

NOTAS DE LAS ORGANIZADORAS

Todo libro se inicia con una idea y el deseo de compartirla; luego, a lo largo del tiempo va ganando forma y con ajustes y contribuciones se va transformando en un producto concreto y real. En nuestro caso no fue diferente. Dos investigadoras y docentes con muchos sueños y el propósito de unir académicos, profesionales y estudiantes de Latinoamérica para reflexionar sobre la comunicación y la sustentabilidad.

Dos países de América Latina, Brasil y Ecuador, caracterizados por su riqueza natural, su diversidad patrimonial y étnica, su gente maravillosa y acogedora, así como por un sinnúmero de problemas estructurales por resolver. Dos países que miran océanos distintos, desde una geografía diversa y con un tamaño de territorio extremadamente diferente y, sin embargo, con algunos rasgos culturales similares y otros no tanto que, igualmente sólidos, preservan con orgullo las tradiciones más autóctonas.

Unidas por esa pasión y con el importante apoyo de las autoridades universitarias de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad del Azuay del Ecuador y de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidade de São Paulo de Brasil, se concretó la firma de un convenio binacional con el objetivo de promover el desarrollo del área de comunicación mediante la promoción de estudios conjuntos.

Como primera iniciativa se estructuró la investigación *“Gestión de Relaciones Públicas en procesos de sustentabilidad: estudio comparativo en empresas de Brasil y del Ecuador”* con el objetivo de brindar a la comunidad académica latinoamericana y, particularmente a la brasileña y la ecuatoriana, un mayor conocimiento acerca de cómo ocurren los procesos de sustentabilidad y relaciones públicas en las organizaciones de ambos países.

Durante los siguientes dos años, entre viajes a Cuenca y a São Paulo, el proyecto se fue desarrollando, en perfecta sintonía entre las investigadoras y sus equipos de trabajo. La experiencia posibilitó conocer y respetar los contextos brasileño y ecuatoriano, preguntándonos constantemente: ¿cómo podemos ser tan semejantes si geográficamente estamos tan distantes? y también: ¿cómo somos tan distintos si somos países con identidades hermanas? América Latina es, por definición, tierra de mestizaje, de encuentro de pueblos y culturas. Ese es su signo y su esperanza, su capital humano y cultural y es la base por la cual las organizaciones y sus sistemas sociales adquirieron características locales, que destacan sus rasgos culturales y marcan estilos propios de relacionamientos entre personas.

Con todas las diferencias y similitudes, la investigación logró presentar un perfil de los comunicadores brasileños y ecuatorianos, de sus actividades y de la relación con la sustentabilidad, entendida como la forma de gestión que integra los ejes económico, social y ambiental, proponiendo una filosofía que aporta un nuevo tipo de mentalidad organizacional, capaz de reevaluar conceptos, procesos y prácticas empresariales; y, por lo tanto, considerando la sustentabilidad como un elemento estratégico para la supervivencia de la empresa.

La obra habría estado incompleta sin la contribución de destacados docentes e investigadores que la enriquecieron y completaron la mirada desde las ópticas particulares de otros países latinoamericanos. Así, *Tejiendo sustentabilidad desde la comunicación en América Latina* está dividida en seis capítulos que presentan realidades particulares respecto de la trayectoria y los procesos de comunicación y sustentabilidad.

El capítulo 1, presenta la investigación “Gestión de Relaciones Públicas en procesos de sustentabilidad: estudio comparativo en empresas del Brasil y del Ecuador”, coordinada por las investigadoras Profa. Dra. María Aparecida Ferrari, de la Universidade de São Paulo, Brasil y Profa. Ms. Ana María Durán, de la Universidad del Azuay, Ecuador. El objetivo fue identificar y analizar las prácticas de relaciones públicas en los procesos de sustentabilidad y responsabilidad social en empresas brasileñas y ecuatorianas. Además verificó la injerencia de las áreas de comunicación de las organizaciones de ambos países en los referidos procesos. Los resultados arrojados demuestran la importancia del departamento/área de comunicación para impulsar las prácticas de responsabilidad social y sustentabilidad, con el objetivo de aumentar la pertenencia de los empleados en las organizaciones, reforzar la identidad corporativa de las empresas, y facilitar que éstas estrechen lazos con los diferentes stakeholders.

“*El camino mexicano hacia el desarrollo sustentable*” es el capítulo 2, de autoría de la Profa. Dra. Juliana Reucing Polezzi y que presenta el estado de avance de México en la construcción e incorporación de la responsabilidad social en las políticas empresariales, destacando el importante papel que la comunicación juega en este proceso. Para ello, los principales acontecimientos en el país son mapeados y fueron reunidos en sus respectivos momentos históricos, segmentados a partir de los sexenios presidenciales de los últimos cuarenta años. Así, a partir de una breve descripción de los aspectos político-económicos más relevantes de los últimos siete gobiernos mexicanos, la autora sitúa en este apartado la evolución de la práctica de la responsabilidad social empresarial en México.

En el capítulo 3, la Profa. Dra. Mónica Ayala Soliz trata sobre la “*Situación de las relaciones públicas en Bolivia, perspectiva estratégica en la responsabilidad social y visión de sostenibilidad*”, y presenta los resultados de la investigación sobre la situación actual de las relaciones públicas en el ámbito de las organizaciones de Bolivia, y su relación con las áreas de comunicación y responsabilidad social en el marco de la sostenibilidad empresarial. La autora reflexiona sobre la necesidad del abordaje estratégico de las relaciones públicas a través de una breve revisión desde su inicio en el país, su evolución y hasta cierto punto, disgregación en el amplio terreno de la comunicación como parte de las actividades publicitarias y periodísticas. A través de entrevistas y sondeos presenta hallazgos importantes para determinar el grado de especificidad en la aplicación de las funciones de relaciones públicas en el ámbito empresarial, así como su importancia estratégica para las labores de responsabilidad social.

“La comunicación como factor de sustentabilidad de las MIPYMES que ofrecen productos y servicios sustentables en Brasil” constituye el capítulo 4 y es de autoría de las Profa. Dra. María Aparecida Ferrari y Profa. Ms. Valdete Cecato. Las autoras analizan el papel de la comunicación en la promoción de la sustentabilidad en 40 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) brasileñas, dedicadas al desarrollo y oferta de productos y servicios sustentables. Los resultados apuntan que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) permitieron el acceso de las pequeñas empresas al proceso de comunicación que posibilitó la difusión de productos, servicios y permitió una mayor flexibilidad en los negocios y relacionamientos.

El capítulo 5, *“Comunicación y sostenibilidad en Chile: desde la filantropía hasta la relación con las comunidades”*, de autoría del Prof. Dr. Pablo Matus expone brevemente la evolución de los tópicos asociados con el desarrollo sostenible y su gestión, sobre todo comunicativa en Chile, así como un estado actual del tema, desde el punto de vista académico y profesional. Describe la evolución de la sostenibilidad en Chile, con énfasis en las dimensiones ambiental y social. Luego da cuenta del modo en que el tema se gestiona en el país, tanto en pequeñas como en grandes empresas; caracteriza al sector de la responsabilidad social, considerando a las organizaciones que la promueven, y presenta casos emblemáticos de éxito en la gestión y comunicación de la sustentabilidad en la industria chilena. Presenta el imaginario de la responsabilidad social en Chile a partir de datos de estudios de opinión pública, sobre la cobertura periodística de las actividades empresariales y sobre la publicidad que habla de temas sociales y ambientales. Finalmente reflexiona sobre la evolución de los conceptos empleados en el país para referirse al tema.

Finalmente, la Profa. Ms. Claudia Lanzani con el capítulo 6, bajo el título *“El estado del arte de la sustentabilidad en organizaciones de Argentina: El rol de la comunicación en ese proceso”*, analiza los avances, cambios e innovaciones que las empresas argentinas fueron adoptando en temas relacionados con la responsabilidad social empresarial y su transformación hacia políticas de sustentabilidad. Asimismo destaca cuáles fueron las instituciones que trabajaron fuertemente en el desarrollo de acciones relacionadas con la implementación de actividades e investigaciones en los ejes económico, social y ambiental, como PWC, IARSE, AMCHAM, CEADS entre otros. Con ello, analiza el estatus de los últimos diez años de sustentabilidad en organizaciones argentinas e identifica puntos de encuentro entre el ejercicio de las relaciones públicas y la sustentabilidad.

Las organizadoras del libro agradecen especialmente a los directivos de la UDA y de la USP que apoyaron nuestra investigación.

Nuestra gratitud a las aportaciones de los 177 comunicadores brasileños y ecuatorianos que participaron en el estudio y que fueron esenciales para alcanzar los resultados que se presentan en este libro. Sin la colaboración y disposición a participar en la investigación este libro no sería una realidad.

También damos las gracias a los coautores por compartir nuestro afán e interés por esta área de la comunicación que involucra de una u otra forma a todos los actores sociales.

A la casa editorial de la UDA que tuvo la responsabilidad de producir y publicar este libro, transformando nuestro sueño en realidad y a CIESPAL que respaldó con su sello editorial esta obra.

Tejiendo sustentabilidad desde la comunicación en América Latina es una obra recomendable para todos los que ejercen la actividad de relaciones públicas, comunicación y sustentabilidad en organizaciones públicas, privadas y ONG, así como para estudiantes de pregrado y postgrado, docentes e investigadores. Las experiencias presentadas, con seguridad servirán para responder inquietudes de cada lector en esta amplia temática.

No podemos dejar de registrar que un libro nunca cumple a cabalidad con sus objetivos, porque en el transcurso inexorable del tiempo nuevos conocimientos y experiencias llegan a reemplazar lo que habíamos pensado como contemporáneo. Creemos que, aunque pase eso, las huellas dejadas en estas páginas servirán para motivar, generar ideas, producir nuevos aportes que sean útiles a todos los que tengan la oportunidad de leerlo.

Que nuestros textos inspiren a los lectores a trabajar por una comunicación que sea un verdadero soporte para la construcción de una sociedad más justa y sustentable. Ese es el mensaje que los autores de esta obra ofrecen y dedican con afecto y esmero a todos los lectores.

¡Buena lectura!

Ana María Durán y María Aparecida Ferrari
Cuenca, Junio de 2018