periódicos durante el período establecido, identificando las noticias de RSE mediante la observación y el subrayado de las

palabras claves o unidades de registro que inferían la presencia de las categorías previamente establecidas; d) Inserción de los datos relativos a cada texto en el banco de datos: se extrajeron y sistematizaron las unidades de registro en las matrices para cada diario; e) Producción de los resultados agregados y análisis de los resultados: se generaron tablas de frecuencia por categorías con datos de ambos diarios integrados y su análisis.

RESULTADOS

Grado de Penetración de la RSE en Falcón

Se analizaron un total de 92 noticias de RSE entre ambos diarios, (35 del DLM y 57 del DND), una noticia por día según el período evaluado (octubre-diciembre 2013); con una cobertura del tema de 71 días, siendo mayor la cobertura en octubre y noviembre. El rango de cobertura fue mínima, ya que la idea de RSE apareció mayormente registrada en una línea y de manera lateral, con relativa importancia ya que 37 noticias se ubicaron en los cuadrantes superiores, 32 en los cuadrantes inferiores de las páginas, el resto se ubicó en ambos lados izquierdos o derechos, en toda la página, o en el centro; en secciones que siguen abordando el tema dentro del ámbito empresarial o económico (Paraguaná y Región); y en páginas pares (55 noticias) que le otorgan menor predominancia e importancia.

El tratamiento dado fue de forma factual (55 noticias), ya que solo hacen una breve descripción del hecho o evento reciente, donde lo evaluativo y propositivo están ausentes, sugiriendo que no hay involucramiento en el mensaje con tendencia a la diversidad de la fuente, mas no de la cantidad de informantes que intervienen en la transmisión del mensaje, ya que la mayoría registro 02 fuentes. Esto último representa un rasgo positivo el respetar la norma periodística habitual de consultar al menos a dos fuentes y utilizar, en algunos casos, elementos gráficos (fotos) para ilustrar la situación. Estos resultados se corresponden con los emitidos en los estudios previos, en particular el de la Fundación Chandra, Avina y Ecodes (2007).

Nivel de Conocimiento de la RSE en Falcón

La RSE aparece como actividad filantrópica (37 noticias), de contribución a la sociedad o comunidad mediante las donaciones de productos y servicios, o dotación de espacios (públicos y naturales), como proyectos y programas sociales (32 noticias), en particular de voluntariados; o como parte del aporte o cumplimiento de RSE exigido por las leyes venezolanas (15 noticias) más que por propia convicción ética. Muy pocas mencionan directamente el término RSE actualmente vinculado a sostenibilidad, transparencia, gobernabilidad, promoción de derechos y de ciudadanía, entre otros, estos resultados evidencian un bajo nivel de conocimiento y comunicación responsable del tema, por parte de las empresas y de los propios diarios. Siendo las empresas con acciones de RSE pequeñas (36), del ámbito local (41) y del sector servicios (40), con relativa participación de empresas grandes (18) y medianas (13); de los ámbitos nacional (13), regional (11) y trasnacional (02), con poca difusión de los impactos generados.

La modalidad más usada es la de Acción Social Directa (ASD en 31 noticias), a través de la Donación de Productos (DP), que abordan la dimensión externa de la RSE, orientadas al desarrollo comunitario; mientras que la dimensión interna es poco o casi nada abordada (solo 06 noticias), siendo los públicos externos los más atendidos, y los protagonistas en las noticias son las empresas (con mención a algún otro actor social), hablan de sí mismas, lo que les genera una imagen positiva, sin ningún debate sobre si las iniciativas representan un impacto real en el desarrollo social. Estos resultados concuerdan con lo expuesto por el Instituto Ethos y Andi (2006).

RSE: ¿Una Cultura Empresarial en Falcón?

El conocimiento de la RSE se encuentra en un enfoque inicial; es decir, se sigue manteniendo el vínculo empresa-sociedad bajo un enfoque filantrópico o de caridad, de forma puntual, motivado quizás por la ley, la situación nacional actual o los valores religiosos o ético-morales de los empresarios, ya que en su mayoría es protagonizada por pequeñas empresas locales que, usualmente, son de tipo familiar. En este sentido, la información analizada solo hace referencia a buenas acciones, mas no a las buenas razones que las motivan ni a los impactos que son resarcidos con esas buenas prácticas.

Las iniciativas evaluadas responden a la imagen de la RSE como una acción social orientada más a la competitividad, rentabilidad y manipulación pública que a programas y prácticas centrados realmente en la ética y respeto a la ciudadanía, comunidad, sociedad y medio ambiente. No transmiten información que pueda cualificarlas como respuestas reales a las verdaderas necesidades del colectivo interno (políticas de personal, buen gobierno, valores y transparencia), y externo (juego limpio con el consumidor, políticas activas de protección del medio ambiente, integración activa a los grandes problemas que afectan el bienestar común, relación efectiva con públicos externos), tal y como lo plantean los estudios previos.

CONCLUSIONES

Se estimó un bajo grado de penetración del tema RSE en Falcón, a pesar de que hay cobertura ya que el rango de espacio de la idea dentro de la noticia es mínimo, dando cierta importancia al tema al ubicarse en los cuadrantes superiores o en toda la página, pero en páginas pares, lo que indica menor importancia periodística, siendo las secciones que más cubren el tema Paraguaná y Coro (DLM), y Región y Ecoencarte (DND). El tratamiento es factual y puntual, ya que en la mayoría de las noticias solo se describe brevemente el hecho reciente con el rasgo positivo de respetar la norma periodística del uso de dos fuentes, (periodistas y empresas) y de utilizar en algunos casos elementos gráficos (fotos) para ilustrar la situación.

Se caracterizó un bajo nivel de conocimiento del tema RSE en Falcón, ya que la generalidad de las noticias la enfocan como una actividad filantrópica, de donación por parte de empresas pequeñas del ámbito local (Paraguaná y Coro), del sector servicios a través de la modalidad de Acción Social Directa, orientada a la dimensión externa, en particular al desarrollo comunitario o social; siendo los actores principales las mismas empresas. Estos resultados evidencian que los grupos de interés más atendidos son los públicos externos, dejando de lado a los actores internos, esto quizás con fines de posicionar la imagen. No hay disertación periodística para dilucidar si la acción y la información son veraces, sobre las motivaciones o dificultades que se les presentan a

las empresas para hacer lo que hacen y sobre el impacto real de la acción en el desarrollo sostenible de la zona.

Se verificó que no existe una cultura empresarial que haga emerger realmente el compromiso social de las empresas en dicho contexto, ya que el vínculo entre el empresariado y la sociedad es bajo un enfoque inicial y puntual de filantropía. La imagen de la RSE responde más a la acción social orientada a la búsqueda de imagen, competitividad y rentabilidad de las empresas; esto es, las acciones no transmiten información que evidencie que son una respuesta real a las necesidades y retos reales de la humanidad. Todo esto induce a cuestionar si la falta de interés en debatir y desarrollar a profundidad la temática con todas sus espirales (positivas y negativas) es de los medios, las empresas o la sociedad; y si la irresponsabilidad social empresarial entonces no existe, por el solo hecho de realizar una contribución aislada de la gestión continua de la empresa, y de la real necesidad de los grupos de interés. Éstas son interrogantes que necesitan ser respondidas.

RECOMENDACIONES

Para generar un mayor grado de penetración del concepto RSE en Falcón, se recomienda el diseño de una cobertura y tratamiento más transparente y responsable sobre el tema por parte de los medios, en razón de divulgar no solo la acción, sino aquellos datos que puedan generar una comprensión mayor del tema y los impactos que genera. Establecer una estrategia de comunicación continua y responsable por parte de los medios, que reconozca los esfuerzos realizados para que sirvan de modelaje a otros, y se desarrollen prácticas a mayor escala; mediante campañas informativas sencillas y continuas.

Lo anterior necesita estar dirigido a incrementar el nivel de conocimiento que se tiene de la RSE en Falcón, es esencial la integración de todos los actores locales a las redes y proyectos internacionales, en particular con la comunidad de países de Latinoamérica y del Caribe, para implementar actividades de formación e investigación en RSE que permitan la activación de prácticas más orientadas a la solución efectiva de las grandes

debilidades. Generar una mayor vinculación de las Universidades de la Región, en particular de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda a través de su departamento de Ciencias Económicas y Sociales, con los medios impresos para fomentar la formación de periodistas en RSE, con la finalidad de mejorar la cobertura y tratamiento de la información en forma veraz y oportuna, y avanzar en el desarrollo de capital social y humano.

Y en aras de generar una cultura empresarial sincera de compromiso social en Falcón, es pertinente profundizar las alianzas entre los actores, con la finalidad de que las acciones vayan más allá de la mera filantropía migrando hacia programas o proyectos más permanentes y pertinentes con el desarrollo sustentable, que resulten en incentivos para todos. Es urgente fomentar el valor de corresponsabilidad entre los diversos actores de la zona, en busca de una sociedad más crítica de las condiciones para el desarrollo sostenible. Premiar y reconocer en forma pública y notoria la aportación, el esfuerzo y la experiencia, como mejor forma para motivar una cultura de compromiso social y corresponsabilidad e incrementar el perfil de los actores locales. Adicionalmente, resulta relevante desarrollar instituciones que trabajen en torno al tema, cubran la falta de información y sistematización de las actividades, y permitan la integración con otros, dentro y fuera del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. y M. Badii (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience [Revista en línea], 2. Disponible: <http://www.spentamexico.org/v2-n1/2%281%29%2054-70.pdf> [Consulta: 2014, febrero, 3].
- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología. Científica. Editorial Epísteme, 6ta. Edición, Caracas.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. [Libro en línea]. COM, 0366 final. Disponible: http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf. [Consulta: 2013, octubre, 2].
- Consejo Empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible (Cevedes, 1998). [Página web en línea]. Disponible: www.wbcds.org.

<http://74.125.47.132/search?q=cache:7dFnmTxvJ90J:www.unimet.edu.ve/capitalsocial/seminario/ponencias/cevedes.pps+CEVEDES&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

[Consulta: 2013, octubre, 22].

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 36.860, Diciembre 30, 1999.

Corral A., Isusi I., Peinado E., y Pérez T. (2006). La Responsabilidad Social y Medioambiental de la Microempresa en Latinoamérica. [Documento en línea].

Disponible: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1580927>

[Consulta: 2014, enero, 20].

Correa, M. Flynn, Ch. y Amit, A. (2004). Responsabilidad social Corporativa en América Latina: una visión empresarial. CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. [Documento en línea].

Disponible: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>. [Consulta: 2013, octubre,

8].

Di Filippo, A. (2012). Fundamentos de un Enfoque Iberoamericano para la enseñanza de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Enfoque y Herramientas de Formación en Responsabilidad Social Empresarial. Trabajo no publicado. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD 2012). One United Nations Plaza. New York, NY 10017, USA.

Finol de Franco, M. y Camacho H. (2008). El Proceso de Investigación Científica. Editorial de la Universidad del Zulia (Ediluz), 2da. Edición, Maracaibo.

Fundación Avina y Korin, M. (2011). En Busca de la Sostenibilidad. El camino de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina y la contribución de la Fundación Avina. [Documento en línea].

Disponible: <http://avina.net/eng/wp-content/uploads/2011/07/rse.pdf> [Consulta: 2014, enero, 12].

Fundación Chandra, Avina y Ecodes (2007): La Responsabilidad Social corporativa en la prensa española: análisis de la cobertura Periodística. [Documento en línea].

Disponible: http://www.ecodes.org/phocadownload/RSC_prensa.pdf. [Consulta:

2013, octubre, 20].

Goyo, E. (2012). Impacto del Producto Interno Bruto (PIB) Agrícola sobre la Economía Venezolana en el período 2005- 2011. [Documento en línea]. Trabajo de grado de especialista no publicado. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado.

Barquisimeto Estado Lara.

Disponible:

http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/TGE_HD1769_GOYO_2012.pdf

[Consulta: 2013, octubre, 10].

Guédez, V. (2006). *Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial*. Editorial Planeta, Caracas.

Guédez, V. (2010). Grupos de Interés y Responsabilidad Social Empresarial. Revista Ganar-Ganar. [Revista en línea], 47. Disponible: http://ganar-ganar.mx/pdf/r47/Grupos_de_interes.pdf [Consulta: 2014, abril, 2].

Hernández, R. Y Meléndez, C. (2013). Análisis Comparativo del Tratamiento Periodístico a las Noticias sobre las Candidaturas Presidenciales para 2014 en el Salvador. [Documento en línea]. Trabajo de grado de Licenciado no publicado.

Universidad de el Salvador.

Disponible:

<http://ri.ues.edu.sv/4688/1/an%c3%81lisis%20comparativo%20del%20tratamiento%20periodistico%20a%20las%20noticias%20sobre%20las%20candidaturas%20presidenciales%20para%202014%20en%20el%20salvador,%20en%20los%20periodicos%20colatino%20y%20el%20diario%20de%20hoy%20de%20enero%20a%20marzo%20de%202013.pdf>. [Consulta: 2014, abril, 5].

Hernández S., Fernández R., y Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. Cuarta Edición. México.

Instituto Ethos y Andi (2006). Empresas y Prensa: Pautas de Responsabilidad. Un análisis de cobertura periodística sobre RSE. [Documento en línea]. Disponible:<http://www.andi.org.br/sites/default/files/Empresas%20y%20prensa%20RSE%20y%20medios%20en%20Brasil%20en%20espa%C3%B1ol.pdf>. [Consulta: 2014, enero, 31].

Ley para la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social (No. 5.890). (2008, Julio 31). [Transcripción en línea]. Disponible: <http://images.eluniversal.com//2008/08/04/leyh12.pdf> [Consulta: 2014, abril, 4].

López, F. (2002). El Análisis de Contenido como Método de Investigación. R XXI, Revista de Educación [Revista en línea], 4. Disponible: <http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/viewFile/610/932> [Consulta: 2014, enero, 29].

Moreno Z., y Graterol D. (2010). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme. Un estudio en el sector metalmeccánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. Revista Contaduría y administración. [Revista en línea], 235. Disponible:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300009 [Consulta: 2014, enero, 10].

Novartis y Forética (s/f). RSE en los Medios, el Reto de una Comunicación más Interactiva. [Documento en línea]. Disponible:

http://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CEsQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.foretica.org%2Fbiblioteca%2Fdocumentos-de-interes%2Fministerio-de-trabajo-y-asuntos-sociales-%2Fdoc_download%2F651-foretica-rse-en-los-medios-el-reto-de-una-comunicacion-mas-interactiva%3Flang%3Des&ei=DocCU9rXMMOqkQfiwoHYDg&usg=AFQjCNHxfN8Ri90TQfWdfZNAhQrBxtezFg [Consulta: 2014, enero, 12].

Organización de Naciones Unidas (ONU, 1999). Los diez principios del Pacto Mundial. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.un.org/es/globalcompact/principles.shtml>. [Consulta: 2013, octubre, 2].

Paz B., V. (2010). Características de la Cobertura Informativa de la Responsabilidad Social Empresarial en la Prensa Escrita Chilena. Dossier de Comunicación Estratégica [Cuadernos de Información en línea], 27. Disponible: <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/28/25> [Consulta: 2014, enero, 30].

Porta, L. y Silva, M. (2003). La Investigación Cualitativa: El Análisis de Contenido en la Investigación Educativa. [Documento en línea]. Ponencia presentada en la Universidad Nacional de Mar del Plata y Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Argentina. Disponible: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>. [Consulta: 28-01-2014].

Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (2009). Programa de Formación de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial. [Documento en línea]. Disponible: <http://redunirse.org/capacitacion/> [Consulta: 2013, septiembre 10].

Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (2014). Adhesión Institucional. [Página web en línea]. Disponible: <http://redunirse.org/nuevo/node/78> [Consulta: 2013, diciembre 2].

Reglamento de la Ley de Alimentación para los Trabajadores (Nº. 38.426), (2006, abril 28). [Transcripción en línea]. Disponible: <http://fycsaweb.com/pdf/fycsa019.pdf> [Consulta:

2013, diciembre 2].

Software para Analizar el Tratamiento Periodístico de la Información (Satpi, 2005). Universidad de Antioquía. [Documento en línea]. Disponible: http://comunicaciones.udea.edu.co/satpi/Manuales%20de%20Codificacion/PDF/5to%20taller_Unidad%202_seccion%202.pdf [Consulta: 2014, abril 5].

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2012). Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: Autor.

Valecillos, C., Romero, A., y Fernández, J. (2013). Análisis del tratamiento informativo dado al tema de la Responsabilidad Social Empresarial en los diarios El Nacional y La Nación. Temas de Comunicación [Revista en línea], 26. Disponible: <http://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CEUQFjAE&url=http%3A%2F%2Frevistasenlinea.saber.ucab.edu.ve%2Ftemas%2Findex.php%2Ftemas%2Farticle%2Fdownload%2F1241%2F1107&ei=DocCU9rXMMOqkQfiwoHYDg&usg=AFQjCNGiyILe5NVjLHb5Z0CSAv7JVcE4oQ> [Consulta: 2013, diciembre 12].