



FUNDACION NEXUS

ciencias sociales – medio ambiente – salud

LA EMPRESA Y EL CONFLICTO AMBIENTAL

Por

Daniel Fernández Dillon

Ingeniería Sanitaria y ambiental No 62-63 (mayo-agosto/02) pág. 31

Av. SANTA FE 1845 7° “D” (1123) BUENOS AIRES - TEL/FAX 5-217-2780/81
www.nexus.org.ar E-mail fundacion@nexus.org.ar

Una de las características más importante que define estos tiempos es el crecimiento geométrico que han tenido los medios de comunicación masiva y su incidencia en la generación de estereotipos y patrones de comportamiento en la sociedad. Pese a que en algunas empresas este hecho genera impactos negativos **se trata de una realidad que no suele ser tenida en cuenta al momento de planificar las políticas de comunicación.** Esta deficiencia facilita el surgimiento entre los distintos públicos de comentarios y rumores que pueden terminar en demandas y peticiones (muchas veces imposibles de satisfacer) sobre las actividades que la empresa viene realizando. Esta situación genera frustraciones, malestares o dudas en aquellos grupos que no ven satisfechas sus solicitudes. A modo de ejemplo, podemos citar vecinos quejándose por una determinada contaminación, por el incorrecto tratamiento de efluentes, por riesgos de accidentes, etc. Basta con analizar la evolución que ha tenido en los últimos tiempos el tratamiento de las noticias ambientales -generalmente negativas y referidas a la empresa- y su impacto en su relación con la comunidad para ver la incidencia que está teniendo en la formación de una imagen negativa ya sea de la empresa, de sus productos o del tipo de actividad que realiza.

Pese a que las empresas forman parte de la comunidad, hasta ahora no se han preocupado en demasía por hacer conocer a sus vecinos que tienen presente la problemática ambiental en todas sus actividades (elaboración, comercialización, almacenaje de sus productos, transporte, etc). En muchos casos la empresa no cuenta con una eficiente política de difusión con relación a los temas ambientales, o tiene una inadecuada política para evaluar los diferentes conflictos que puede generar un incorrecto tratamiento de las peticiones por parte de la comunidad. Muchos de esos casos terminan en diferentes instancias judiciales.

Solucionar una disputa de estas características por vía judicial insume mucho tiempo y dinero. Existen hoy en día herramientas que permiten prevenir situaciones como las anteriormente mencionadas. En caso que haya riesgo de que la situación termine en un proceso judicial, la empresa puede recurrir a las nuevas herramientas y técnicas que están al alcance de las partes: la **mediación**, el **arbitraje** y la **facilitación**. Por tener la problemática ambiental aspectos técnicos que deben ser cuidadosamente evaluados, es importante que las entidades y los profesionales que se realicen la mediación, arbitraje o facilitación, cuenten con un plantel idóneo en los temas del conflicto.

En muchos casos, en estas situaciones hay elementos que no se tienen en cuenta al momento de evaluar las acciones a seguir. Uno de ellos es el costo del deterioro gradual de la relación existente entre la empresa y el público involucrado en la contienda, deterioro que se refleja en una imagen negativa creciente de la empresa. Revertir esta situación le insumirá a futuro más tiempo y gastos (por ejemplo en campañas publicitarias e institucionales). Por lo anteriormente expuesto resulta importante que todas las empresas- no importa la rama y actividad que desarrollen- incluyan el tema ambiental en sus políticas de relaciones institucionales.

Debemos tener en cuenta que **lo más importante es la prevención** y esto significa tener evaluadas todas aquellas situaciones que puedan dar lugar a interpretaciones

que generen conflictos. Al ser la problemática ambiental un tema de actualidad que relaciona e involucra a todos por igual, se sabe dónde comienza un conflicto ambiental pero nunca se sabe dónde termina; se sabe con qué públicos se comienza pero nunca con cuáles ni con cuántos se termina. Tampoco se puede anticipar cuál será el daño causado a la imagen de la empresa, del producto o de la actividad que ésta desarrolla ni cuál será el costo final de remediación de la situación planteada.