



Centro de Estudios Sociológicos

Doctorado en Ciencia Social con Especialidad en Sociología

Promoción 2006-2010

**Analítica del poder de la responsabilidad social empresarial en
México. “Comida chatarra” y transgénicos en disputa**

**Tesis para optar al grado de Doctor en Ciencia Social con especialidad en Sociología
que presenta:**

Laura Beatriz Montes de Oca Barrera

Directora: Dra. María Luisa Tarrés Barraza

México, D.F.

Febrero de 2011

La realización de esta investigación y la redacción de este documento no hubieran sido posibles sin el apreciable apoyo de muchas personas a quienes, como agradecimiento, quisiera mencionar. Por una parte, a quien fungió como directora de tesis, María Luisa Tarrés, por su sincera charla, sus comentarios y recomendaciones; por su apoyo, paciencia y compromiso.

De la misma forma, agradezco a quienes integraron la comisión lectora, Cecilia Bobes y Pablo Semán, por el tiempo que destinaron en leer los avances y las varias versiones de esta tesis, así como por sus valiosas recomendaciones para mejorar el texto.

También agradezco las observaciones que, en distintos momentos, recibí de los compañeros –profesores y alumnos– que integraron el seminario de tesis sobre Creencias colectivas, actores sociales, política y conflicto.

En este recuento, no puedo dejar de mencionar mi agradecimiento a la institución que me cobijó durante cuatro años y medio para realizar esta investigación: El Colegio de México y el Centro de Estudios Sociológicos; así como a la institución que ha financiado mi formación de postgrado: Conacyt.

Por otra parte, agradezco a quienes, fuera de la academia, me acompañaron y acogieron en esta incursión. El apoyo de Sergio García, el “hombre red” de la sociedad civil, fue central para acercarme al terreno de la RSE en México. Los miembros de Cemefi, Red Puentes y del Comité de Responsabilidad Social del IMNC fueron más que “informantes”, a ellos agradezco su confianza y hospitalidad.

Finalmente, en un ámbito más íntimo, también agradezco el amor de mi familia, en particular de quien durante diez años ha sido un amoroso y solidario compañero de vida; a él le dedico este trabajo.

A Hector

Introducción.	6
Efectos de poder de la RSE: más allá de la ética y la estrategia	7
La caja de herramientas	11
Diseño metodológico	14
De los casos y los episodios de conflicto	19
Estructura del texto	22
Capítulo 1. Genealogía de la Responsabilidad Social Empresarial	24
Reemergencia y proliferación de la RSE	25
Manifestaciones primigenias y periodizaciones de la RSE	27
RSE y las iniciativas internacionales para reconfigurar la relación Estado-mercado-sociedad	31
“Tropicalización” de la RSE en los países del Sur: RSE a la mexicana	34
Cemefi y el “contagio” de la RSE en México	44
Grupo Bimbo: expansión económica, filantropía y activismo moral	51
Coca-Cola: la construcción de una empresa socialmente responsable	56
Monsanto: empresa con una historia controvertida	58
Capítulo 2. Analítica del poder de la RSE	63
Debates y definiciones sobre la RSE	63
La RSE como un <i>dispositivo</i> ético en la relación de poder de la configuración social	68
Horizonte de emergencia de la RSE.	75
Redefiniciones políticas de la «nueva gobernanza global»	76
Reconformación de la regulación estatal: El derecho blando y los nuevos controles configuracionales	78
La recomposición de lo público y el nuevo modelo de Estado	81
«Gubernamentalidad»: Desestatización del gobierno y gubernamentalización de la sociedad y el mercado	84
La crítica anticorporativa contra las consecuencias del capitalismo	90
Genealogía de la crítica social anticapitalista: Del anticapitalismo revolucionario a la crítica anticorporativa	93
El espíritu de Porto Alegre frente al espíritu de Davos	97
Entre la voz y la salida: Las estrategias de la crítica social anticorporativa en México	103
Del optimismo a la desesperanza: Cimientos de una <i>desigual</i> sociedad en riesgo	108
La guerra de los símbolos: Narrativas sobre el riesgo	110

Capítulo 3. La RSE de Bimbo y Coca-Cola en pos de una normatividad light frente a la crítica social antichatarra	113
Nueva gobernanza: gubernamentalización de la sociedad y el mercado	114
Código PABI: Un intento por gubernamentalizar el mercado	115
El activismo social contra la autorregulación empresarial	120
Crónica de una regulación estatal “light”	126
La Jarra del buen beber y la presión de la industria refresquera	126
El Congreso de la Unión no se pone de acuerdo en los ingredientes de la receta legislativa	131
Los lineamientos del gobierno federal	135
¿Regulación contra la obesidad o a favor del consumo?	144
Diluyendo el «compromiso empresarial» con la responsabilidad de los consumidores	149
El osito Bimbo quiere consumidores responsables	150
Coca-Cola fomenta positivamente la responsabilidad de sus consumidores	153
Narrativas sobre el riesgo: Obesidad, hábitos alimenticios y “comida chatarra”	157
Porque no puedes comer sólo una... La adicción a la comida chatarra	159
Si el agua es poca... toma una Coca	161
Efectos de poder del dispositivo RSE de Bimbo y Coca-Cola	164
Capítulo 4. Monsanto en México: RSE y promoción de la biotecnología agropecuaria	167
Nueva gobernanza global: gubernamentalización de la sociedad y el mercado	169
Legislación sobre Bioseguridad y Organismos Genéticamente Modificados	170
Control y legitimación: relación de los enunciadores con sus destinatarios	177
Biopiratería: Monsanto y los productores agrícolas	177
Estado mexicano: ¿sucursal de Monsanto?	180
Los organismos internacionales como mecanismos de legitimación	186
Guerra de des-información: la ciencia como recurso de poder	192
El maíz mexicano: símbolo de lucha contra el imperialismo transgénico y el proyecto económico de la agroindustria	198
La RSE como respuesta a la exigencia regulatoria anticorporativa	202
El dispositivo ético de RSE y la reconstrucción de una empresa con una “negra historia”	203
El recurso filantrópico de la RSE y el cobro de patentes	205
El recurso medioambiental de la RSE y la biodiversidad	209
Narrativas sobre el riesgo: Transgénicos y sustentabilidad	214
Agrotecnología vs ecotecnología: La autosuficiencia alimentaria y sus dos visiones de desarrollo	216
OGM: de la excepción a la regla	218
Efectos de poder del dispositivo de RSE de Monsanto	221

Conclusiones. Efectos de poder de la RSE	223
La crítica social anticorporativa como sombra del capitalismo	225
Gubernamentalidad: Entre la regulación estatal, la autorregulación del mercado y el control de la crítica social	227
Cultura de la prevención/remediación y mecanismos de poder de las empresas y organizaciones anticorporativas	230
Los efectos de poder y el creciente interés por la RSE	233
Bibliografía	235
Documentación hemerográfica	250
Anexo 1. Corpus de los campos de acción-saber crítico y de RSE	259
Anexo 2. Corpus para el análisis de casos	266
Anexo 3. Listado de empresas con tres o más indicadores de RSE (del ranking de las 500 empresas con mayores ventas en 2007)	272
Anexo 4. Argumentación del informe de la CCA	274

Introducción.

La responsabilidad social empresarial (RSE) no es una práctica nueva; no obstante, lo que sí es nuevo, es su proliferación. Si bien las primeras propuestas de ella remiten a mediados del siglo XX, no fue sino hasta finales de esa centuria que la RSE se consolidó como un *dispositivo ético* que regula las relaciones al interior de las empresas y con la configuración social más amplia. El siglo XXI se inauguró con la idea de que «la RSE llegó para quedarse». Un nuevo *campo de acción-saber* –con relaciones prácticas y discursivas–, comenzó a construirse con la interacción de organismos internacionales, Estados nacionales, así como empresas y organizaciones civiles nacionales y transnacionales. Iniciativas legislativas y directrices para regular la acción global de las empresas abonaron en la reconfiguración de la relación entre el Estado, el mercado y la sociedad civil. Con la RSE se buscaba que los empresarios emprendieran acciones para mejorar sus relaciones laborales, comerciales, medioambientales, societarias y políticas. En otras palabras, los agentes capitalistas –además de incrementar sus ganancias económicas– fomentarían mejores condiciones para sus trabajadores; impulsarían relaciones de mercado justas con la competencia; implementarían acciones ecológicas para cuidar el medioambiente; contribuirían en el desarrollo social; además de que respetarían, en todo momento, la normatividad nacional e internacional.

Para ello, los empresarios invertirían parte de su capital en programas sociales y medioambientales; además de que actuarían conforme a normas jurídicas y principios éticos en sus relaciones comerciales y laborales. ¿Acaso, con ello, la guerra de todos contra todos que ha hecho del capitalismo un sistema económico “salvaje” se estaría transformando? Las premisas del campo de acción-saber de la RSE plantean que, con ésta, el capitalismo no sólo se domestica, también se

humaniza. Pero, ¿por qué en una empresa, cuya esencia radica en generar ganancias para sus inversionistas, sus agentes estarían interesados en destinar parte de su capital para cumplir con su responsabilidad social? ¿Por qué, después de medio siglo resurge y se multiplica la RSE? ¿En qué momento los agentes del mercado empezaron a preocuparse por el bienestar social y cómo podemos entender tal interés? Para responder estas interrogantes fue necesario situar la RSE en su *horizonte de emergencia*, sus condiciones de posibilidad.¹ En otras palabras, ello implicó ubicarla en relación con procesos configuracionales de transformación política, económica y cultural. Particularmente: 1) Con la rearticulación entre el Estado, el mercado y la sociedad civil, mediante una nueva gobernanza global que favorece los controles éticos sobre los jurídicos. 2) Con las nuevas formas de pensar e interactuar, fundadas en nociones de riesgo compartido. 3) Así como, con la confrontación que, desde su origen, ha pautado la historia del capitalismo y su crítica social. De cada dimensión de este horizonte de emergencia se detectan diversos efectos de poder de la RSE. Como se muestra a continuación, los estudios sobre la RSE así como las justificaciones de su campo de acción-saber la explican ya sea como un impulso moral (individual) o ético (colectivo); o bien, como un instrumento rentable para la empresa. La intención de esta investigación fue combinar estas visiones, la ética-moral y la instrumental para darle sentido al porqué del “éxito” y proliferación de su práctica.

Efectos de poder de la RSE: más allá de la ética y la estrategia

Apelando a formulaciones teóricas de diversa índole –económica, ética-humanista, sociocultural o política–, en el campo de acción-saber sobre RSE –integrado por

¹ Eso que Foucault (1970 [1969]) definía como «las condiciones para que surja un objeto de discurso, las condiciones históricas para que se pueda ‘decir de él algo’, y para que varias personas puedan decir de él cosas diferentes, las condiciones para que se inscriban en un dominio de parentesco con otros objetos, para que puedan establecer con ellos relaciones de semejanza, de vecindad, de alejamiento, de diferencia, de transformación» (73).

valores, creencias e intereses– se encontraron planteamientos que contribuyeron a definir las *hipótesis* que guiaron este estudio.² Un argumento con el que se responden estas interrogantes apela a la conciencia de los empresarios. Bajo esta óptica, el que los capitalistas destinen parte de sus ganancias en proyectos sociales o medioambientales; y que sigan principios éticos en su relación laboral y comercial; responde a una motivación moral (individual) vinculada a las creencias religiosas y/o a experiencias personales que marcan la existencia propia. Otra argumentación, en sentido opuesto, discurre sobre la instrumentalidad de la práctica. La RSE –se afirma– es útil a los empresarios porque incrementa ganancias y productividad además de que mejora el posicionamiento en el mercado. A esta contraposición entre lo ético y lo estratégico –lo humanista y lo económico– como motor de la RSE, se agregan dos perspectivas que si bien son menos comunes, también aparecen como posibles explicaciones: la política y la sociocultural.

De la primera encontramos al menos dos betas analíticas. Con una se reflexiona sobre la debilidad de los Estados nacionales para hacerse cargo del bienestar social, la regulación comercial o laboral así como el cuidado del medioambiente. Si bien es evidente que las últimas décadas del siglo pasado se caracterizaron por la transformación de los otrora Estados sociales –de bienestar o populistas– en Estados neoliberales –despreocupados por regular las relaciones comerciales y laborales o incapaces de atender las necesidades sociales y ecológicas–; cabe mencionar que esta perspectiva simplifica el argumento al presentar la recomposición del Estado como un «vacío de poder». En la misma perspectiva política también se ubicó una propuesta para entender la RSE como un instrumento con el que los empresarios manejan el riesgo del entorno social, aquel generado por las críticas en su contra. Finalmente, apelando a otro tipo de *riesgo*, están las disquisiciones culturalistas que apelan a un cambio de mentalidad; desde esta óptica, la RSE obedece a un cambio para entender el mundo y actuar en él. En un mundo invadido por la incertidumbre, se construyen subjetividades vulnerables

² En el segundo capítulo se pormenoriza esta discusión, aquí solo se le esboza para presentar las hipótesis de la investigación.

sometidas a una *sociedad en riesgo* donde resulta inviable que los individuos no consideren los efectos de su acción en el entorno social y ecológico. Desde esta perspectiva se evidencia que la propia acción repercute tanto en el corto y largo plazo, como en el entorno inmediato y distante.

En un ir y venir entre la información empírica y la discusión conceptual, a partir de estas explicaciones sobre la RSE se fue construyendo un planteamiento que, a manera de hipótesis, guió el análisis. No parecía suficiente, para dar cuenta de ella, considerar cada uno de estos aspectos por separados; como tampoco de manera contrapuesta. Para comprender la proliferación de la RSE debían considerarse las distintas dimensiones, además de eliminar visiones contrapuestas o simplistas. Con esta investigación se buscaba ampliar la mirada analítica sobre la RSE. No se quería explicarla, simplemente, como resultado de la retracción del Estado social; como producto de la toma de conciencia social de los capitalistas (generada por la impronta de una moral religiosa, de una experiencia personal o de la propia transformación sociocultural); pero tampoco como una estrategia exclusivamente instrumental de la empresa (en su aspecto económico o político). Ahí estaba el reto. Construir una analítica que incluyera distintas dimensiones para entender la reemergencia y proliferación de la RSE. Cuando se enfocaron casos específicos, fue imposible negar que los empresarios interesados en implementar prácticas socialmente responsables seguían sus impulsos morales (fomentados por la religión; por alguna experiencia personal o por la propia transformación sociocultural). Pero, tampoco pudo dejarse de lado que este primer impulso moral o cultural tenía efectos de poder en la configuración social. Para entender por qué más empresas incorporan prácticas socialmente responsables se tenían que considerar los efectos que éstas tenían para la empresa en su relación con el Estado y la sociedad.³ Ello hizo que la investigación se enfocara en vincular los *efectos de poder* de la RSE con las distintas

³ Sin negar que al hablar de efectos de poder de la RSE, también existe una dimensión interna (por ejemplo, en las relaciones laborales), pero considerando que la mayor parte de los estudios sobre esta práctica se enfocan en ese nivel organizacional; esta investigación se orientó a analizar tales efectos en la configuración social más amplia, esto es, en la relación de la empresa, con el Estado y la sociedad.

dimensiones de su horizonte de emergencia: con la rearticulación Estado-mercado-sociedad; con la creación de nuevas formas de pensar y actuar sustentadas en el riesgo compartido; así como con la confrontación histórica entre el sistema capitalista y su crítica social.

El análisis estuvo orientado a encontrar tales efectos. Como premisa central, se supuso que la RSE tenía efectos de poder que favorecerían a la empresa en su relación con el Estado y la sociedad, por ello su práctica se habría multiplicado. Más allá del *plus* organizacional que la RSE le podría representar a la empresa en su estructura interna, esta investigación partió de la hipótesis de que con ella, las empresas ganan legitimidad (mejoran su imagen pública entre la crítica social) e incrementan su control sobre el mercado (sobre consumidores y la competencia); pero también sobre el Estado (particularmente sobre la regulación del mercado). Al ser la RSE un dispositivo de autorregulación, además de ser útil para contestar o atenuar las críticas en su contra; con él los empresarios también podrían frenar las exigencias de organizaciones anticorporativas tendientes a incrementar el control del Estado sobre el mercado. Si bien, como se muestra en este texto, en cierto sentido estos supuestos se corroboraron con los casos estudiados, también es cierto que el propio análisis le agregó complejidad a esta primera dilucidación. Los efectos de poder de la RSE van más allá de los inicialmente planteados sobre la disminución de la regulación estatal o la deslegitimación de la crítica social. Asimismo, la indagación reveló efectos de la RSE que, si bien no eran ajenos al horizonte de emergencia previsto, no habían sido formulados inicialmente como efectos de poder. Ellos particularmente refieren a la conformación de una cultura de la prevención/remediación de los riesgos. La RSE, al ser parte de un proceso de emergencia de nuevas (inter)subjetividades cimentadas en la idea de un riesgo compartido, tiene efectos de poder precisamente en estas nuevas mentalidades y formas de acción. Fue así como los hallazgos de esta investigación denotaron una diversa gama de efectos de poder de la RSE más allá de la confrontación entre ética y estrategia. Con ello se pudo explicar por qué, después de cincuenta años de que se empezara a hablar de ella, ahora cada vez más empresarios se suman al “club” de la responsabilidad social.

La caja de herramientas

No se trata, en absoluto, de fundar una teoría del poder, una teoría general del poder [...] No se trata de preguntar: ¿De dónde viene el poder o adónde va?, sino ¿Por qué circula, cómo ocurre eso, cuáles son las relaciones de poder, cómo podemos describir algunas de las principales relaciones de poder que se ejercen en nuestra sociedad?

Michel Foucault

Siguiendo interrogantes como las enunciadas por Foucault (1999 [1994]: 144), se diseñó una *analítica del poder* para abordar los efectos de poder de la responsabilidad social empresarial: ¿De qué manera circula el poder entre el Estado, el mercado y la sociedad? ¿Cómo y por qué se ha transformado esta circulación? Y, sobre todo, ¿qué efectos de poder tiene la RSE en esa transformación? Con esta analítica, a la manera de una «caja de herramientas» y a partir de una *necesaria* reflexión genealógica que rastreara las transformaciones configuracionales que propiciaron la multiplicación de empresas socialmente responsables, se pretendió explicar la lógica de las relaciones de poder entre las empresas, el Estado y la sociedad.⁴ El diseño de esta analítica implicó considerar las tres dimensiones del horizonte de emergencia de la RSE. 1) La reconfiguración política en la que los Estados han complementado –y en, algunos casos, sustituido– las normas jurídicas (derecho duro) con normas éticas (del derecho blando). 2) La emergencia de nuevas formaciones relacionales sustentadas en el bien común. 3) La transformación en la confrontación entre empresas y organizaciones anticorporativas.

Frente a casos que, como Bimbo o Coca-Cola, multiplican la oferta de aquellas que se han certificado como Empresas Socialmente Responsables (ESR); o con casos

⁴ Recordemos que Foucault (1979) propuso hacer de la teoría una «caja de herramientas» para «construir no un sistema sino un instrumento: una *lógica* propia a las relaciones de poder y a las luchas que se establecen alrededor de ellas». Lógica, cuya búsqueda «no puede hacerse más que gradualmente, a partir de una reflexión (necesariamente histórica en algunas de sus dimensiones) sobre situaciones dadas» (173).

que, como Monsanto –pese a las críticas en su contra–, buscan informar sobre sus prácticas filantrópicas y socialmente responsables; y yendo más allá de la mirada de escépticos y promotores, con esta investigación no se quería “descubrir” si estas empresas eran “realmente” responsables. Más bien se intentó explicar por qué estas empresas se “preocupan” y gastan cierto porcentaje de su capital en ser socialmente responsables o, al menos, en anunciar que lo son. La estrategia analítica implicó situar a estas empresas (Bimbo, Coca-Cola y Monsanto) en episodios de conflicto que pusieran en escena la confrontación con organizaciones anticorporativas (como Greenpeace y El Poder del Consumidor). Ello facilitaría visualizar los efectos de poder de la RSE.

Como parte de esta caja de herramientas, se construyó una propuesta conceptual para entender la RSE como un *dispositivo ético* con el que, conjugando ética y estrategia, se persiguen ciertos intereses –uno de ellos es convencer a los destinatarios sobre sus «veridicciones»–,⁵ pero que está fundamentado en la ética; en principios y valores orientados al bien individual y común. Este dispositivo, ubicado en un campo de acción-saber específico, toma cuerpo en acciones y saberes; en dichos y hechos; en formaciones discursivas y comportamientos; en pronunciamientos, normas y prácticas sociales. Este dispositivo emerge de y repercute en procesos sociales como: la reconfiguración de la relación Estado-mercado-sociedad; la emergencia de una nueva mentalidad sociocultural fundamentada en las narrativas sobre el riesgo; y la confrontación entre capitalistas y sus críticos. Con esto en mente, de manera inicial y esquemática, podemos entender que este dispositivo es parte de un campo de acciones y saberes donde se conjugan creencias, valores e intereses. Con él se define y delinea la acción propia, engarzándola en un entramado social más amplio en el que se relacionan diversos dispositivos y campos de acción-saber.⁶

⁵ Son veridicciones aquellas formas argumentativas «según las cuales se articulan, en un dominio de cosas, discursos susceptibles de ser llamados verdaderos o falsos» (Foucault, 1999 [1994]: 364)

⁶ En el segundo capítulo se profundiza esta propuesta conceptual.

Cabe mencionar que la noción de *campo* como un conjunto de acciones y saberes que liga valores, creencias e intereses de los individuos en la configuración social, se podría asemejar a lo que Bourdieu identifica como tal (como un espacio de posibilidades e imposibilidades que relaciona agentes, reglas del juego, intereses y creencias). No obstante, difiere en la forma en que aquí se piensa el conflicto. Mientras Bourdieu (2000) *enfatisa* las relaciones dentro de un campo a partir del conflicto, aquí se prepondera el campo, no como el escenario de la disputa sino como aquel donde convergen creencias, valores e intereses similares y a partir del cual, los individuos se enfrentan a otros individuos y sus campos en la configuración social. Esto no implica que, dentro de un campo, los conflictos y las relaciones desiguales de poder sean inexistentes. De hecho, dentro de un campo las opiniones de unos “valen” más que las de otros y son ellas las que definen los saberes y las acciones de los demás; pero lo que precisamente caracteriza este campo es la *unidad* porque el “enemigo” está afuera.

Como veremos enseguida, el modelo analítico consistió en ubicar los saberes y las acciones de los dispositivos contrapuestos (cada uno desde un campo distinto), contextualizándolos en episodios de conflicto específicos. De cada campo se analizaron y contrastaron las formaciones discursivas a partir de sus argumentaciones; es decir, de lo dicho para convencer a los destinatarios (retórica).⁷ Asimismo, se reconstruyeron los procesos de enunciación-confrontación –episodios de conflicto donde se analiza la relación entre enunciadorees y destinatarios así como el curso de la acción–; esto representa la “puesta en práctica” de las formaciones discursivas contrastadas. De forma tal que, si bien esta analítica del poder se enfocó ampliamente en las formaciones discursivas, no dejó de lado los procesos

⁷ Aquí se habla de *retórica* en el sentido aristotélico, como «arte de la persuasión»; y no en el sentido peyorativo del racionalismo y el empirismo, que la califica como «sinónimo de artificio, de insinceridad, de decadencia» (González, 1989: 9). El primer sentido es el que retoma la Teoría de la argumentación para hablar de una «nueva retórica» que rehabilita algunas partes de la retórica antigua: «más que los resortes de la elocuencia o la forma de comunicarse oralmente con el auditorio, estudia la estructura de la argumentación, el mecanismo del pensamiento persuasivo, analizando sobre todo textos escritos» (González, 1989: 26).

relacionales de enunciación-confrontación; ahí donde el dicho –por decirlo de alguna manera– se convierte en hecho. Aquí se entiende *enunciación-confrontación* no como una concatenación de discursos o enunciados atómicos, sino como un proceso que engarza prácticas y discursos; acciones y saberes.⁸

Diseño metodológico

La construcción de esta caja de herramientas tuvo distintos momentos. Los primeros acercamientos a este campo se hicieron mediante exploraciones sucesivas “sobre terreno”. El primer ejercicio metodológico de *observación participante* se hizo en una de las organizaciones sociales con apoyo empresarial más importantes en México por su promoción de la RSE: Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía). Posteriormente se realizaron *entrevistas exploratorias* para conocer el desarrollo de la RSE en México. Asimismo, mediante *indagación documental*, comenzó a vislumbrarse un entramado de relaciones entre los distintos sujetos sociales involucrados en este campo: empresas, organizaciones sociales y agencias gubernamentales. Se identificó la configuración social que entrelaza empresas interesadas en obtener reconocimientos sobre RSE; organizaciones sociales que promueven cursos y seminarios para la obtención de distintivos de responsabilidad social; empresas consultoras y agencias de publicidad que venden modelos de comunicación social sobre tales prácticas; oficinas gubernamentales interesadas en implementar mecanismos de autorregulación empresarial; así como universidades

⁸ Ello nos remite a la *teoría de la enunciación* y a la *función enunciativa*. Según Verón (1987) el proceso de enunciación implica la relación de actos de enunciación (sucesión de enunciados), con los sujetos enunciantes y destinatarios, así como sus situaciones de enunciación y sus imaginarios o creencias. Para Foucault (1970 [1969]) la función enunciativa va más allá del «enunciado atómico –con su efecto de sentido, su origen, sus límites y su individualidad–»; la función enunciativa implica considerar las condiciones según las cuales aparecen ciertas unidades de sentido (frases, signos, proposiciones) que entran en relación con un campo de objetos (179).

que incorporan en su oferta académica diplomados, cursos o hasta programas de postgrado en RSE.⁹

En otro momento de la investigación se realizó observación participante en un escenario que congregaba varios de los sujetos sociales relacionados con la RSE (empresas, universidades, organizaciones empresariales, compañías consultoras, oficinas del gobierno federal y organizaciones vinculadas al mismo).¹⁰ Ello fue posible en el marco de la revisión nacional de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social así como de la difusión internacional sobre la elaboración de la norma ISO 26000 en Responsabilidad Social; ambos, auspiciados por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) –asociación civil encargada de elaborar las Normas Oficiales Mexicanas en coordinación con la Secretaría de Economía del gobierno federal. En este periodo también se observaron otros escenarios del campo de acción-saber de la RSE: talleres, conferencias, seminarios y entrega de reconocimientos. Con ello se identificaron las prácticas de este campo de acción-saber.

Con la información documental recopilada y las prácticas se delimitó el campo de acción-saber que sería analizado. La información documental (manuales y documentos de divulgación sobre responsabilidad social empresarial) fue sistematizada en un *corpus* (53 documentos enlistados en el Anexo 1). Se realizó un *análisis de la enunciación* sobre tales documentos, desglosando: lo que se dice, la forma en que se dice, quién lo dice, con qué otras enunciaciones se relaciona y de qué forma lo hace. Con ello se pudieron distinguir las diversas formas en que sus promotores conciben la RSE. En el análisis de estas definiciones se ubicaron cinco aspectos: a) ante qué condiciones surge la RSE; b) hacia quién va dirigida; c) cómo

⁹ La observación en Cemefi, las entrevistas exploratorias y parte de la documentación fueron actividades realizadas entre enero y mayo de 2008. Se realizaron entrevistas adicionales en 2009 y 2010.

¹⁰ Esto comprendió la segunda etapa del trabajo de campo y se realizó entre junio de 2008 y marzo de 2009. En este periodo se continuó la indagación documental, la revisión bibliográfica y algunas entrevistas complementarias.

se entiende su operación; d) para qué sirve; así como e) lo que es y no es la RSE. Como se presenta en el segundo capítulo, buena parte de las definiciones ubican la RSE ya sea como un impulso moral de los empresarios, o como un sistema de gestión empresarial que genera beneficios económicos para la empresa; mientras otras cuantas –una minoría– la presentan como solución para las necesidades del entorno social. Asimismo, en este análisis se identificaron tres perspectivas desde las que se define la RSE: a) una perspectiva ética que enfatiza el sentido voluntario de la acción; b) una perspectiva organizacional que destaca su carácter operacional, en beneficio del desempeño de la empresa; y 3) una perspectiva económica que denota su carácter financiero y de negocio. Con esta información también se identificaron diversos agentes promotores de la RSE ubicados en seis ámbitos de acción: organizaciones civiles vinculadas a empresas; organizaciones civiles vinculadas a gobierno; empresas consultoras; organizaciones académicas; agencias gubernamentales y organismos internacionales.

La información sobre las prácticas de este campo, específicamente la relacionada con los talleres, conferencias y seminarios; así como la obtenida en las reuniones del Comité espejo de la Norma internacional ISO 2600 y del Comité de redacción de la Norma mexicana de responsabilidad social fue útil para pensar “desde adentro” la RSE. La participación en estos foros proveyó de un lente que le permitió a la mirada ajena del investigador “ponerse en el zapato” de los otros para tratar de entender la lógica que mueve la promoción de la RSE en México. Con este lente se percibieron las creencias y se pudieron “palpar” los intereses y valores de quienes participan en este campo como agentes promotores. Este lente fue utilizado para examinar la información documental de este campo, así como para “leer entre líneas” las prácticas y los procesos de los episodios de conflicto analizados.

Cabe mencionar que con la información obtenida en el primer acercamiento al campo de acción-saber de la RSE, se construyó una *base de datos* sobre empresas interesadas en la responsabilidad social. Ello fue útil para ubicar el universo analítico. A partir del *Ranking* de las 500 empresas más importantes en México (por las ventas reportadas en 2007), se valoró cuántas de ellas tenían prácticas de responsabilidad acorde a instrumentos que midieran, calificaran o fomentaran la

RSE en México. Se utilizaron 10 instrumentos que indicaban el interés de la empresa por implementar o mostrar sus prácticas responsables de acuerdo con los ejes de la RSE (cuidado medioambiental, respeto de derechos laborales, comportamiento ético y vinculación con la comunidad).¹¹

En este proceso de investigación, poco a poco se fue reconstruyendo el campo de acción-saber del dispositivo RSE. De manera particular se distinguieron: a) Saberes expresados en manuales sobre ética de negocios y reportajes sobre empresas socialmente responsables en revistas de divulgación. b) Acciones para promover la RSE: obtención de premios y distintivos, organización de eventos de difusión y elaboración de normas voluntarias. De pronto, hubo una bifurcación que desvió la mirada indagatoria hacia un campo de acción-saber que no estaba de acuerdo con el dicho de las empresas socialmente responsables. Con ello se distinguieron dos perspectivas sobre la RSE: una doxológica o de alabanza hacia la autorregulación empresarial; otra que criticaba tal volición ética y apelaba a la necesaria regulación estatal.

Fue así como la investigación tomó un nuevo rumbo. Entonces ya no sólo interesaba analizar lo que decían o hacían las empresas socialmente responsables; sino lo que de ellas decían las organizaciones críticas. Este giro permitió que el estudio no terminara siendo un catálogo de ESR; documento que ciertamente se hubiera ajustado a los intereses de la ética o la administración de negocios pero, seguramente, no hubiera llenado los requisitos de una investigación sociológica. La entrevista con el director de una red de organizaciones sociales interesadas en vigilar a las empresas fue crucial para ello; permitió ampliar la mirada hacia una visión crítica de la RSE:

Hay una visión construida desde el sector empresarial que tiene un carácter dominante y que pone el énfasis en los aspectos de la rentabilidad económica. Y luego están las visiones y las propuestas que se construyen

¹¹ Esta base de datos se construyó entre junio y septiembre de 2008. Los resultados de este análisis son presentados el primer capítulo. En el Anexo 3 se presenta el listado de empresas identificadas con más de tres indicadores sobre RSE.

desde organizaciones de la sociedad civil, pero que no tienen un corte empresarial. [...] La visión y la propuesta civil, o de carácter ciudadano, pone énfasis en los otros dos elementos. En los elementos de la justicia o la equidad, del bienestar de las comunidades y de todas las partes que están vinculadas al quehacer de la empresa y en lo que tiene que ver con el medioambiente, con la gestión sustentable [...]. (Entrevista con director de la Red Puentes-México; 26 de agosto de 2008)

Se vislumbró así una perspectiva distinta –sino es que hasta opuesta– a la del «sector empresarial»: la de las organizaciones de la sociedad civil (OSC); las cuales, en diferentes grados de crítica social, construyen un campo diferente de acción-saber. No obstante, no fue sino hasta que se vincularon ambas perspectivas (la doxológica y la crítica) dentro de una *configuración social entrelazada por el conflicto*, como tomó forma el problema de estudio desde una visión sociológica, distinto al construido en investigaciones sobre administración y ética de negocios.¹² No bastaba con analizar o describir cada perspectiva; se requería ponerlas a dialogar, indagar sobre la función de cada cual en relación con la otra. Era preciso encontrar los mecanismos de cada una y la forma en que estos se enfrentaban para intentar transformar o mantener las relaciones de poder de la configuración más amplia –aquella que relaciona el mercado, la sociedad y el Estado. Se analizaría así el interés generado por la RSE a través de sus efectos de poder en la relación configuracional más amplia. Para ello había que situarnos en episodios que confrontaran la mirada doxológica y crítica de la RSE. Escenarios donde el dispositivo RSE se enfrentara al dispositivo anticorporativo.

¹² Los estudios administrativos suelen analizar la implementación de programas de RSE; ya sea de manera histórica, comparativa o con estudios de caso; pero no conciben o problematizan la relación de la RSE con la configuración social más amplia, por ejemplo, en la relación Estado-mercado-sociedad. Pocos de ellos, además, consideran el conflicto de empresas con organizaciones (un buen ejemplo de los que sí lo hacen es el de Sarah A. Soule sobre la RSE y la protesta social).

De los casos y los episodios de conflicto

Si en esta investigación hubiera interesado analizar cuán responsables son aquellas multinacionales con sellos de RSE o qué transformaciones le implica a una empresa adoptar ese dispositivo; la selección de casos hubiera seguido otro camino. Se habrían comparado empresas con estos distintivos y aquellas que no les interesa tenerlos; se habrían analizado los cambios organizacionales en los distintos ámbitos de relación de la empresa (con sus *stakeholders*): al interior, con trabajadores y proveedores; al exterior con consumidores, clientes, competidores, gobernantes y comunidades vecinas. No obstante, como se mencionó antes, en esta investigación no interesaron tales cuestiones. El motor del estudio fue conocer los efectos de poder de este dispositivo en la relación de la empresa con el Estado y la sociedad. Esto es, su impacto en las redes de poder que entretejen la configuración social. Primero, se quería contestar, ¿por qué algunas empresas multinacionales recurren a este dispositivo? Segundo, ¿qué efectos tiene el uso de este dispositivo en las relaciones de poder de la empresa (con el Estado y con organizaciones sociales)?

De esta forma, la “elección de casos” implicó más que un recuento de empresas socialmente responsables. Esto significó construir un objeto de estudio considerando, precisamente, estas relaciones de poder. Relaciones permeadas por el conflicto de intereses. Como se mencionó antes, en un inicio se hizo un recuento de empresas multinacionales para identificar el universo de ESR en México; posteriormente se amplió la mirada hacia las organizaciones sociales que criticaban la «simulación» de tales empresas. Con ello se identificaron diversos temas en los que estas organizaciones criticaban a las multinacionales que –según su dicho–, pese a presentarse como socialmente responsables, afectaban el bienestar de la sociedad. Estas organizaciones, desde un campo de acción-saber crítico y mediante dispositivos anticorporativos, critican cada uno de los ámbitos en los que las empresas dicen ser responsables: prácticas éticas, respeto de los derechos laborales, cuidado de la salud de los consumidores, inocuidad hacia el medioambiente y filantropía corporativa.

No tenía sentido analizar todas las empresas que tuvieran al menos alguno de los indicadores que las identificaran como socialmente responsables, sino aquellas que,

además, eran *criticadas* por las principales organizaciones anticorporativas. Es decir, agrupaciones sociales que, al estar formalmente conformadas, son la contraparte organizacional de las empresas multinacionales debido a que tienen una estructura similar (misión, visión, objetivos, líneas de acción, productos y servicios).¹³ Del espectro de organizaciones críticas, dos sobresalieron por su trascendencia pública: Greenpeace México (GPM) y El Poder del Consumidor (EPC). Por sus estrategias de lucha, estas organizaciones se sitúan en el mismo juego de poder que las empresas multinacionales: lograr un posicionamiento mediático y publicitario que les permita ganar adeptos. Asimismo estas organizaciones, al igual que las empresas criticadas, son o tienen redes de acción transnacional.

Las críticas de GPM y EPC dieron la pauta para identificar los escenarios analíticos. Para entrever los efectos de poder del dispositivo de RSE era necesario ubicar a estas organizaciones en episodios que las confrontaran con las empresas criticadas; episodios en los que, además, la participación del Estado fuera central. Fue así como, de la agenda de críticas de las organizaciones, dos temas resultaron relevantes por la intervención estatal: 1) Publicidad y venta en escuelas de alimentos procesados y bebidas azucaradas (con alto contenido calórico y bajo valor nutricional) –la llamada “comida chatarra”–. 2) Introducción al país de organismos genéticamente modificados –también llamados transgénicos– para el consumo humano (mediante alimentos procesados o semillas). Como se muestra en la figura 1, tres empresas multinacionales, que se distinguen por su interés en presentarse como socialmente responsables, estuvieron involucradas en estos episodios: Grupo Bimbo, Coca-Cola y Monsanto (véase figura 1).

En torno a estos episodios se reconstruyeron los campos de acción-saber a partir de los cuales, organizaciones anticorporativas y empresas –mediante discursos y prácticas– defendieron sus posturas. En cada uno se identificaron las *retóricas* que

¹³ En esto se dejaron fuera colectivos y acciones de protesta, cuya estructura organizacional hace que actúen de manera coyuntural y efímera; excepto cuando éstos operaran coaligados a alguna organización formalmente establecida (tal es el caso de la Campaña Sin Maíz no hay País, ligada a organizaciones como Greenpeace México).

cada agente enunciante articuló para convencer a los distintos destinatarios. Retóricas que buscaban convencer sobre las *veridicciones* propias; sobre las creencias, los valores e intereses de cada parte.

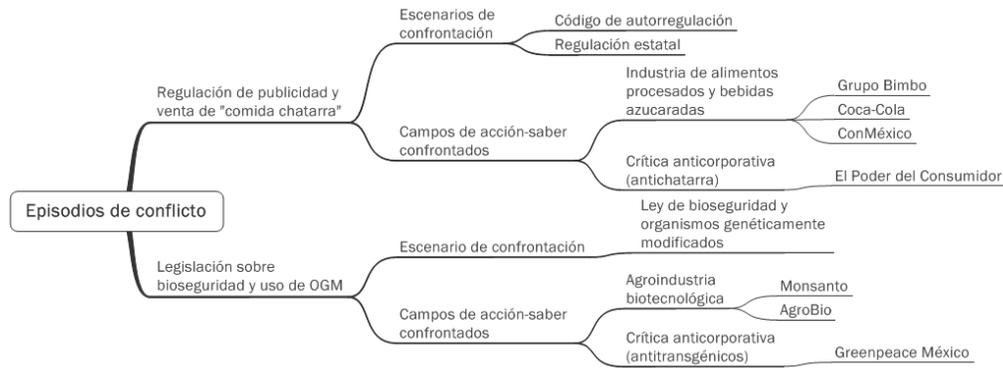


Figura 1. Episodios de conflicto

El campo de la industria de alimentos procesados y bebidas azucaradas se confrontó contra organizaciones “antichatarra” como El Poder del Consumidor. El campo de la industria agrobiotecnológica desafió el dicho de organizaciones “antitransgénicas” como Greenpeace México. En estas confrontaciones el Estado fue interpelado para que actuara a favor de cada uno. Como veremos en los capítulos analíticos (3 y 4), mientras las organizaciones antichatarra pugnaban por la prohibición de venta y publicidad de aquellos productos; los industriales recurrían al dispositivo RSE, a la autorregulación y a la corresponsabilidad de los consumidores. Asimismo, en tanto que organizaciones antitransgénicos buscaban que el Estado le cerrara la puerta a los OGM; los agroindustriales y empresas semilleras apelaban a la «sustentabilidad» de esta tecnología y a la responsabilidad social de las propias empresas.

De los campos de acción-saber confrontados se construyó un *corpus* con documentos de las empresas y las organizaciones anticorporativas así como de sus respectivos aliados (o prodestinatarios). Los diversos documentos (manuales, informes sociales, propaganda, artículos de opinión, desplegados de prensa e información institucional) fueron sistematizados en un programa para analizar información cualitativa (Atlas-Ti). Mediante un *análisis de la enunciación* se

contrastó el dicho de las empresas y el de las organizaciones críticas. Con ello fue posible: 1) ubicar denuncias y justificaciones entre las partes confrontadas; 2) reconstruir la imagen que cada cual tiene de sí y del contrincante; así como, 3) rearticular las demandas y negociaciones de cada parte con el agente gubernamental o de Estado. Asimismo, a partir de información de prensa se reconstruyeron los procesos de enunciación-confrontación, de disputa y negociación, de cada escenario: sobre la regulación de publicidad y venta de “comida chatarra” en las escuelas; y sobre el proceso legislativo en bioseguridad y manejo de transgénicos.¹⁴

Estructura del texto

En el primer capítulo seguiremos la genealogía de la RSE, desde su emergencia a mediados del siglo pasado, hasta su proliferación y “tropicalización” durante la última década. Con este recorrido genealógico podremos entender el “contagio” de la RSE en las principales empresas multinacionales así como la forma en que este dispositivo es adaptado a las viejas prácticas filantrópicas en países de economía emergente, como México. En el segundo capítulo se presentan, como panorama epistemológico para entender el creciente interés por la RSE, las diversas formas en que ha sido entendida. Estas miradas fueron un referente importante para construir el modelo analítico presentado en la segunda parte de ese capítulo así como la propuesta conceptual para entender la RSE como un dispositivo ético. En este capítulo también se exploran las tres dimensiones del horizonte de emergencia de la

¹⁴ En el Anexo 2 se presenta la relación de documentos que conformaron el *Corpus* para analizar los episodios de confrontación. Los documentos de las empresas (Grupo Bimbo, Coca-Cola y Monsanto); de las organizaciones promotoras (AgroBio) y de las organizaciones anticorporativas (Greenpeace México y El Poder del Consumidor); así como los relacionados con el diseño del Código PABI, se clasificaron con números y abreviaturas (GB, cc, Mon, AB, gpm, epc y cp) para facilitar su referencia en el texto. Asimismo, después de la bibliografía se presentan las fuentes hemerográficas consultadas.

RSE; a partir de las cuales en los siguientes capítulos se analizan sus efectos de poder en la relación Estado-mercado-sociedad.

A partir de esta elucidación analítica-conceptual, en los siguientes capítulos se presenta el análisis de los dos episodios de conflicto que escenifican la contraposición entre el campo de acción-saber industrial con su dispositivo RSE; y el campo crítico con su dispositivo anticorporativo. Analizando la disputa generada por la regulación de venta y publicidad de “comida chatarra” y por el proceso legislativo sobre bioseguridad, veremos cómo se entrelazan las prácticas y los discursos de quienes integran tales campos. La forma en que los enunciadores (organizaciones y empresas) buscan convencer sobre sus propias creencias y valores para que, extendiendo su control sobre las relaciones configuracionales, puedan alcanzar sus intereses. Ahí veremos cómo opera el dispositivo RSE en contraposición con el dispositivo anticorporativo; ello nos permitirá entrever los efectos de poder de la RSE y, así, comprender el porqué de su proliferación.

Capítulo 1. Genealogía de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE no plantea que las empresas dejen de ser empresas, sino que se planteen qué tipo de empresas quieren ser para estar a la altura de nuestro tiempo.

Libro Verde de la Comisión Europea

Según constatamos al recorrer los pasillos de los supermercados, cada vez más empresas se suman al grupo de las socialmente responsables. En México buena parte de las multinacionales que llevan productos a nuestras mesas ya cuentan con el distintivo de Empresas Socialmente Responsables (ESR). Tiendas departamentales como Wal-Mart; restaurantes de comida rápida como McDonald's; o cafeterías como Starbucks también han incursionado en el camino de la responsabilidad social. Como veremos en este capítulo, si bien, todavía hay empresas que no se interesan en presentarse como socialmente responsables, la tendencia del mercado no puede negarse: la RSE está en expansión. Es un hecho, según se muestra en este capítulo, que cada vez más empresas (sobre todo las grandes multinacionales) buscan convencer, a sus consumidores y a los gobiernos donde operan, que «la ética es parte del ADN de su negocio». En este capítulo rastrearemos los hilos genealógicos de la RSE para que en los siguientes podamos situar posibles respuestas que nos ayuden a entender el renovado interés sobre esta práctica.

La primera parte de este capítulo tiene la intención de mostrar la emergencia y proliferación de la RSE en el mundo y, específicamente, en México. Para ello vamos a ubicar el contexto en que resurge este dispositivo ético en los países del Norte; la forma en que es “tropicalizado” en los países del Sur; así como su “contagio” dentro de los grandes corporativos multinacionales que operan en México. Con este marco referencial, en la segunda parte se presenta una breve semblanza de las empresas analizadas en los capítulos siguientes.

Reemergencia y proliferación de la RSE

Las empresas del mañana seguirán dos nuevas reglas. Una: llevar el trabajo adonde esté la gente, y no a la gente donde esté el trabajo. Dos: contratar, fuera de la propia empresa, a un contratista externo para aquellas actividades que no ofrezcan oportunidades para avanzar hacia posiciones gerenciales y profesionales de alto nivel dentro de la empresa (por ejemplo: el trabajo de oficina, mantenimientos, la 'oficina de atrás' en las agencias de Bolsa, la sala de anteproyectos en un gran estudio de arquitectura, el laboratorio médico dentro de un hospital). Las corporaciones, en la jerga de los corredores de bolsa, estarán 'sin ataduras'.

Peter Drucker

La década de los noventa del siglo XX comienza con innovaciones sobre los métodos de producción y la administración de negocios. Principios organizativos como el justo-a-tiempo, la calidad total, el proceso de mejora continua o los equipos autónomos de producción hacen de la empresa una nueva configuración social con vinculaciones muy *flexibles*: «la imagen tipo de la empresa moderna en la actualidad es la de un centro esbelto rodeado de una nebulosa de proveedores, de subcontratas –o *outsourcings*–, de prestadores de servicios, de personal interino que permite variar los efectivos según la actividad, de empresas amigas» (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]: 119). Estas configuraciones dinámicas requieren para su operación regulaciones, también, flexibles. Ahí es donde discrepan las demandas de organizaciones sociales críticas y las del sector industrial. Mientras las primeras exigen mayor control estatal; las segundas buscan disminuir la ingerencia del Estado en sus operaciones económicas.

Como lo muestra el augurio de Peter Drucker (1993 [1992]: 24) –escritor *best seller* de la administración de negocios–, las empresas multinacionales, en busca de agilizar sus operaciones comerciales –y, por tanto, incrementar sus ganancias económicas– buscan menores restricciones estatales. Se mudan hacia países marcados por la desigualdad y el desempleo; ahí donde hay mano de obra barata; ahí donde la legislación nacional es más permisiva; ahí donde las «externalidades» o “daños colaterales” del proceso productivo parecen estar alejadas del mundo

desarrollado y de la crítica social. No obstante, con la globalización «contrahegemónica», esto último no es así; los impactos de las multinacionales no pasan inadvertidos para la mirada “fisgona” y la voz crítica de las organizaciones sociales.¹⁵ Una mirada que incomoda a las empresas porque denuncia, por igual, violación de derechos humanos o contaminación medioambiental; mirada y voz sin las cuales probablemente tales daños colaterales sí podrían pasar desapercibidos. Bajo esta mirada y con esta voz las organizaciones anticorporativas le exigen a los Estados reforzar sus marcos regulatorios. En los países del Norte para impulsar normas que sancionen a las empresas cuyas cadenas productivas, instaladas en el Sur, violan los derechos de sus trabajadores o lesionan el medioambiente. En los países del Sur, para reforzar y vigilar el cumplimiento de las regulaciones estatales y las del derecho internacional.

Son –como se puntualiza en el siguiente capítulo–, esta mirada y esta voz, sombras inseparables del desarrollo capitalista, las que nutren los dispositivos éticos que buscan vigorizar el avance del capitalismo global. Dispositivos que, como la responsabilidad social empresarial, buscan legitimar la autorregulación económica.

¹⁵ Pensemos en la distinción que algunos autores hacen sobre dos tipos de globalización: la hegemónica o neoliberal y la contrahegemónica. Boaventura de Sousa Santos (2007 [2005]) define la globalización contrahegemónica como «un vasto conjunto de redes, iniciativas, organizaciones y movimientos que luchan contra los resultados económicos, sociales y políticos de la globalización hegemónica o neoliberal» (31-2). Este tipo de globalización se basa primordialmente en «luchas contra la exclusión social» y «está animada por un *logos* redistributivo», sustentado en «los principios de igualdad y reconocimiento de la diferencia», y que implica «la redistribución de los recursos simbólicos, culturales, políticos, sociales y materiales». Este tipo de globalización, que se conforma mediante la acción colectiva global de redes transnacionales con vínculos locales, nacionales y globales, cobró mayor fuerza desde las protestas de Seattle en la reunión de la OMC en 1999, perfilando «otra forma de globalización a través de los movimientos sociales y de las organizaciones de la sociedad civil que despliegan una lucha contra todas las formas de opresión ocasionadas o intensificadas por la globalización neoliberal» (Santos, 2007 [2005]: 43). En el mismo sentido, Peter Evans (2000) entiende la globalización «contrahegemónica» o «globalización desde abajo» como aquella que se opone a las reglas y redes globales construidas en torno a los intereses de las corporaciones transnacionales; sobre todo si se considera que éstas tienen un carácter «hegemónico». Con esta globalización «se piensa localmente y se actúa globalmente» (230).

Rastreado el hilo de la historia, veamos a continuación la genealogía que siguió el resurgimiento y la proliferación de este dispositivo; desenredemos la madeja del pasado-presente de la RSE para entender su relación con la expansión del capitalismo global y con la crítica anticorporativa.

Manifestaciones primigenias y periodizaciones de la RSE

Si bien, se pueden rastrear profundas raíces de lo que ahora se conoce como responsabilidad social empresarial, el desarrollo más preeminente y la conformación de su campo de acción y saber se remonta a mediados del siglo pasado. Como preludio, podemos identificar tres de sus manifestaciones primigenias presentes, desde el desarrollo industrial de finales del 1800, en los países de la primera industrialización –en los países del Norte. La primera de ellas se relaciona con la preocupación de las empresas emergentes sobre cómo hacer que los empleados fueran más productivos. La segunda remite a las respuestas de los capitalistas ante las que fueran las primeras críticas sociales contra el trabajo de mujeres y niños en la naciente industria de Gran Bretaña y Estados Unidos. La tercera atañe a la acción filantrópica de hombres de negocios como Cornelius Vanderbilt o John D. Rockefeller o de empresas que aportaban a causas de agrupaciones sociales como las Asociaciones Cristianas de Jóvenes (YMCA por sus siglas en inglés: *Young Men's Christian Associations*), el Ejército de Salvación (*Salvation Army*) o el movimiento *Boy Scout* (Carroll, 2008: 19-24).

Este temprano desarrollo de la «preocupación por lo social» en el ámbito de los negocios ha sido explicado a la luz del colapso económico de finales del siglo XIX, desde dos sentidos. Uno plantea que, producto del poder ilimitado de una clase dirigente ligada a las grandes corporaciones, se crearon monopolios y grandes consorcios empresariales cimentados en redes de corrupción que, desafiando toda regla (social, moral, política o económica), detonaron crisis económicas, desempleo masivo y quiebra de negocios. De no haber habido una acumulación de *irresponsabilidad empresarial* y abuso del poder estatal –se asevera desde esta perspectiva–, no habría surgido la necesidad de mirar hacia la responsabilidad social

y la rendición social de cuentas (Carroll, 2008: 23). Otro sentido que no contradice, pero sí complementa la explicación precedente –de la preocupación por lo social (o la domesticación del mercado desde lo social) como producto del “mal manejo” del sistema capitalista–, es el que contempla el efecto de la crítica social. Ligado al colapso financiero, se destapó una crítica contra el sistema capitalista y contra los grandes diferenciales de poder entre, por ejemplo, la clase dirigente/empresarial y la masa trabajadora pauperizada por el desempleo. Muestra clara de esta crítica anticapitalista decimonónica es el movimiento socialista y su lucha contra la «explotación del proletariado». Crítica orientada a «llegar al poder estatal» para después «transformar el mundo» (Wallerstein, 2005: 65).

En estas primeras manifestaciones, de tipo más bien filantrópico y desarrolladas en los países del Norte, encontramos las raíces de lo que, posteriormente, se convirtió en un sistema de gestión socialmente responsable; el cual, además, fue retomado en los países del Sur. Al revisar la historia de la RSE podemos reconocer transformaciones sobre las acciones y percepciones que integran este campo. Desde una periodización se contemplan cuatro «eras» en las que la RSE toma forma (Carroll, 2008: 25). A partir de la primera industrialización y hasta la década de los cincuenta del siglo pasado se empiezan a cimentar las bases de lo que sería el campo de acción y saber sobre RSE. Las primeras prácticas y reflexiones reflejaban el impulso filantrópico inicial. Una segunda era (1953-1967), se caracteriza por la concientización y el reconocimiento sobre la responsabilidad de las empresas y su involucramiento con los asuntos de las comunidades vecinas. Entre 1968 y 1973 se configura una nueva etapa en la que la RSE comienza a enfocarse en asuntos específicos como «el deterioro de la vida urbana, la discriminación racial y los problemas de contaminación». Finalmente (a partir de 1974), en una «era de pronta respuesta» (*responsiveness*), las empresas comienzan a tomar acciones administrativas y organizacionales para atender los asuntos relacionados con su responsabilidad social.

Otra caracterización de la historia formal de la RSE es la que propone su transformación por decenios (Frederick, 2008: 524-28). En la primera etapa (1950-1960) se concibe la RSE como un compromiso filantrópico asumido de manera

voluntaria. La segunda (1960-1970), en un contexto de protesta social, se espera que la RSE trascienda el compromiso filantrópico para asumir un papel más activo, aunque todavía voluntario, en la resolución de los problemas sociales. Para ello se requiere incorporar una «nueva agenda social» a los negocios para corregir la discriminación racial y sexual en el lugar de trabajo; reducir la contaminación industrial; mejorar las condiciones de salud y seguridad en las plantas y oficinas; ofrecer precios justos para los consumidores; asegurar la calidad y efectividad de los productos; proveer vasta información para los inversores; no recibir sobornos; tener un trato justo con los proveedores; así como rehusar arreglar los precios con los competidores. En la tercera fase (1980-1990) la RSE va más allá de la filantropía (de la primera etapa) y del activismo social (de la segunda) para fundamentarse en principios éticos y respeto por los derechos humanos. Finalmente, en la cuarta etapa (1990-2000) la RSE se vislumbra como un conjunto de derechos y obligaciones de la empresa; misma que es vista como un ciudadano más que debe obedecer la ley, contribuir al bien común, participar en la gobernanza pública y demostrar respeto por los otros ciudadanos.

Como se muestra en la siguiente tabla, pese a las diferencias de datación ambas periodizaciones coinciden en que la RSE tiene una raíz filantrópica. De ahí muta hacia el reconocimiento de derechos específicos, la inclusión de principios éticos, respeto de los derechos humanos y la pronta respuesta hacia los grupos de relación; hasta llegar a la conformación de una ciudadanía corporativa, cimentada en el cumplimiento de obligaciones.

Periodización de Carroll		Periodización de Frederick	
1900-1952:	Impulso filantrópico	1950-1960	Compromiso filantrópico voluntario
1953-1967:	Involucramiento con comunidades vecinas	1960-1970	Reconocimiento de derechos por activismo social (discriminación, contaminación etc.)
1968-1973	Atender asuntos específicos (contaminación, discriminación racial)	1980-1990	Principios éticos y respeto por los derechos humanos
1974-a la fecha	Pronta respuesta de la empresa (<i>responsiveness</i>)	1990-2000	Empresas como buenas ciudadanas

Tabla 1.1. Periodizaciones sobre la historia de la RSE

Esta transformación implica cambiar la *perspectiva filantrópica inicial* por una de *derechos y obligaciones*. Esto requeriría un impulso jurídico que, además de impulsar la RSE, garantizara el ejercicio de la ciudadanía corporativa. Pero con la tendencia de una «nueva gobernanza» que estimula la autorregulación –ética– del mercado en detrimento de la regulación jurídica-estatal, esta genealogía queda, en el mejor de los casos, como el marco que ilustra un *devenir ideal* de la RSE; sobre todo para los países del Sur que, como México, se alejan de los avances regulatorios estatales, como en Europa. En países como Francia, Inglaterra y Dinamarca se ha avanzado en impulsar, desde el Estado, la RSE como un conjunto de derechos y obligaciones que las empresas tienen con el gobierno y la sociedad. En ello, no obstante, prevalece la perspectiva voluntaria; no hay marcos normativos que obliguen a las empresas a ser socialmente responsables; sólo hay acciones gubernamentales que la fomentan. Si bien, los gobiernos de Francia, Inglaterra y Dinamarca han hecho obligatoria la publicación de reportes sociales de empresas públicas y privadas; la RSE no es requisito legal para la operación industrial.

En los países del Sur, como veremos adelante, la RSE se “tropicaliza”, manteniendo el compromiso voluntario y el énfasis filantrópico como sus principales ingredientes. Pese a que en el discurso de empresas consultoras y organizaciones empresariales se multiplican las críticas hacia la perspectiva filantrópica; en la práctica, las empresas multinacionales siguen arrojando esta visión, sobre todo para hacer mercadotecnia social.¹⁶ Esta perspectiva, además, tiñe los discursos de las empresas con responsabilidad social como actos caritativos o de buena voluntad, pero no como una obligación de la empresa con el gobierno y la sociedad. Asimismo, en México como en otros países del Sur, además, hay escaso –o nulo– impulso estatal al respecto.

¹⁶ Es decir, publicitar el «compromiso social» de la empresa para que esto sea un elemento a considerar por los «consumidores responsables».

RSE y las iniciativas internacionales para reconfigurar la relación Estado-mercado-sociedad

Desde la década de los noventa emergieron diversas iniciativas internacionales orientadas a reconfigurar la relación Estado-mercado-sociedad para construir una «nueva gobernanza global» basada en la autorregulación del mercado. Ésta implica el establecimiento de una serie de reglas, normas, códigos de conducta y estándares que, con o sin la participación del Estado, constriñen y delimitan el comportamiento de las empresas multinacionales (Levy y Kaplan, 2008: 433). La nueva gobernanza global refiere a «un emergente sistema global de autoridad multi actor y multi nivel» que no sólo involucra la regulación nacional y los tratados internacionales, sino también «mecanismos privados como códigos de conducta, marcos discursivos y normativos así como estructuras de mercado» (Levy y Kaplan, 2008: 437); por lo que se puede definir como un régimen de control mixto: público-privado; estatal y extra estatal.

En este reordenamiento del control sobre el mercado, las premisas autorregulatorias (y voluntarias) de la responsabilidad social resurgen y cobran fuerza. Los empresarios repudian la regulación externa del Estado; los controles mutuos y el autocontrol –aseveran los capitalistas– son más efectivos que el anquilosado control estatal. Además, apelando a la reducción de la atención social del Estado –en países pobres y ricos–, los partidarios de la RSE la presentan como un instrumento útil para promover bienestar social y rearticular las responsabilidades entre el Estado, el mercado y la sociedad. El «desmantelamiento del Estado social» –del Estado de bienestar en países ricos o el Estado populista en países pobres– aparece como la mejor justificación –según sus promotores– para cimentar la RSE en países del Norte y del Sur (Moon y Vogel, 2008: 303-9). La RSE se conforma como un dispositivo ético que permite extender la política económica –neoliberal– del capitalismo global (es decir, la desregulación de los mercados y la disminución de las políticas sociales). Ella favorece que los Estados impulsen alianzas con empresas y organizaciones sociales para adelgazar su gasto social y, con ello, su control sobre el mercado.

Con ello, la agenda internacional se *desestatiza*, generándose así un clima propicio para la RSE. Durante el Foro Económico de Davos de 1999, el entonces secretario de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Kofi Annan, exhortó a los capitalistas para promover la responsabilidad social en sus empresas; ello sentó las bases para crear la iniciativa *Global Compact*.¹⁷ Desde entonces se reconoce mundialmente la *responsabilidad social empresarial* como el conjunto de propósitos que las empresas *pueden* implementar para mejorar su desempeño productivo y su relación con la sociedad. Tales propósitos, de carácter voluntario, se sustentan en cuatro principios: promover el bienestar de sus trabajadores; armonizar sus acciones productivas con el medio ambiente; generar un compromiso con el desarrollo de la comunidad; y, combatir la corrupción en sus procesos productivos (Cemefi, 2006; Martínez-Soliman, 2008).¹⁸ Después de la publicación del Pacto Mundial, se multiplicaron las iniciativas nacionales e internacionales; públicas y privadas, para promover la responsabilidad social de las empresas. Mientras que en 2000, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) publicó una serie de directrices para regular a las empresas multinacionales; en 2002, la Comunidad Económica Europea (CEE) presentó un plan de regulación sustentable para la empresa, conocido como *Libro Verde*. Ocho años más tarde, y después de un arduo debate mundial, en 2010 se publicó la norma ISO 26000 en Responsabilidad Social.

La RSE se extendió como parte de la nueva relación Estado-mercado-sociedad. Diversos gobiernos –principalmente europeos– la incluyeron en sus agendas gubernamentales. Ciertas corporaciones multinacionales, la implementaron en mecanismos de autorregulación y de reportes sociales (como el *Global Reporting Initiative*). Organizaciones no gubernamentales internacionales (ONGI), como *World Wildlife Fund* y *Amnesty International*, comenzaron a realizar alianzas con empresas multinacionales para ayudarlas a mejorar su desempeño social y medioambiental.

¹⁷ En México el *Global Compact* es conocido como Pacto Mundial y se suscribió, de manera oficial, en junio de 2005.

¹⁸ El principio para combatir la corrupción fue agregado en 2003, durante la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, llevada a cabo en Mérida, Yucatán (México).

Aunado a esto, los organismos de cooperación internacional han modificado sus mecanismos para impulsar el desarrollo económico, incluyendo premisas éticas (como el respeto a la vida, la dignidad humana y el medio ambiente; o la promoción de la compasión, solidaridad y justicia social); todo ello con el fin de promover una «articulación responsable» entre gobierno, mercado y sociedad (Kliksberg, 2005). En el mismo tenor se encuentran las acciones gubernamentales que, desde el discurso de la *corresponsabilidad*, confeccionan programas sociales para abatir la pobreza y la marginación socioeconómica; particularmente ante la embestida de los ajustes estructurales que, las dos últimas décadas del siglo pasado, agudizaron la desigualdad en los países de industrialización tardía.¹⁹ Finalmente se puede mencionar el compromiso ético que, en el año 2000, ciento noventa y un Estados hicieron con la ONU para cumplir con las Metas de desarrollo del Milenio.²⁰

Acciones como éstas marcaron, en el mundo, una nueva formación relacional entre el Estado, el mercado y la sociedad. En México y América Latina también ha florecido la RSE aunque, como veremos, con un fuerte énfasis filantrópico. En la década de los noventa comienza a tomar forma, en América Latina, la idea de RSE cuando se multiplicaron organizaciones sociales ligadas a empresas. Su propósito era «difundir y fomentar» esta práctica «en el interior de las empresas». El Instituto Ethos de Brasil se creó en 1998; Acción Empresarial de Chile, en 1999; Perú 2021, en 1994; y Fundemas en El Salvador, en 2000 (Hupperts, 2006: 114). En México el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), tomó la batuta de su promoción, desde 1999,

¹⁹ Situación en la que contrastan pequeños enclaves de multimillonarios dentro de amplios territorios de pobreza. En otras palabras, la combinación de muchos con poco y de pocos con mucho; así como la existencia “redundante” de amplios sectores poblacionales que resultan prescindibles bajo la lógica económica de la ganancia y acumulación capitalista (Castells, 1999; Arrighi, 1999; Stiglitz, 2003; Grynspan, 2005).

²⁰ Los objetivos de desarrollo de la ONU para el milenio pretenden que, para el año 2015, los países firmantes logren: erradicar la pobreza y el hambre; universalizar la educación primaria; promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer; reducir la mortalidad infantil; mejorar la salud materna; combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades; garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; así como fomentar la asociatividad mundial para el desarrollo (CINU, 2000).

con el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR). Todas estas organizaciones –vinculadas al sector empresarial– “tropicalizaron” la RSE gestada en los países del Norte, adaptándola a condiciones sociales sustantivamente diferentes: sociedades marcadas por la pobreza y la desigualdad; y con Estados cuya historia democrática contrasta con una muy larga historia autoritaria. En el siguiente apartado veremos la forma en que la RSE es adaptada en países del Sur como México.

“Tropicalización” de la RSE en los países del Sur: RSE a la mexicana

Es importante destacar que la RS [responsabilidad social] va más allá de la filantropía. Representa un compromiso voluntario, pero de acuerdo con principios éticos de gestión empresarial y contribución a la solución de retos sociales que rebasan el horizonte inmediato de la empresa y organización. *Pacto Mundial México*

En México se comienza a hablar de la responsabilidad social de las empresas en la década de los sesenta. Particularmente cuando un grupo de capitalistas funda la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM), «iniciativa de inspiración católica que se constituyó como una propuesta de promoción social para los campesinos y consistió en llevar capacitación y asistencia técnica a regiones pobres del país» (Serna, 2006: 158). Siguiendo el «humanismo del pensamiento cristiano», en 1957 se funda la USEM con el propósito de «fomentar una ‘economía con responsabilidad social’, con rostro humano y al servicio de la persona» (palabras de Juan Manuel López Valdivia, presidente de USEM, en el 9º Congreso de la USEM en Aguascalientes, USEM, nov-dic 2003). Uno de sus miembros explicaba su fundación de la siguiente manera:

Empresarios convencidos del humanismo del pensamiento social cristiano se decidieron a inyectarlo en ese mundo sin alma [el mundo capitalista]. Había que comenzar por la humanización del mismo empresario, para humanizar su empresa, sus organismos intermedios y la sociedad en general. Así nació la USEM. Un movimiento de ideas –que se conocieran, convencieran y motivaran a la acción– por empresarios y para empresarios. Como fundamento de ese pensamiento se tomó la Doctrina Social de la Iglesia. La

tarea consistía en orientar con él los problemas socioeconómicos actuales para encontrarles soluciones dignas de la persona humana. (Extracto del libro *Compromiso y Acción*, del sacerdote jesuita Manuel Loza Macías, en USEM, ene-feb 2008: 3)

Desde su fundación, la USEM ha procurado motivar la creación de más asociaciones que fomenten la construcción de «una sociedad más justa, más humana y más fraterna». Para lograrlo, y en concordancia con la «humildad» del credo cristiano, esta organización mantiene un perfil social bajo; es decir, «sin protagonismos avasalladores» (Araujo, 2008: 2). Esto la distingue de organizaciones como el Centro Mexicano para la Filantropía, el cual se ha conformado como un agente protagónico que busca acaparar los reflectores publicitarios de la RSE mediante la entrega del distintivo ESR. Esta organización, como veremos en el siguiente apartado, es pionera en hacer de la RSE en México una estrategia de negocios. Como parte del impulso que generó la asociatividad posterior al sismo de la Ciudad de México de 1985, Cemefi surgió a finales de la década de los ochenta, por iniciativa de un empresario mexicano (socio cofundador de una de las más importantes cadenas mexicanas de autoservicio).

Desde entonces Cemefi orientó sus acciones hacia la filantropía corporativa, recaudando fondos empresariales para «mirar por los demás». No obstante, conforme avanzó la transformación de la RSE en los países desarrollados, a finales del siglo XX la organización se sumó al intento de construir un dispositivo *integral* de responsabilidad social (del cual, la filantropía sería sólo uno de sus componentes). Con esa idea el Centro diseñó un distintivo que, pese a no dejar atrás el predominio filantrópico, sí se convirtió en un componente básico para su sustentabilidad financiera (casi el 90% de las finanzas de la organización dependen de los ingresos relacionados con el Programa de RSE y el Distintivo ESR).²¹

Pese a que los manuales de las propias organizaciones –como Cemefi– plantean lo contrario, la RSE en México tiene un fuerte énfasis filantrópico. Las empresas promueven programas de ayuda social, humanitaria y medioambiental para

²¹ Comunicación personal con un exintegrante de Cemefi (marzo de 2008).

contribuir a resolver los problemas sociales del país. La RSE –según los propios empresarios que la practican– forma parte de la *convicción moral* de quienes están dispuestos a «hacer algo» por la situación de pobreza, desigualdad, deterioro ecológico e injusticia del entorno social. Situación que, por lo demás, no es concebida como producto del propio desarrollo capitalista y, por tanto, propiciada –en cierta medida– por las mismas empresas. Es una situación que está y ha estado ahí por siempre (por “culpa” del gobierno o de la cultura popular). Es una situación de la cual las empresas no se asumen como directamente responsables aunque sí están dispuestas a hacer algo para remediarla. La idea de la RSE como obligación social o jurídica no existe. La RSE es vista como un esfuerzo, extraordinario y humanitario, que los empresarios hacen para contribuir a solucionar los problemas que el gobierno no puede resolver.

El énfasis filantrópico de la *RSE a la mexicana* se fundamenta en una *tradición caritativa y una cultura autoritaria y paternalista*. Tradición caritativa motivada por la doctrina cristiana; cultura autoritaria y paternalista relacionada con una forma de hacer política –herencia virreinal– marcada por la dádiva a cambio de la lealtad u obediencia política; la sujeción e infantilización de los ciudadanos; así como el no reconocimiento de derechos y obligaciones cívicas de gobernados y gobernantes.²² De hecho, si reflexionamos al respecto, la filantropía es connaturalmente paternalista y autoritaria: es una *ayuda* que refuerza y agudiza los diferenciales de poder. La filantropía construye una relación en la que el donador incrementa su diferencial de poder respecto de quien no da y de quien recibe su ayuda. Por una parte, es reconocido socialmente aquel individuo que ayuda a los demás; legitimando, así, su posición socioeconómica –porque, generalmente, quienes

²² Hablar de las raíces culturales de la RSE no implica pensar en ella como las redes de solidaridad y ayuda mutua que culturas indígenas, «no occidentales» (prehispánicas, asiáticas o africanas), ya practicaban (Visser, 2008: 480-1). Si bien esto último es completamente cierto, también lo es que, por ejemplo, el tequio, la faena o la mano vuelta –todas ellas prácticas mesoamericanas de reciprocidad y trabajo comunitario– son prácticas de *ayuda mutua* para el beneficio de la comunidad. Ello poco tiene que ver con la lógica filantrópica de la dádiva o caridad.

ayudan son aquellos que tienen la posibilidad económica de hacerlo–, y desacreditando a quienes, teniendo la oportunidad, no lo hacen. Por otra parte, al quedar el beneficiario en deuda con el donador, se confirma el diferencial de poder que los separa.²³

Por ello es que este énfasis filantrópico refuerza las condiciones socioeconómicas que caracterizan la desigualdad de los países del Sur. Grandes capitalistas, como Carlos Slim, además de amasar enormes fortunas mediante de actividades monopólicas, se suman a la lista –junto con Bill Gates– de los «filantrocapiatistas» más reconocidos en el mundo (Bishop y Green, 2009 [2008]). Ellos no sólo encabezan el listado de los hombres más ricos del mundo; también son personalidades reconocidas en el mundo filantrópico. Un mundo sustentado en el prestigio y, por tanto, en el ensanchamiento del diferencial de poder entre ricos y pobres (entre los que dan y reciben); aunque también entre los ricos que dan y los que no dan. Y si bien, México reporta uno de los índices más bajo de donaciones filantrópicas institucionalizadas –sólo el 0.04% del PIB se destina a la filantropía–²⁴ esta cifra crece si se consideran las donaciones informales; es decir, aquellas que se hacen sin la intervención de instituciones de caridad.²⁵

La filantropía es un acto caritativo pero sobre todo un mecanismo de poder. En el devenir histórico de México, la práctica filantrópica ha sido útil para que el Estado, la

²³ Como se puntualiza adelante, el «diferencial de poder» denota la relación de fuerza de los «contrincantes» que se enfrentan en un juego de poder dentro de la configuración social (Elias, 1982 [1970]).

²⁴ El promedio mundial es 10 veces mayor. Asimismo, «mientras en México las personas con alto poder adquisitivo donan el 3 por ciento de sus carteras a causas altruistas, en Estados Unidos otorgan el 7.6 por ciento» (Sánchez, 2010-10-26).

²⁵ Quienes estudian la filantropía en México coinciden en que «[...] algunas empresas mexicanas como Bimbo, Cemex o el Grupo GNP de la familia Bailleres ya tienen una trayectoria [filantrópica], de raíces mexicanas, aparte de cualquier influencia de los Estados Unidos o Europa». Por ello «hay que tener presente que algunos aspectos de [su] responsabilidad social vienen de esas raíces muy apegadas a la iglesia, a valores religiosos, es una fuente importante de estas prácticas» (entrevista con Michael D. Layton, 13 de agosto de 2008).

iglesia Católica o los capitalistas mantengan su control configuracional. Ello lo podemos ver en la genealogía que nos lleva de la filantropía novohispánica a la actual RSE. Una genealogía que, siguiendo procesos históricos, delinea transformaciones de la filantropía en tres etapas: la eclesial, la estatal y la empresarial.²⁶ En cada una de las cuales, la iglesia, el Estado o las empresas marcan la pauta para reconfigurar las cambiantes relaciones de poder. De ser la iglesia Católica el principal actor de la filantropía desde la Colonia, en el siglo XX, con mayor participación del Estado, la filantropía eclesial pierde la primacía de la asistencia social. Se acota la participación filantrópica de la jerarquía Católica y aumenta la participación estatal mediante su política social. Pero, para el último cuarto de siglo (con un gradual debilitamiento de la política social del Estado) se diversifica el espectro filantrópico y comienzan a operar nuevos actores: la sociedad civil organizada y los empresarios. Particularmente la última década del siglo aumenta la participación de estos agentes –sociedad civil y empresarios–; la “ayuda a los demás” se torna en un medio para crear fuentes de empleos (en las organizaciones sociales) así como en una estrategia de negocios (para las empresas).

De manera esquemática –y con cortes temporales que se antojan más bien flexibles– podemos decir que desde la Conquista y hasta la Reforma, la iglesia Católica concentró la acción filantrópica (ver Tabla 1.2). Las leyes de Reforma generaron cierta dispersión del poder eclesial sobre la filantropía; pero no fue sino

²⁶ Esta genealogía está inspirada en tres periodizaciones complementarias. 1) La que divide la historia de las «instituciones donantes» que canalizan «recursos privados para fines públicos» en tres generaciones (Natal, 2002): a) Generación asistencial (desde las Caridades de fines del siglo XIX hasta la década de los 30 del siglo XX); b) Generación de transición (1940-1960); y, c) Generación del desarrollo (dos subperiodos: de los 60s a 1984 y de 1985 en adelante). 2) La que presenta cinco momentos de la historia del sector no lucrativo: conquista e inicios de la colonia; establecimiento colonial; periodo independiente; reforma liberal y porfiriato; así como de la revolución al México contemporáneo (Verduzco, 2003). 3) La que reconstruye la historia de las «instituciones de clase dominante» que «ayudan a sobrevivir a los marginados» (González, 1985) en tres periodos: a) La Hacienda; b) La época revolucionaria (el final de la Hacienda); y, c) El Capitalismo dependiente.

hasta la Revolución y el Cardenismo, cuando el Estado –reforzado por un discurso laico y anticlerical– asumió la asistencia social como una de sus funciones (política pública de bienestar social). Con ello se acotó la acción filantrópica de la iglesia Católica (la cual, no obstante, creó organizaciones para-eclesiales con el fin de continuar su labor filantrópica).²⁷

Etapas	Procesos históricos	Caracterización general del proceso filantrópico
Filantropía eclesial	Conquista, Colonia	Filantropía en manos de la iglesia Católica (concentración de poder eclesial ante el poder político de la Corona); Reformas Borbónicas como intento de la Corona por disminuir el poder de la iglesia.
	Independencia, Reforma, Porfiriato	Reacomodo de fuerzas entre el poder eclesial y el poder político del gobierno independiente (leyes de Reforma). Apoyo del gobierno porfirista a las acciones filantrópicas de la iglesia Católica para embellecer los paisajes urbanos (invisibilizar a los pobres que “afeaban” el entorno).
Filantropía estatal o Asistencia social pública	Revolución, Cardenismo	Populismo, corporativismo, Estado benefactor: asistencia social como instrumento para fortalecer el poder político estatal. No obstante, como respuesta a la guerra cristera (1926-1929) y ante el “avance del socialismo”, la iglesia Católica fortalece su presencia ampliando su acción filantrópica (mediante organizaciones creadas por ella).
	Industrialización y urbanización con protección del Estado (1946-1968)	Protección estatal para impulsar la industrialización y el desarrollo económico (<i>boom</i> petrolero); consolidación del poder del Estado; disminución del embate anticlerical; continúa la acción filantrópica de organizaciones eclesiales.
Filantropía empresarial y RSE a la mexicana	Crisis política, social y económica (1968-1989)	Descontento político y crítica social. Reformas político-electorales; crisis económica. Fortalecimiento de la elite económica. Oposición del empresariado ante el Estado: participación política del empresariado (PAN). Asistencia social del Estado insuficiente. Crece la acción filantrópica de los empresarios.
	Política económica neoliberal, democratización política (1990-actualidad)	Expansión global del capitalismo y reconfiguración del poder estatal. Crece la participación social organizada y se reconfigura la crítica social ante la desigualdad socioeconómica. Integración de la filantropía a la gestión de negocios de las empresas y conformación de programas de RSE para acotar la regulación estatal a sus intereses y frenar la crítica social: contagio de la RSE

Tabla 1.2. Genealogía de la RSE en México

²⁷ Esto hace referencia al uso de «prestarnombres» con los que la iglesia Católica sigue operando en tal periodo (Natal, 2000; Verduzco, 2003).

Entre 1940 y 1958, la elite económica dependió del “favor” estatal para fortalecerse; y, a su vez, el Estado dependía de que su apuesta al desarrollo capitalista lo legitimara socialmente.²⁸ Pero una vez que inicia el desarrollo estabilizador (1958-1970), particularmente, en los años sesenta «surgieron algunas fisuras» entre las elites política y económica: segmentos del gobierno comenzaban a perder fe en las promesas del desarrollo capitalista y diversos grupos del empresariado no dependían ya de la ayuda gubernamental para sobrevivir (Camp, 1995 [1989]: 39).²⁹ Es entonces cuando el empresariado comienza a unificar posiciones para enfrentarse al Estado. Y, si bien, la primera etapa de industrialización, con la bonanza económica del *boom petrolero*, favoreció la expansión de la asistencia social pública (del Estado), desplazando la acción filantrópica (de la iglesia Católica y la incipiente elite industrial); con las crisis subsecuentes la filantropía empresarial comenzó a opacar la desgastada asistencia pública.

Con el inicio de la crisis política y económica –década de los setenta–, el Estado comenzó a disminuir su gasto social, abriendo la puerta para que se reconfigurara la

²⁸ El Estado intervino en la economía en tres niveles: 1) con la inversión en sectores económicos en los que la incipiente industria nacional no estaba dispuesta a invertir (Altos Hornos es un ejemplo); 2) con el rescate a empresas en bancarota (Diesel Nacional es otro ejemplo); así como 3) con el control sobre la inversión extranjera y la “mexicanización” de la industria (Bennet y Sharpe, 1980: 175-180).

²⁹ Luis Echeverría (1970-1976) «implantó una política populista de enormes gastos públicos». Gastos que debieron ser cubiertos con la ampliación de la base de recaudación fiscal. Esta reforma fiscal generó animadversión en la elite económica, generando una reacción sin precedentes: «En primer lugar, la comunidad empresarial nacional se unió a las empresas extranjeras para enfrentarse al sector público [...] En segundo lugar, y lo que es más importante, los empresarios realizaron algunas acciones para frenar la economía, lo que contribuyó a crear una situación cercana a una crisis política, al final del régimen de Echeverría. Esto hacía más difícil que el gobierno enfrentara a un grupo de empresarios con otro, una técnica usada tiempo atrás por los líderes políticos mexicanos para disipar la influencia política potencial de los empresarios. A causa de la crisis de legitimidad surgida después de 1968, y de las nuevas direcciones asumidas por el régimen de Echeverría en su política económica, el propio gobierno estaba dividido, lo que lo debilitaba frente al sector privado» (Camp, 1995 [1989]: 42).

asistencia y promoción del desarrollo social. Después de 1976, la intervención del Estado en la economía comenzó a ser insuficiente para garantizar bienestar para todos. Las promesas de desarrollo del capitalismo no habían sido suficientes. El excesivo gasto público y la caída en los precios internacionales de petróleo situaron al Estado en un contexto inviable para mantener el modelo económico proteccionista. Durante el gobierno de José López Portillo (1976-1982), la fórmula de necesidad que relacionaba a la clase política con la elite económica tomó un nuevo balance.³⁰ El sector empresarial se había fortalecido y el gobierno estaba debilitándose. Para 1977 el Estado era el que requería la asistencia del sector privado hacer que su modelo económico funcionara con eficiencia; por ello es que el discurso gubernamental a finales de los setenta se enfocó en buscar la cooperación de la clase empresarial (Camp, 1995 [1989]: 43-4). Pero, con la nacionalización de la banca (1982), devino nuevamente un rompimiento entre el Estado y el mercado. Esta acción gubernamental fue detonante del incremento de la oposición empresarial frente al gobierno.

Asimismo, a partir de la década de los ochenta se multiplicó el número de organizaciones sociales (operativas, donantes y asesoras).³¹ Particularmente, después del sismo de 1985 –ante la incapacidad gubernamental para subsanar tal tragedia–, así como después de la crisis económica de 1982 –que hizo necesario el desmantelamiento del modelo benefactor de Estado– la filantropía privada (de empresarios y organizaciones sociales) se refuerza. Como parte de esta diversificación de agentes sociales interesados en participar en la vida política del país, a partir de 1982 los empresarios del norte (ahí donde tenían mayor capacidad organizativa) –principalmente pequeños y medianos– decidieron participar

³⁰ La fórmula de necesidad, como veremos en el siguiente capítulo, refiere a las relaciones de control-dependencia-resistencia en la configuración social.

³¹ Son organizaciones operativas aquellas que diseñan y operan proyectos, teniendo vínculo directo con la población; organizaciones donantes o fundaciones son las que apoyan con recursos a instituciones no lucrativas; y las asesoras son organizaciones que brindan servicios de consultoría profesional a otras organizaciones (operativas y fundaciones).

activamente en un partido de oposición que, desde su creación en 1939, no había logrado competir de manera efectiva en el terreno electoral: el Partido Acción Nacional (PAN). Esto marcó una ruptura con la tradicional reticencia de la elite económica a participar públicamente en la política nacional. Anteriormente, la incidencia del empresariado en las decisiones gubernamentales se efectuaba «tras bambalinas» (es decir, mediante negociaciones personales con el presidente o los agentes de gobierno) (Mizrahi, 1996: 494).³² Con el apoyo al PAN, los pequeños y medianos empresarios se enfrentaban políticamente al Estado; participando de forma abierta en la gestión pública (Alba, 2006: 128). En contraste, los grandes empresarios mantuvieron una postura más conciliadora, conservando su lealtad hacia el gobierno del Partido Revolucionario Institucional. Actitud que, en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), les fue retribuida.

La estrategia política del salinismo para remediar la crisis socioeconómica de los ochenta fue descargar el gasto público. Para ello se ofertaron empresas paraestatales al capital privado, favoreciendo «la creación de por lo menos 50 grandes grupos empresariales, los cuales mostraron altos índices de utilidades no obstante el poco dinamismo de la economía» (Mizrahi, 1996: 508). Con esto, el gobierno promovió lo que propiamente es el desarrollo capitalista; alimentando la lógica de acumulación-desigualdad.³³ Por una parte, fomentó que unos cuantos empresarios entraran en el ciclo de acumulación mundial de capital; y, por el otro, propició que se extendiera la brecha de desigualdad, de los grandes capitalistas frente a medianos y pequeños empresarios, así como frente al resto de la población. En este sexenio, la elite económica se fortaleció a un grado tal que ya no aceptaría someter su suerte a los designios del Estado. Desde entonces, los empresarios, abanderando el estandarte de la democracia, han incursionado en la lucha por el control político; de forma directa (mediante el apoyo-rechazo a candidatos) o

³² En esto cabe mencionar que hasta la década de los setenta, el Estado mantuvo un pacto con la elite económica: los empresarios eran consultados siempre que se tomaban decisiones en materia económica (Alba, 2006: 126).

³³ En el siguiente capítulo nos adentraremos en esta lógica de acumulación para entender el desarrollo y expansión global del capitalismo.

indirecta (mediante cabildeo en las Cámaras). Los empresarios se enfrentan al Estado desde dos frentes (Alba, 2006: 128): el político y el económico. Entonces, a diferencia de lo ocurrido décadas anteriores, los empresarios tienen la capacidad de orientar el curso político y económico del Estado. Un Estado, que desde la década de los setenta ha visto debilitada su gobernabilidad y legitimidad social.³⁴ Desde entonces surgen organizaciones (de la sociedad civil o de empresas) que empiezan a asumir funciones que el Estado ya no puede cubrir.³⁵ Con ello comienza el proceso de desestatización del gobierno y de gubernamentalización de la sociedad y el mercado –el cual abordaremos detenidamente en el segundo capítulo.

El fortalecimiento de esta elite industrial se apuntala con la expansión global del capitalismo. Con los cambios mundiales de 1989 el capitalismo fortalece su avance global; pese a las evidentes desigualdades que lo sustentan, el capitalismo de las grandes empresas multinacionales se enarbola como la única opción posible (Arrighi, et. al., 1999; Sanyal, 2007). Los ajustes económicos estructurales y la política neoliberal favorecen la concentración del poder económico en un puñado de empresas. Los costos sociales, no obstante, se socializan; crece la desigualdad económica y descontento social. Ante ello, la filantropía corporativa y las premisas de la RSE (derechos humanos, medioambiente, ética y filantropía) se conforman como un medio para reforzar el avance capitalista. Ante las desigualdades socioeconómicas y la creciente individualización de la vida social, emerge la necesidad de acoger un dispositivo ético que justifique (legitime y haga creíble) este sistema económico y su expansión global. Se conforma así un dispositivo cimentado en una «ética indolora» que no le implica al individuo más “sacrificio” que hacer

³⁴ Pero en este declive de la legitimidad del Estado, también encontramos intentos por reforzar su control político y social. Uno de ellos lo podemos ubicar en la política social; es decir el instrumento gubernamental –residual de la política económica– que el Estado implementa para responder a los efectos colaterales del desarrollo capitalista; léase, la pobreza y desigualdad socioeconómica.

³⁵ Tan sólo entre 1999 y 2000 se «tuvo noticia del inicio de alrededor de 16 instituciones donantes» (Natal, 2002: 21-22). En esto habrá que considerar, además, el impulso que tuvo el sector filantrópico (desde 2000) en los sexenios del derechista Partido Acción Nacional; caracterizados por fuertes vínculos con grupos laicos de la iglesia Católica y con empresarios.

alguna donación para los pobres y desfavorecidos (Lipovetsky, 1998). Es entonces cuando el “contagio” de la RSE se propaga.

Cemefi y el “contagio” de la RSE en México

El que otra empresa sea socialmente responsable te obliga a tomar una referencia y a hacer un análisis de tu propia actuación. Esta pauta de tener parámetros de guía que te permita no sólo la implantación sino la mejora continua y la comparación de tus programas.

Felipe Cajiga

Manuel Arango (quien fuera socio fundador del Grupo Cifra) creó, en 1988, el Centro Mexicano para la Filantropía con la misión de «promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera» (véase www.cemefi.org.mx). En 1996 Cemefi incorpora puntualmente la RSE como una línea de acción específica a través del Programa de Responsabilidad Social Empresarial, orientado «a la promoción del tema y apoyando a la empresa en la comprensión, adopción de mejores prácticas y mejora continua» (Cajiga, 2006: 1). Desde el año 2000, el Centro se configura como principal promotor de la RSE en México al entregar un distintivo a las empresas que, interesadas en contestar un cuestionario de autoevaluación, “demuestren” su responsabilidad social «de forma integral» siguiendo los siguientes principios: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación con la comunidad y cuidado y preservación del medio ambiente.³⁶ Como complemento, Cemefi también otorga un premio que reconoce las «buenas prácticas» de las empresas en alguno de los rubros de responsabilidad social (medio ambiente, trabajadores, ética o filantropía).³⁷ Las primeras empresas

³⁶ «El Distintivo es un identificador gráfico renovable que se otorga anualmente a empresas que operan en México por vincular la misión de su negocio con los principios de la responsabilidad social y realizar acciones en las cuales se aplican dichos principios» (Cemefi: 42).

³⁷ El Reconocimiento a las Mejores Prácticas de RSE es una «distinción pública» que el Centro «otorga anualmente a las empresas que operan prácticas que aportan éxito al negocio y, al mismo tiempo,

que recibieron el distintivo de empresa socialmente responsable (ESR) en el 2001, y que en el décimo año aún lo mantienen son: BBVA Bancomer, Grupo Bimbo, Hewlett Packard, Holcim Apasco, S.C. Johnson & Son, Shell México, Coca-Cola México, Wal-Mart de México y Zimat Consultores (*Periódico Reforma*, Inserción pagada, 16 de marzo de 2010; www.cemefi.org.mx).

El incremento de empresas interesadas en obtener el distintivo ESR es explicado por Felipe Cajiga, Director de Responsabilidad Social de Cemefi, como «el contagio que tiene hacia otras empresas» ya que –como se lee en el epígrafe–, el que otra empresa sea socialmente responsable genera incentivos para que las empresas del mismo ramo la incorporen (entrevistado por Velázquez, 2009: 20). Tal «contagio» obedece al *benchmarking* referido por Cajiga, pero también a la inducción generada por Cemefi para obtener el distintivo. Inducción que –por ejemplo– en la convocatoria 2008 implicó la promoción de un *paquete promocional* para que las grandes empresas inscribieran a dos Pymes de su cadena de valor:

Para impulsar la participación de las Pymes en el proceso de obtención del Distintivo ESR, el Cemefi incluyó en su convocatoria 2008 un mecanismo que permite a las grandes empresas inscribir a dos Pymes de su cadena de valor en el proceso. Estas acciones, en su conjunto, propiciaron que el año pasado 170 pequeñas y medianas empresas participaran por primera vez en este proceso. (Cemefi, 2009)

En 2001, veintiocho empresas se interesaron en obtener este distintivo; de ellas, sólo 17 lo obtuvieron. Esto contrasta con las cifras de 2008 e ilustra el “contagio” de la RSE: de 520 empresas interesadas en obtenerlo, 274 fueron galardonadas. No obstante su expansión, este distintivo ha sido criticado porque la evaluación de las prácticas empresariales «se da entre pares». Los evaluadores que deciden qué empresas serán reconocidas con el distintivo ESR y con el premio de buenas prácticas RSE «son empresarios y en este proceso no participan integrantes de la sociedad civil o miembros de la comunidad académica» (Serna, 2006: 159). Otras

impactan positivamente a la sociedad, estimulando a otras compañías a replicarlas» (*Revista Ganar-Ganar*, nov-dic, 2009).

opiniones también plantean que el distintivo se ha convertido en un buen negocio para Cemefi, pero con él no necesariamente se refleja una responsabilidad social “real”. En palabras de una consultora sobre RSE –entrevistada para esta investigación–:

[...] el distintivo es una autoevaluación y se paga. Empieza a haber crítica alrededor de eso. [Porque] yo [empresa] estoy diciendo que yo soy socialmente responsable y yo pago comunicación y publicidad para decirte que soy lindo, chulo y guapo. (Entrevista realizada el 29 de julio de 2008)

Asimismo, el distintivo también es criticado porque no considera, dentro de los indicadores a evaluar, la relación de las empresas con los consumidores. Al respecto, otro exintegrante de Cemefi habla de la necesidad de que en la evaluación para obtener el distintivo ESR se incluya la representación de los consumidores:

Tiene que estar Profeco [Procuraduría Federal del Consumidor] adentro. Profeco debe dar el reporte de los consumidores con respecto al producto. Dentro de los criterios del distintivo se debe responder cómo está la empresa respondiendo a las quejas de los consumidores. (Entrevista realizada el 29 de julio de 2008)³⁸

Los trabajadores también están excluidos en esta evaluación. Por lo que, este distintivo, en realidad, no responde a los intereses de todos los grupos de relación de la empresa. Veamos lo que nos comentó la consultora mencionada:

Yo [aludiendo a Cemefi] vendo un servicio. El servicio que yo vendo es que sean tus grupos de interés los que determinen tu responsabilidad social. No está el consumidor, no están los proveedores, no están los empleados. Lo nuevo que está llegando de Europa son informes anuales elaborados con información de los grupos de interés. (Entrevista realizada el 29 de julio de 2008)

Pese a estas “fallas”, el distintivo ESR es el que mayor difusión ha tenido en México. No obstante, también se pueden mencionar otros mecanismos –nacionales e internacionales– que las empresas interesadas usan para hacer gala de su

³⁸ Esta crítica cobra sentido si consideramos que empresas, como Telmex, CFE o Wal-Mart han obtenido el distintivo de Cemefi pero, también, son las que más quejas tienen ante Profeco.

responsabilidad social o implementar prácticas de RSE. Por una parte están los sistemas de gestión y las directrices de acción que impulsan ambientes laborales óptimos e incluyentes o que equilibran la vida laboral y familiar; aquellos que promueven la equidad de género; o aquellos que propician prácticas sustentables y cuidado del medioambiente. Por otra parte, están los premios y reconocimientos otorgados a empresas con prácticas éticas o con reconocida reputación mundial. Estos lineamientos, reconocimientos y distintivos forman parte de las normas blandas –extraestatales– de la nueva gobernanza global. Son mecanismos de autorregulación útiles para mejorar el posicionamiento de una marca en el mercado. Para obtenerlos, las empresas compran asesoría externa o incorporan áreas específicas dentro de su estructura organizacional. Como esto genera un gasto extraordinario para la empresa; suelen ser las grandes empresas las que tienen mayores oportunidades de implementar este dispositivo ético.

Como veremos en el siguiente capítulo, ante la presión de una crítica social que pugna por mayor control para las grandes empresas, las multinacionales han impulsado mecanismos de autocontrol para frenar las ya de por sí insuficientes regulaciones estatales. El dispositivo ético de RSE es un ejemplo de ello. La responsabilidad social empresarial comenzó a ser moneda de cambio en la transacción global, lo que propició que se creara una *industria consultora* para promoverla y venderla. Los distintivos Empresa Socialmente Responsable (otorgado por el Cemefi), Empresa Incluyente y Empresa Familiarmente Responsables (otorgados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social); el Modelo de Equidad de Género (conferido por el Instituto Nacional de las Mujeres); el Premio Ética y Valores de la Concamin (Confederación de Cámaras Industriales); o la Norma Mexicana 004 de Responsabilidad Social (a cargo del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación), son muestra de ello en el marco nacional. A nivel internacional esto se demuestra con la participación de una delegación mexicana en la elaboración de la norma internacional ISO 26000 sobre responsabilidad social; así como en el uso de instrumentos para elaborar reportes sociales (como el *Global Report Initiative*) y la difusión, entre empresas mexicanas, de reconocimientos como el *Great Place to Work* o el Reconocimiento *Global Pulse del Reputation Institute*. Organizaciones

empresariales y empresas consultoras, nacionales e internacionales, ofrecen a las empresas portafolios de RSE para implementar y vender sus prácticas socialmente responsables mostrando, por ejemplo, los premios y reconocimientos obtenidos.

A pesar de la multiplicación de instrumentos para demostrar e implementar la responsabilidad social y pese al incremento en el número de empresas que ya lo utilizan; comparativamente, todavía es reducida la proporción de empresas que buscan obtener un distintivo, implementar un sistema de gestión o realizar inversiones sociales. Si se consideran, de forma ilustrativa, las 500 empresas más importantes por sus ventas en México en 2007 (*Ranking 500 empresas 2008*, Revista Expansión), la mayoría (57.2%) no retoma alguno de los elementos del dispositivo RSE; sólo 214 de ellas tienen algún sistema de gestión, reconocimiento o programa social (véase cuadro 1.1). El 20% de estas empresas cuenta con algún programa social, fundación filantrópica o reconocimiento en torno a los ejes de la RSE; menos del 4% cuenta con cuatro de estos indicadores y, apenas el 1% llega a tener seis de estos indicadores.³⁹

Número de indicadores	Número de empresas	%
0	286	57,2
1	103	20,6
2	46	9,2
3	32	6,4
4	18	3,6
5	8	1,6
6	5	1
7	2	0,4
Total	500	100

Cuadro 1.1. Número de empresas por indicadores de RSE

³⁹ La estimación se hizo considerando 10 indicadores sobre el uso del dispositivo RSE (con premios, distintivos, sistemas de gestión). Es decir, que la empresa hubiera obtenido el Distintivo ESR o el premio Mejores Prácticas de RSE; así como los reconocimientos de Empresa Familiarmente Responsable, Empresa Incluyente o de Industria Limpia; que contara con el Sistema de gestión en equidad de género (MEG 2003); que estuviera adherida al Pacto Mundial; que contara con reconocimientos internacionales como el Great Place to Work o el Reconocimiento Global Pulse; que utilizara instrumentos de reporte social como los del Global Reporting Initiative; así como que contaran con un programa social o fundación (véase cuadro 1.2).

Como se muestra en el siguiente cuadro (1.2), de estas empresas, sólo el 10% tiene alguna fundación o un programa social a través de los cuales se canalizan fondos deducibles de impuestos. Los reconocimientos más comunes son: el distintivo ESR (21%) y el Certificado Industrial Limpia (19%). Otros reconocimientos son: Great Place to Work (6%), Equidad de Género (6%), Mejores Prácticas de RSE (5%), Familiarmente Responsable (5%) e Incluyente (2%). Asimismo, en este recuento se encontraron 63 empresas adheridas al Pacto Mundial y 14 con reportes sociales basados en los indicadores del *Global Reporting Institute*.

Indicadores de RSE	Empresas que no cumplen con el indicador		Empresas que sí cumplen con el indicador	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Tiene fundación y/o programa social	449	89,8	51	10
Distintivo ESR	394	78,8	106	21
Reconocim. Great Place to Work 2008	470	94	30	6
Adhesión al Pacto Mundial	437	87,4	63	13
Reportes GRI (Global Report Institute)	486	97,2	14	3
Reconocim. Mejores Prácticas RSE 2008	476	95,2	24	5
Certificado Industria Limpia 2006-2008	407	81,4	93	19
Reconocim. MEG: 2003	472	94,4	28	6
Reconocim. Empresa Familiarmente Responsable 2006-2007	477	95,4	23	5
Reconocim. Empresa Incluyente 2007	490	98	10	2

Cuadro 1.2. Número de empresas según los tipos de indicadores de RSE

En este listado de 500 empresas encontramos a las multinacionales (mexicanas y extranjeras) más importantes que operan en México. Entre ellas podemos ubicar empresas con tres o más de indicadores de RSE. Tal es el caso de: Wal-Mart México con 7 indicadores; Genomma Lab y Cemex con 6; Grupo Modelo y Met-Mex Peñoles con 5; Grupo Industrial Lala, Nestlé de México, Grupo Bimbo y Unilever con 4; así como Telmex, Kraft, y Coca-Cola FEMSA con 3 indicadores (por mencionar algunas).⁴⁰ Algunas de ellas son foco de la crítica de organizaciones sociales anticorporativas. Por ejemplo, Greenpeace México (GPM), ha publicado dos ediciones (en 2005 y 2007) de la Guía Roja y Verde para dar a conocer los productos «libres de transgénicos» o aquellos que sus fabricantes no garantizan ello. Nestlé,

⁴⁰ En el Anexo 3 se presenta el listado completo de las empresas del *Ranking 500* que cubren tres o más indicadores.

Unilever, Coca-Cola, Bimbo, Kraft, Modelo, Lala, Pepsi, Bachoco, Barcel, Sabritas, Kellogg's y Herdez son algunas de las marcas que GPM denuncia porque algunos de sus productos no están garantizados como libres de transgénicos. Las primeras siete, coincidentemente, también están en el listado de multinacionales con tres o más indicadores de RSE.⁴¹ Y ya que hablamos de la crítica de GPM sobre los transgénicos, mencionemos otra empresa que, estando en el *Ranking 500*, en 2007 no reportaba ningún indicador sobre RSE: Monsanto, líder mundial en producción de semillas (híbridas y transgénicas).

No obstante, como veremos en el capítulo 4, ante el embate de la crítica social y tal vez como parte de una nueva mentalidad fundamentada en la idea la prevención ante el riesgo, desde 2008 Grupo Monsanto México –blanco predilecto de crítica de Greenpeace–, tiene una campaña de difusión para promoverse como una empresa socialmente responsable (en ese año publicó su primer Informe de Responsabilidad Social para México).⁴² Finalmente, otro caso que vale la pena mencionar es el de Wal-Mart México; compañía que, siendo la empresa con más indicadores de RSE, también es punto de convergencia de la crítica anticorporativa. El Poder del Consumidor, por ejemplo, denuncia (en su página web www.elpoderdelconsumidor.org) que con su «forma de operación» –dentro de «un agresivo esquema de dominación»–, Wal-Mart destruye el comercio local al «castigar los precios de sus proveedores a partir del control de gran parte del mercado» o al «subcontratar maquiladoras que violan los derechos laborales».

Estos casos muestran una interesante polémica. Empresas que, por un lado, son reconocidas por tener prácticas socialmente responsables; pero que, por el otro, se les critica por su irresponsabilidad social. Ante ello, es inevitable cuestionarnos

⁴¹ Bachoco y Herdez son dos casos que también aparecen en el *Ranking 500* pero la primera no tiene ningún indicador de RSE cubierto, mientras que la segunda sólo tiene 2. Sabritas y Kellogg's no aparecen en este listado, mientras que Barcel es filial del Grupo Bimbo.

⁴² Cabe mencionar que Monsanto participa en prácticas filantrópicas en los países pobres desde la década de los sesenta. No obstante, en México, su incursión en RSE es muy reciente; coincide con el despliegue de la crítica social sobre la legislación en bioseguridad.

(Vogel, 2005 [2006]: 5): «¿Debemos considerar a Wal-Mart como una compañía responsable por proveer a los consumidores bienes a precios bajos, o como irresponsable por pagar a sus empleados bajos salarios y eliminar a los comerciantes independientes?» O bien, «¿fue la introducción de semillas genéticamente modificadas de Monsanto una contribución a la agricultura sustentable o una amenaza a la salud pública y la integridad ecológica?» Y, si bien, esta investigación no responde a tales preguntas –ya que no veremos si estas empresas son “realmente” responsables–; lo que sí interesa es entender los efectos de poder de este dispositivo ético. Es decir, ¿por qué empresas como Bimbo, Coca-Cola o Monsanto utilizan el dispositivo ético de RSE? Antes de rastrear posibles respuestas, veamos una breve semblanza de las tres empresas que, presentándose como socialmente responsables, son blanco predilecto de la crítica anticorporativa.

Grupo Bimbo: expansión económica, filantropía y activismo moral

Desde que, en 1945, una de las familias más católicas de México –los Servitje Montull– fundara la planta de Panificación Bimbo, los intentos de sus directivos –en especial de su fundador Lorenzo Servitje– por llevar la ética a los negocios no han cesado.⁴³ A finales de los cincuenta del siglo pasado un grupo de empresarios, entre

⁴³ En 1904 Juan Servitje Torrallardona llegó a México (como parte de la ola migratoria expulsada de España por las condiciones económicas y políticas que siguieron a la 1ª Guerra Mundial, primero, y a la Guerra Civil, después). El primer trabajo del inmigrante catalán fue en la pastelería La Flor de México (en la que uno de sus hermanos era socio). En 1918 Juan Servitje se casó con Josefina Sendra, catalana de origen campesino que había llegado al país tres años antes. En 1926 Juan comenzó a trabajar en la Pastelería Ideal (surtidora de pan de caja) y dos años después fundó la pastelería el Molino. Cuando en 1936 Juan Servitje muere, sus hijos –Lorenzo, Roberto, Josefina, Fernando y Juan *junior*– se involucraron de lleno en el negocio. El primogénito, Lorenzo, dejó de ser encargado de ventas para convertirse en gerente. En pocos años la pastelería fue ampliada y modernizada. Esa experiencia le sirvió a Lorenzo para que, en 1945, fundara Panificadora Bimbo estableciéndola en un predio facilitado por su suegro –Daniel Montull, dueño de las fábricas de

ellos el primogénito de la familia catalana, crearon una «unión social» para humanizar el mundo de los negocios con los valores del pensamiento cristiano y la doctrina social de la iglesia católica.⁴⁴ Ello marcó el primer paso de esta familia para encumbrarse en el camino de la filantropía corporativa. La Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural (1963), el Papalote Museo del Niño, A.C. (1998),⁴⁵ la asociación civil Reforestamos México (2002) y las organizaciones de ellas derivadas, son una muestra de que Bimbo le apostó a la filantropía para encarnar su credo –dirían sus promotores– o para reducir su carga tributaria –dirían sus detractores. Tan efectiva le ha resultado su apuesta que las cifras de donativos de Reforestamos México nos dan una idea: de los 4 millones y medio recibidos en 2005, a los 21 millones setecientos mil pesos de 2007 hay un gran avance (gb 10).⁴⁶

Con la evolución mundial de la ética de negocios, desde 2006 Grupo Bimbo reorientó su filantropía corporativa hacia la RSE. Con ello, y sin aflojar su torrente filantrópico, la empresa encontró un dispositivo que le dio cuerpo a su mandato ético primigenio. Su responsabilidad social se cimienta en los valores de su fundador –respeto a la persona, pasión, confianza, rentabilidad, efectividad, trabajo en equipo y calidad.⁴⁷ Desde ahí, Bimbo ha construido un dispositivo de RSE como un

cerillos la Imperial y la Central– (Lorenzo había contraído matrimonio un año antes con Carmen Montull) (Frausto, 2007).

⁴⁴ Como veremos en el primer capítulo, la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM) fue la primera organización empresarial que introdujo la preocupación de la RSE en México.

⁴⁵ En 1990, a iniciativa de la esposa del entonces presidente de la República (Cecilia Occelli de Salinas), nace el proyecto del Papalote Museo del Niño. Se creó un patronato de jóvenes empresarios, encabezados por María Elena Servitje de Lerdo de Tejada –hija de Lorenzo Servitje– para que lo echaran a andar. Primero surge como el Museo Interactivo Infantil, A.C., cuyo órgano de gobierno era el patronato de empresarios que lo formaron. En 1998, se transforma en Papalote Museo del Niño, A.C. con la capacidad de recibir donativos deducibles de impuestos.

⁴⁶ Las referencias de este tipo –gb, cc, Mon, AB, gpm, epc– remiten al material documental sobre los casos analizados, véase el *Corpus* en Anexo 2.

⁴⁷ Según Lorenzo Servitje, «Ver siempre al otro como persona, nunca como un instrumento» y «Ver nuestro trabajo como una misión, una pasión, una aventura»; han sido pilares éticos y motores de su empresa (gb 1).

«compromiso» con la salud de sus consumidores, el cuidado del medioambiente, el trato humano a sus trabajadores así como con el desarrollo de las comunidades donde opera. Los últimos años, la RSE ha sido carta de presentación de esta empresa en el mercado nacional e internacional. Mercado que, como veremos en el primer capítulo, han sido pautados por la impronta del compromiso y la responsabilidad que las empresas deben tener con la sociedad.

En la actualidad, Grupo Bimbo, es una de las empresas de panificación más importantes del mundo por su posicionamiento de marca, su penetración en el mercado mundial, su volumen de producción y sus ventas.⁴⁸ Su crecimiento exorbitante le ha valido halagos pero también innumerables críticas.⁴⁹ Éstas apuntan contra la monopolización de la empresa; así como contra la intromisión política de su fundador y su conservadurismo. Por una parte, en el campo de acción-saber crítico se habla de Bimbo como un «consorcio monopólico» que acapara más del 95 por ciento del mercado de pan de caja en México, el 98 % de pan dulce y el 99 de pastelitos: «Virtualmente no hay sándwich posible sin pan Bimbo» –se afirma (Pomar, 2008,07-10). Este monopolio se respalda, según el dicho de El Poder del Consumidor, por una «competencia desleal» hacia pequeñas empresas que elaboran productos de mejor calidad pero mayor precio. Tal es el caso, según EPC, de «un verdadero pan integral»: Bimbo «comercializa como pan integral un pan que no lo es,

⁴⁸ Tan sólo el primer trimestre de 2009 las ventas netas de la empresa fueron de 28,337 millones de pesos, lo que le representó un repunte de 46.5% respecto al mismo periodo en 2008 (Vázquez y Anderson, 2009). Asimismo, a finales de 2010 la empresa anunció la compra de la estadounidense Sara Lee, con lo que, para 2011 Bimbo será líder en panificación en EUA (Martínez y Aceves, 2010-11-10). Las ventas en México le representan a Bimbo el 47%; las de Estados Unidos el 41% y las de Latinoamérica el 12%. Se prevé que con la compra de Sara Lee estas cifras se modifiquen: el mercado estadounidense representará el 52% de sus ventas y el mexicano el 38% (Martínez y Aceves, 2010-11-10).

⁴⁹ El grupo tiene subsidiarias en 18 países de América, Europa y Asia –con 100 plantas, 5 asociadas y 3 comercializadoras; de ellas 41 están ubicadas en México–; y emplea a más de 104,000 personas como «colaboradores». La multinacional mexicana cuenta con cerca de 5,000 productos (pan empacado, pastelería, galletas, dulces, chocolate, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de maíz y de harina de trigo, tostadas y cajeta) y con más de 150 marcas.

con un producto más barato». Con ello la empresa, además, engaña a personas que sufren sobrepeso, obesidad, diabetes o problemas del corazón y que, «durante años, han comprado pan integral Bimbo creyendo que estaba elaborado con harina integral» (epc 3).

Por otra parte, se acusa a Lorenzo Servitje de intervenir en la política nacional; particularmente después de la contienda electoral federal de 2006, en la que el fundador de Bimbo apoyó en la precampaña panista al opositor de Felipe Calderón Hinojosa (el después secretario de agricultura, Alberto Cárdenas). En tan polémica contienda presidencial la incursión política de Servitje no se limitó a la designación interna del candidato para el derechista Partido Acción Nacional (PAN); el empresario también intervino en la campaña electoral contra los candidatos de los otros dos partidos: Roberto Madrazo Pintado, del Partido Revolucionario Institucional (PRI); y Andrés Manuel López Obrador, del Partido de la Revolución Democrática (PRD). El objetivo de «don Lorenzo» era incorporar las directrices de la doctrina social cristiana a la política; y, precisamente sobre su activismo moral, apunta la otra crítica en su contra.

El campo de acción-saber crítico le reprocha a Lorenzo Servitje su conservadurismo y apoyo a la extrema derecha, por ser uno de los principales patrocinadores de los Legionarios de Cristo e impulsor de la Organización Demócrata Cristiana de América.⁵⁰ Cuando en 1993 el empresario decidió jubilarse y dejar las riendas de la

⁵⁰ Sobre esto no podemos olvidar el episodio entre Servitje y el embajador de Venezuela en México. El embajador de Venezuela en México, Roy Chaderton Matos, había solicitado a su gobierno a finales de 2007 –según una carta divulgada en el diario *El Universal* (el 11 de febrero de 2008)– investigar a la empresa mexicana debido a que «es quizá el principal financista» de la democracia cristiana que pretende «generar políticas desestabilizadoras» contra el presidente Hugo Chávez. Estos señalamientos se sustentan, según el embajador, en una investigación realizada en 2007 donde se detectaron organizaciones y personalidades mexicanas interesadas en desestabilizar al país. En la carta se habla de Lorenzo Servitje como «un católico de ultraderecha, financista de los elementos más reaccionarios de este país» así como posible y “principal financista de Manuel Espino, presidente de la Organización Demócrata Cristiana de América (ODCA), la cual prepara para marzo de 2008 una ‘orgía antichavista internacional’» en la que participarían los expresidentes de España, José María

empresa a sus familiares, su activismo moral se acentuó.⁵¹ En 1996 inició así una cruzada orquestada en gran medida por Lorenzo Servitje para promover, en la televisión, contenidos responsables que favorecieran los principios y valores universales al tiempo que condenaran la inmoralidad, el libertinaje y la frivolidad. El primer triunfo de esta cruzada fue el cierre de Canal 40 después de que en él se difundieran testimonios de ex seminaristas que afirmaban haber sido abusados sexualmente por el fundador de los Legionarios de Cristo, Marcial Maciel. Por considerar que esto era una ofensa al clero, empresas como Bimbo dejaron de comprar publicidad al canal; eso desencadenó una crisis que culminó en la quiebra de la televisora.

Entre tales críticas, a principios del nuevo siglo otra más coronó la diatriba anticorporativa: Bimbo era una de las empresas responsables de que las escuelas fueran «fábricas de obesos». Resultaba preciso que los directivos enfrentaran tales dichos. El despliegue publicitario para mostrar sus prácticas socialmente responsables debía “limpiar” esa imagen que los críticos habían presentado ante la opinión pública. Bimbo debía ser reconocida como una exitosa empresa mexicana que busca promover el desarrollo social y económico del país; que está preocupada por la salud de sus consumidores y por el cuidado del medio ambiente; y que, además, respeta los derechos de sus trabajadores. Con el análisis del episodio de conflicto para regular la venta y publicidad de “comida chatarra” abundaremos sobre

Aznar y de México, Vicente Fox (CNNExpansión, 2008-02-11; AP, 2008-02-14). En respuesta a estas acusaciones, el fundador de Grupo Bimbo, Lorenzo Servitje, envió una carta dirigida al periódico que difundió tal información (*El Universal*), donde asegura que él no había financiado al Sr. Manuel Espino para este propósito ni para ningún otro. Servitje aseguró no ser católico de ultraderecha: «Más bien, en muchos aspectos, me considero tener ideas de vanguardia» –afirmó (citado por Martínez, 2008-02-13).

⁵¹ «Entonces se avecinaba un publicitado concierto de Madonna, el primero que la cantante daría en México. Servitje se alió con organizaciones civiles de católicos, como Provida y la Unión Nacional de Padres de Familia, para tratar de impedir que este concierto se presentara porque consideraban que la artista era un mal ejemplo para los jóvenes. ‘Se masturba en el escenario’, repetían con azoro algunos integrantes de las agrupaciones católicas de aquellos años» (Frausto, 2007: 243).

las diferentes argumentaciones que se entretajeron entre la empresa y las organizaciones críticas.

Coca-Cola: la construcción de una empresa socialmente responsable

A finales del siglo XIX, cuando en Nueva York se estaba construyendo la estatua de la libertad, a ochocientas millas un farmacéutico inventó otro de los símbolos estadounidenses: la Coca-Cola. Así es como esta compañía presenta su origen. En 1886 el farmacéutico John Pemberton comenzó a vender una bebida –producto de la mezcla de fragancia, color caramelo y agua carbonatada– a cinco centavos cada vaso. El nombre de esta mezcla fue Coca-Cola. En tan sólo diez años –y pese a la muerte de Pemberton 1888–, el invento fue transformado en un *negocio*. Los primeros años la bebida fue promovida con cupones gratuitos para que los consumidores probaran su sabor. Se distribuían relojes, calendarios y recipientes con la marca. «La gente comenzó a ver Coca-Cola en todas partes» (cc 3).

Para 1889 la bebida fue vendida en botellas y la empresa comenzó a crecer. Se construyeron fábricas en Chicago, Dallas y Los Ángeles. Entonces también empezaron a surgir bebidas que “copiaban” el sabor del popular refresco. La compañía apeló a su autenticidad para retener a sus consumidores. El envase sería clave para ello. En 1916 se diseñó el envase curvado que perdura hasta nuestros días. Los primeros años del siglo XX también representaron la primera expansión mundial de la empresa. Se abrieron embotelladoras en Panamá, Cuba, Puerto Rico y Francia.⁵² Robert y Ernest Woodruff –padre e hijo–, quienes compraron la compañía en 1923, también dejaron un legado en la compañía al introducirla en los juegos olímpicos de Ámsterdam, así como al desarrollar su modo de distribución mediante

⁵² Entre los sesenta y los ochenta del siglo XX, Coca-Cola tuvo una segunda ola de expansión mundial. La compañía se globalizó; llegó a los rincones del planeta más insospechados. De hecho, en 1978 Coca-Cola fue la única empresa a la que se le permitió vender bebidas frías en la República Popular China (cc 3).

los *six-pack* y neveras portátiles. Coca-Cola llegó a México en 1935.⁵³ Los Woodruff también aprovecharon la partida de soldados en la segunda Guerra Mundial: «Todo hombre uniformado llevaría consigo una Coca-Cola por 5 centavos, donde quiera que esté y sin importar el costo para la Compañía» –dijo Ernest Woodruff (cc 3).

Después de la guerra, cuando Estados Unidos vivía un periodo de optimismo y prosperidad, Coca-Cola se convirtió en el símbolo de un *estilo de vida despreocupado*. La publicidad lo mostraba: parejas felices manejaban convertibles amarillos, tomando Coca-Cola. Desde entonces la imagen de Coca-Cola ha ido cambiando, adaptándose a los gustos y las modas. Así, en los ochenta –era marcada por la «manía del *fitness*»– la compañía introdujo una bebida baja en calorías. Asimismo, cuando en esa época se introdujo un nuevo sabor –*the new Coke*– que no fue bien recibido por los consumidores, en pocos años la bebida retomó su sabor clásico y regresó al mercado la Coca-Cola tradicional. En los noventa, la compañía diversificó su oferta, adaptándose al gusto y variedad del mercado mundial. El nuevo siglo significó también cambios para el negocio: la sustentabilidad y la responsabilidad social cambiaron la imagen de la empresa. De ser una marca *despreocupada* por cuestiones que no fueran la satisfacción del cliente –lo que la hacía uno de los símbolos del individualismo y la enajenación de una sociedad banal, depredadora y consumista–; comenzó a tomar acciones para frenar las críticas en su contra y para comprometerse con la sociedad.

Organizaciones ecologistas comenzaron a enfocar sus críticas hacia una industria que estaba desecando el planeta e inundándolo de envases plásticos. Organizaciones de consumidores hicieron de esta empresa su blanco predilecto. Ante el incremento en la tasa de obesidad en niños y adultos se desplegaron

⁵³ Para 2007 Coca-Cola México conjugaba 13 grupos embotelladores con 56 plantas, 386 centros de distribución y más de 10,600 rutas de reparto (cc 2). Esto conforma la Industria Mexicana de Coca-Cola cuyas cifras, los primeros años del nuevo siglo reportaban, inversiones de 750 millones de dólares, 80 mil empleos formales así como inversión en programas sociales por más de 135 millones de pesos (cc 2).

campañas contra el consumo excesivo de bebidas azucaradas. Frente a estas críticas, Coca-Cola se sumó a la sustentabilidad y la responsabilidad social para construir un *mundo positivo preocupado* por el futuro del planeta y sus habitantes. Programas de reciclaje –de agua y envases– y de reforestación pintaron de verde la imagen corporativa; proyectos sociales la inyectaron de filantropía; y proyectos de investigación y desarrollo en temas nutricionales adelgazaron su oferta calórica (cc 2).

Monsanto: empresa con una historia controvertida

El primer año del siglo XX se creó en Saint Louis, Missouri, la que actualmente es dueña del 90% de los organismos genéticamente modificados (OGM) cultivados en el mundo: Monsanto. Un siglo después de su creación –cuando en 2005 adquirió la mexicana Seminis–, se convirtió en la primera empresa productora de semillas del planeta. Es un gigante industrial que, no obstante, se tambalea ante la crítica social. Es por ello que su historia –que la convierte en una empresa monstruosa por su “negro” pasado y por su amenazante futuro–, debe ser borrada, olvidada. Un mecanismo útil para ello es, según lo muestra su genealogía, el dispositivo de RSE.

Su historia comenzó con la producción de insumos para la industria de bebidas y alimentos con la sacarina (primer edulcorante de síntesis), la cafeína y la vainilla; y después en la industria farmacéutica con la aspirina. En la década de los veinte incursionó en la producción industrial de plásticos, caucho, fibras sintéticas y fosfatos. Las siguientes décadas se enfocó en la producción química; elaborando sustancias que a la postre fueron identificadas como «extremadamente tóxicas». Tal es el caso de los policlorobifenilos o PCB (aceites químicos utilizados como aislantes en transformadores eléctricos); así como herbicidas compuestos a base de dioxina (elemento primario del agente naranja, también presente en algunos PCB).⁵⁴ A

⁵⁴ La dioxina es una «sustancia tóxica producida durante el proceso de fabricación de algunos compuestos químicos clorados –como los PCB– o durante su combustión a alta temperatura» (Robin, 2008: 65).

mediados de la década de los setenta empezaron las primeras investigaciones sobre recombinación de las moléculas de ADN. Ello marcó el inicio de la carrera biotecnológica para conquistar la manipulación genética. Es entonces cuando Monsanto dio un salto hacia la agrobiotecnología. Cabe mencionar que la aplicación agropecuaria de la biotecnología –tecnología empleada anteriormente sobre todo en la industria farmacéutica para la elaboración de vacunas e insulina– fue impulsada, las primeras décadas (80-90s) por la industria norteamericana. Ello explica –según partidarios de la agrobiotecnología– que los gobiernos europeos estimularan una campaña contra su uso. Campaña que, a la postre, tuvo fuerte raigambre social.⁵⁵ Aun cuando farmacéuticas como Bayer, posteriormente, le apostaron a la agrobiotecnología, el mercado europeo ya había construido un fuerte muro opositor.

En los ochenta Monsanto comenzó a producir semillas genéticamente modificadas, resistentes a herbicidas –producidos por la propia empresa–; así como hormonas de crecimiento bovino rBGH para la producción de leche.⁵⁶ En 1983 tres laboratorios de genética molecular (uno de ellos de Monsanto) anunciaron sus logros al insertar un gen resistente a bacterias en las células de dos plantas (la petunia y el tabaco). Con esto, la carrera biotecnológica se tornó en una guerra entre laboratorios, para patentar las recombinaciones genéticas. Pero con esto también inició una batalla contra la crítica social. Silenciar las voces críticas y evitar que con ellas se

⁵⁵ Comentario del secretario de la Cibogem en comunicación personal (10 de septiembre de 2010).

⁵⁶ Esta hormona (que representa la primera aplicación de biotecnología en la producción de alimentos), según los argumentos en su contra, produce en las vacas problemas de reproducción, daña órganos y glándulas además de que genera mamitis en las vacas (crecimiento desproporcionado de las ubres, el cual les imposibilita moverse). Por los riesgos que suponen a la salud humana y animal, la hormona fue prohibida en Europa. No obstante, en EUA la leche se comercializa sin etiquetar el uso de la hormona transgénica. Ello, según organizaciones de consumidores, ha impulsado la producción biológica y orgánica de lácteos y otros productos no transgénicos. Ante la polémica desatada Monsanto afirma no estar en contra de un etiquetado «honesto», «completo» y «exacto», pero no aquél que es confuso y engañoso. Situación que vislumbra en torno al etiquetado de leche de vacas tratadas con hormona de crecimiento; ya que esa leche –asegura– «es tan segura como la leche de las vacas sin ese tratamiento» (Mon 1).

multiplique la preferencia por los productos orgánicos, cultivados localmente, parece central para la industria agrobiotecnológica. Ello, sobre todo, si consideramos que con la comercialización de semillas genéticamente modificadas –permitida por diversos gobiernos en el mundo–, la crítica ecologista está alentando el consumo de productos orgánicos. Su éxito más palpable lo encontramos en la Comunidad Europea. Apoyándose en sondeos de opinión organizaciones antitransgénicas han manifestado que la mayoría de los consumidores preferirían que los productos con OGM estuvieran etiquetados para tener la opción de decidir si los consumen o no.

Ganar la guerra biotecnológica; avanzar en la carrera de expansión capitalista; así como vencer a la crítica social, son los objetivos de Monsanto. Y, para ello, el dispositivo de RSE se antoja un buen mecanismo. A finales de la década de los ochenta Monsanto entra en la carrera biotecnológica para patentar las semillas más consumidas y apreciadas en el mundo por su valor económico y simbólico (maíz, trigo, soya, algodón); y, con ello, reforzar su supremacía global. Una década después (1997) la empresa enfrentaba una crisis al intentar comercializar soya transgénica en Europa. Greenpeace lanzó una campaña contra el «alimento de Frankenstein» y logró que en 1998 la Comisión Europea reglamentara el etiquetado de productos transgénicos. Situación que, como lo demuestran diversos sondeos, no favoreció los intereses de la multinacional.⁵⁷ Ante ello, Monsanto emprendió campañas publicitarias contra el «*luddismo* supersticioso».⁵⁸ Con la idea de revertir la desinformación sobre los OGM, la semillera lanzó una campaña publicitaria a favor

⁵⁷ Sondeos realizados en 2000 en EUA muestran que «el 80% de los estadounidenses preferiría que se etiquetaran los productos transgénicos mientras que el 60% los evitaría si tuviera opción». Sondeos realizados en Gran Bretaña, en 1999, también demostraron que «sólo el 1% de la opinión pública cree que los OGM son buenos para la sociedad» (en Robin, 2008: 238, 278). Asimismo, en México –según un sondeo de opinión realizado, en 2005, por Greenpeace en tres ciudades mexicanas (Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey)– 98% opina que las empresas fabricantes de alimentos deben informar al consumidor si usan transgénicos en sus productos; 96% considera que el consumidor tiene derecho a decidir si come o no alimentos transgénicos; y 58% no está de acuerdo en que se usen estos organismos en alimentos de consumo humano (gpm 1).

⁵⁸ Expresión de Jonathan Ramsay, uno de los directivos de Monsanto.

de la agrobiotecnología; con ella confiaba que los consumidores europeos optaran por esta tecnología. Esto no fue así; la campaña publicitaria de la empresa norteamericana generó mayor oposición social.⁵⁹

A finales de 1998 las acciones bursátiles de Monsanto pierden un tercio de su valor. Ante las pérdidas económicas y el deterioro de la imagen de la empresa (producto de las campañas en su contra y del mal manejo mediático en Europa), el entonces director general –Robert Shapiro– buscó reconstruir la imagen pública de la empresa apelando al desarrollo sustentable en un mundo donde se agotan las posibilidades.⁶⁰ Como veremos en el cuarto capítulo, Monsanto dio un giro hacia la responsabilidad social y el desarrollo sustentable para «salvar al mundo» (Robin, 2008: 287). Respaldada por un proyecto “verde”, Monsanto buscaba extender su control sobre la producción y el mercado agropecuario. Pero, ante la oposición del mercado europeo, optó por avanzar hacia los países del Sur.⁶¹ Pronto llegó a India, Argentina, Brasil y Paraguay. Las semillas genéticamente modificadas de soya, cáñola, maíz y algodón, patentadas por Monsanto, fueron introducidas en países que, como Brasil y Argentina –para el caso de la soya– o India –para el algodón–, son punteros en la producción mundial. Si bien, para Monsanto, su mayor ingreso está en EUA, América Latina se vislumbra como terreno fértil. Con la incursión mexicana a la producción transgénica se esperan incrementos regionales.⁶² Es por

⁵⁹ En particular, en Francia los consumidores se ofendieron ante el sarcasmo de su campaña publicitaria. En ella la transnacional decía: «El 69% de los franceses desconfía de las biotecnologías, el 63% declara no saber qué son. Afortunadamente, el 91% sabe leer» (Robin, 2008: 298).

⁶⁰ En 1997, Robert Shapiro había afirmado que en un mundo donde se agotan las posibilidades –por la falta de agua, la contaminación, la dependencia a recursos no renovables, la escasez de tierras cultivables y la falta de productividad de los recursos disponibles–, «la nueva tecnología –es decir, la agrobiotecnología– es la única alternativa» (Robin, 2008: 284).

⁶¹ Monsanto también encontró obstáculos en Canadá y en EUA para modificar genéticamente el trigo; situación que lo hizo desistir de su proyecto hasta 2009, cuando la empresa incursionó nuevamente en la investigación sobre tal semilla (Hernández, 2010-02-10).

⁶² El año fiscal 2009, el mercado estadounidense representó el 54.9% de su ingreso mientras que las rentas en América Latina representaron el 21.3%. En 2009, Brasil le significó el 59% de sus ingresos en la región; Argentina 23% y México 13% (Hernández, 2010-02-10).

ello que México, centro de origen y diversidad de otra semilla importante en la producción global –el maíz–, se convirtió en el siguiente objetivo para consolidar su posicionamiento comercial. Ello, no obstante, también ha representado –como lo ilustra el cuarto capítulo– un bastión importante para la crítica social.

La genealogía de la RSE –su emergencia, proliferación y “tropicalización”– así como la historia de estas tres empresas nos llevan, nuevamente, a cuestionarnos sobre el renovado interés de los agentes del capital por *humanizar* las relaciones de mercado mediante principios éticos. Para darle respuesta a este cuestionamiento, en el siguiente capítulo se presenta una propuesta analítica que, conjugando la perspectiva ética con la estratégica y situando a la RSE en su horizonte de emergencia, permitió distinguir aquellos efectos de poder por los que los capitalistas la han retomado.

Capítulo 2. Analítica del poder de la RSE

Para presentar el modelo analítico construido, resultó necesario reflexionar sobre las distintas perspectivas desde las que se ha definido la RSE. Siguiendo el camino que llevó la refutación de posturas y la ampliación de la mirada, en la primera parte de este capítulo veremos la conveniencia de analizar la RSE como un dispositivo ético que, entre otros (socioculturales y jurídicos), regula las relaciones de la configuración social; particularmente, de la relación Estado-mercado-sociedad. Con ello podremos situar el horizonte de emergencia de la RSE, cuyas dimensiones resultaron relevantes para encontrar sus efectos de poder. En la segunda parte de este capítulo, nos detendremos a explorar la reconfiguración de la relación entre el Estado las empresas y las organizaciones sociales; la transformación de la confrontación entre los capitalistas y sus críticos; así como la conformación de nuevas formas de actuar sustentadas en la idea del riesgo.

Debates y definiciones sobre la RSE

Existe un cúmulo de definiciones sobre la responsabilidad social empresarial. Quienes integran este campo de acción-saber no se ponen de acuerdo para definirla. No obstante, desde la visión más minimalista hasta la más ambiciosa, todas ellas coinciden en el carácter voluntario de la RSE. Estas propuestas, generalmente se discuten en el terreno disciplinario de la administración de negocios, bajo el tema de «negocios y sociedad» (*business and society*); así como en el de la «ética en los negocios» (*business ethics*). Es por ello que, en términos generales, su discusión no considera el análisis de la relación configuracional más amplia: la relación de la empresa, con el Estado y la sociedad. El *quid* de la discusión se ha centrado en dos debates: definir la RSE de forma acotada o ampliada; y ubicar los motores de la RSE.

En el primer debate se discute si con la RSE se responde sólo a los intereses de los accionistas (*shareholders*); o si de forma extendida, se consideran los intereses de todos sus grupos de relación (*stakeholders*). La primera opción es la que Milton

Friedman definiera, en la década de los setenta, como responsabilidad social de la empresa; la segunda es la que, pese a las críticas liberales, en la década de los noventa amplificó la responsabilidad a todos aquellos grupos con los que la empresa tiene relación –siempre y cuando éstos tengan intereses que la empresa considere «legítimos»– (Crane, et. al., 2008).⁶³

La perspectiva minimalista de Friedman (*shareholder theory*) caracteriza la RSE ampliada (*stakeholder theory*) como un tipo de “socialismo” que impide y amenaza la ganancia de los accionistas.⁶⁴ En su multicitado artículo periodístico sobre la responsabilidad social de los negocios, Friedman (1970) distingue los deberes del ejecutivo de una empresa y las responsabilidades del gobernante de un Estado. El primero mira por los intereses privados de los accionistas de la empresa en la que ha sido seleccionado como directivo. El segundo mira por los intereses públicos, haciendo valer el voto y la confianza de quienes lo han elegido. Esto, nos dice, distingue los mecanismos políticos de los mecanismos del mercado; el Estado del mercado. Asimismo, como todo buen liberal, Friedman (y Friedman 1980 [1979]) pugna por una responsabilidad individual más que por la responsabilidad socializada, asumida por el Estado o las empresas. Son los individuos los responsables de defender sus intereses y alcanzar un beneficio.⁶⁵

⁶³ Al hablar de «intereses legítimos» de los grupos de relación se dejan fuera aquellos individuos o grupos que, a pesar de ser afectados por la empresa, ésta no los reconoce como tales.

⁶⁴ Milton Friedman (1970) critica a aquellos empresarios que promueven la idea de que los hombres de negocios tienen una conciencia social. Ellos, –dice– «si es que son tomados en cuenta seriamente por alguien, predicán un socialismo puro no adulterado». Ellos actúan de manera inconsciente como «títeres de las fuerzas intelectuales que, en décadas pasadas, han debilitado las bases de una sociedad libre».

⁶⁵ Esto se expresa, por ejemplo, en la defensa del beneficio común que trae el que, en un mercado libre, cada individuo busque su propio interés: «El mérito de Adam Smith consistió en reconocer que los precios que se establecían en las transacciones voluntarias entre compradores y vendedores –para abreviar, en un mercado libre– podían coordinar la actividad de millones de personas, buscando cada una de ellas su propio interés, de tal modo que todas se beneficiasen. Fue una brillante idea en aquel tiempo, y lo sigue siendo ahora, que el orden económico pudiese aparecer

En contraste con la perspectiva minimalista en la que la «única responsabilidad social es incrementar las ganancias y cumplir las leyes», está la aportación del «gurú de la administración», Peter Drucker, quien enfatizó la compatibilidad entre ganancia económica y responsabilidad; colocando como un reto organizacional convertir la responsabilidad social (y la atención de problemas sociales) en oportunidades y beneficios económicos para el negocio. Si se maneja de forma «estratégica»,⁶⁶ la RSE puede incrementar la ganancia de los acreedores; lo que hace que la visión ampliada de la RSE deje de ser un «amenazante dragón para la creación de valor de los accionistas» (Melé, 2008: 57). Desde esta postura, se defiende una responsabilidad social ampliada argumentando que ésta no representa un «desafío socialista» para los negocios sino todo lo contrario: la RSE «representa un impulso para mantener las relaciones sociales capitalistas así como mayor apertura de la vida social hacia el control del mercado» (Hanlon, 2008: 157). Desde una responsabilidad que supera el beneficio de los accionistas, se construye una propuesta para responder a los intereses de diversos grupos relacionados con la empresa (*Stakeholder theory*).⁶⁷ Con una gerencia que equilibre las múltiples demandas «legítimas» de los grupos de relación con intereses en conflicto se quiere alcanzar el beneficio del negocio. Esto también implica que la empresa respeta los derechos presentes y futuros de los *stakeholders* a la vez que responde sobre los efectos que su actividad provoca en ellos (Melé, 2008: 64).

Ahora bien, además de este debate, la discusión en este campo de acción-saber también se enfoca en definir si los motores de la RSE obedecen a un *imperativo económico* o a una *convicción moral*. En algunos casos, ambos impulsos son concebidos como elementos complementarios, pero en otros son considerados

como una consecuencia involuntaria de las acciones de varias personas que busca, cada una, su propio beneficio» (Friedman y Friedman, 1980 [1979]: 31).

⁶⁶ Es decir, siguiendo las premisas de la *Strategic Corporate Social Responsibility*, analizando el nivel óptimo de RSE según el costo-beneficio (Melé, 2008: 57).

⁶⁷ Se define *stakeholder* como todo aquel grupo o individuo que se beneficia o se ve afectado por la empresa –y que la empresa lo identifica como tal. Ellos son: clientes, proveedores, dueños, empleados y comunidades vecinas (Melé, 2008: 62).

como antagónicos y excluyentes. Por un lado se argumenta que la búsqueda de un beneficio social no pugna contra la búsqueda de ganancias para la empresa. Pero, por otro lado, con creencias *puristas* se mira la responsabilidad social como un asunto independiente del negocio de una empresa:

La responsabilidad social debe hacerse al margen del impacto propagandístico de la acción. [...] corrientemente se proclama que la responsabilidad social empresarial es un buen negocio y que la ética es rentable. Cuando se hace uso de estas expresiones, ambos aspectos se convierten en intereses y beneficios económicos que terminan por desvalorizarse. Vender la ética diciendo que es rentable o vender la responsabilidad social empresarial afirmando que es un buen negocio, equivale a asumir una visión antiética de la ética y una interpretación irresponsable de la responsabilidad social. Esas afirmaciones son demagógicas porque, además de manipuladoras y retóricas, no son totalmente ciertas y en consecuencia terminan siendo aseveraciones engañosas. (Víctor Guédez, 2006: 11 y 75)

Esta postura contrasta con aquella que, de una forma más bien *pragmática*, define a las empresas socialmente responsables como «empresas competitivas, empresas más humanas, [que] generan más empleos, mejor remunerados» y que aprovechan la «rentabilidad de los valores». Desde esta perspectiva, «en la medida que se resuelvan los problemas de la empresa, se resolverán los problemas de la sociedad» (UNIAPAC, 2008: 29). Aquí el beneficio social es visto como producto de la ganancia de la propia empresa: si la empresa no gana, la sociedad tampoco.

Estas dos visiones de la RSE –la purista y la pragmática– se apegan a dos perspectivas éticas. Una que remite a la ética minimalista y epidérmica, de la «sociedad posmoralista»; es decir, aquella «que sólo otorga crédito a las normas indoloras» en una sociedad sin obligación ni sanción, donde el actuar de manera ética no le implica al individuo «ningún sacrificio mayor, ningún arrancarse de sí mismo» (Lipovetsky, 1998: 13). La otra, una ética altruista apegada a la creencia en un «amor puro-ilimitado», mediante la que se propone la existencia de una «naturaleza divina» que imprime de bondad a todo ser humano (Post, et. al., 2003). Con ella se vincula la RSE a una motivación no-egoísta (Becker, 1981); a un imperativo moral «hacia mis hermanos» (Sebastián, 1996). La primera ética se basa

en el egoísmo del ser humano (intrínseco a la propia condición humana); la segunda trata de domarlo social o culturalmente.

Finalmente y, más allá del tipo de ética que delinea la RSE, en este campo de acción-saber también se habla de las ventajas de aplicar la RSE (Kurucz, et. al, 2008). Ahí, las distintas posturas coinciden en que la RSE, en su modalidad ampliada, contribuye a:

- a) Reducir costos y riesgos al satisfacer las demandas de los *stakeholders*.
- b) Maximizar las ganancias y obtener ventaja competitiva sobre las empresas rivales.
- c) Ganar legitimidad y reputación, lo que le da a la empresa la licencia social para operar –esto es, el permiso o visto bueno de la comunidad.
- d) Generar sinergia con organizaciones sociales y gobiernos (mediante alianzas estratégicas o *joint ventures*) y crear valor al generar resultados ganar-ganar-ganar que benefician a la empresa, el medioambiente y la sociedad (*triple bottom of sustainability*).

Si bien los puntos debatidos en este campo de acción-saber son útiles para analizar la operación de la RSE en relación con sus *stakeholders*, el problema es precisamente ese. Al considerar a la sociedad y al Estado como parte de los grupos de relación de la empresa, por una parte se les contempla en una relación “artificial” que gira en torno a la acción empresarial. Y, por la otra, se eliminan las relaciones de poder y los conflictos que caracterizan toda configuración social. Con esto se omiten los conflictos de intereses, los desacuerdos y los desiguales flujos de poder existentes entre las empresas, los gobiernos y las organizaciones sociales. Es por ello que aquí se propone salir de la perspectiva de los *stakeholders* para entender, desde una mirada más amplia, las implicaciones de poder que tiene la práctica de la RSE. La perspectiva configuracional parece más útil para entender la relación Estado-mercado-sociedad y, con ello, distinguir los *efectos de poder* que la RSE tiene en ella.

La RSE como un *dispositivo* ético en la relación de poder de la configuración social

No debemos olvidar que la primera responsabilidad social de la empresa es ser rentable, ser competitiva, porque si los productos o servicios no son adquiridos por los clientes, la empresa simplemente no sobrevivirá. Pero tampoco debemos olvidar que tiene muchas otras responsabilidades: con sus empleados, con sus clientes y proveedores, con sus socios, con el medio ambiente y con la sociedad.Santiago Macías, *Compite*, A.C

Hemos visto que uno de los debates del campo de acción-saber sobre RSE se centra en definir esta práctica como un imperativo ético o de mercado. Aquí proponemos que *la RSE se mueve por ambos impulsos*: por los valores éticos y por los intereses económicos. Hay quienes niegan que con la RSE las empresas hagan negocio. Ello es incorrecto; con los programas de responsabilidad social una empresa busca optimizar sus ganancias y reducir sus costos a mediano y largo plazos. De lo contrario, la RSE sería una práctica antieconómica e inviable para el capitalismo. Sencillamente, no estaríamos discutiéndola aquí si es que con ella los empresarios no buscaran mejorar su forma de hacer negocios. Pero, el que la RSE se mueva por intereses económicos, no implica que sea una práctica “egoísta”, o una práctica carente de valores.

Resulta simplista separar los intereses de los valores para explicar la acción social. No podemos entender la acción de empresas privadas, autoridades estatales y organizaciones sociales si no vemos una conjunción de intereses (económicos o políticos) y valores (éticos). Afirmar, por ejemplo, que las organizaciones sociales –que conforman la llamada «sociedad civil» o el «tercer sector»– se orientan *exclusivamente* por valores; y que, como contraparte, las empresas se mueven –exclusivamente– por intereses económicos; resulta inadecuado.⁶⁸ Desde esa

⁶⁸ Un argumento de este tipo lo encontramos, por ejemplo, en el texto de Margaret Keck y Kathrin Sikkink en el que buscan “analizar” el activismo de las redes transnacionales de defensa (Keck y Sikkink, 2000 [1998]: 14). En él, las autoras retoman sin cortapisa este argumento, ampliamente difundido en el campo de acción-saber de la sociedad civil global y la lucha anticorporativa. Buena

perspectiva, que separa lo social de lo económico y lo político; y contrapone los valores a los intereses, se construye un «hombre económico», guiado por el interés personal; en contraposición al «hombre social», que busca el bien común; o, lo que es peor, un «hombre político» que en nombre del bien común, busca satisfacer sólo un interés personal.

Estas aseveraciones resultan no sólo simplistas sino caricaturescas si queremos comprender la *complejidad de la acción social*. Complejidad que implica aprehender la acción social en su magnitud *relacional, dual y cambiante*. Desde un planteamiento que busca explicar esta complejidad, se propone repensar las relaciones configuracionales entre el Estado, las empresas y las organizaciones sociales; entre gobernantes, capitalistas y activistas sociales. Los tres se mueven a partir de valores e intereses. Ninguna acción es totalmente altruista como tampoco lo es del todo egoísta. Las vinculaciones configuracionales mueven a los individuos a partir de estos dos motores. La relación Estado-mercado-sociedad se entiende mejor desde esta perspectiva. Empresas, organizaciones sociales y autoridades estatales interactúan a partir de valores e intereses.

La acción social se desarrolla en el terreno de las configuraciones sociales; es decir, en el entramado conformado por la vinculación de individuos, mediante valencias emotivas y económico-funcionales (Elias, 1982 [1970]: 167-8).⁶⁹ Dentro de las vinculaciones emotivas están los lazos éticos y culturales; es decir, aquellos que se

parte de las teorías de la sociedad civil (Olvera, 2003) y del tercer sector (Salamon y Anheier, 1994) comparten este reduccionismo: vislumbran la acción de organizaciones sociales como una esfera independiente del mercado y/o de la política. No obstante, hay reformulaciones que intentan describir a la sociedad civil como un complejo de intereses económicos y políticos (DiMaggio y Anheier, 1990; Hammack y Young, 1993).

⁶⁹ Cabe mencionar que Elias (1982 [1970]) habla de *valencias afectivas*, no emotivas, para referirse a la vinculación que involucra lazos identitarios en las configuraciones sociales. Empero, estos lazos no pueden ser explicados sin la dualidad amor-odio y sin que involucre la relación amigo-enemigo. No hay lazos que identifiquen a los individuos en grupos si no hay la contraparte de diferenciación de un Otro; el cual se puede percibir como enemigo (Simmel, 2007; 2002). Es por ello que aquí se habla de vinculaciones emotivas (amor-odio) y no solo de afectivas (amor-apego).

construyen en torno a valores y a rasgos identitarios. Las valencias funcionales se relacionan con operaciones económicas (generación de riqueza) y gubernamentales (controles mutuos y autocontrol).⁷⁰ Combinando valencias emotivas y económicas, los individuos se identifican colectivamente formando familias, tribus, empresas o Estados-nación. En una configuración familiar los individuos se relacionan con lazos emotivos (amor-odio; libertad-dependencia) y con vinculaciones funcionales (sobrevivencia y reproducción). Los individuos que integran una empresa (trabajadores, empresarios, clientes) se relacionan mediante los vínculos funcionales del interés económico (incrementar ganancias y reducir costos); y, también, con valencias emotivas (amistad-enemistad, lealtad-traición, respeto-ofensa).

Estas vinculaciones están marcadas, siempre, por «diferenciales de poder» (Elias, (1982) [1970]); esto es, por una capacidad de control distinta sobre el otro. Las relaciones configuracionales son relaciones de poder en las que se vinculan los individuos mediante flujos de fuerza; es decir, mediante juegos de control y autocontrol. Las relaciones sociales son un juego de control, dependencia y resistencia mutua en el que ningún individuo “tiene” todo el poder. El poder, o la fuerza de un individuo en su relación con otros –para influir, dirigir o controlar su comportamiento; es decir, para gobernarlos–, fluye entre los cuerpos que integran el entramado social, ninguno de ellos lo posee de forma permanente, ya que el poder es un aspecto relacional más que ontológico.⁷¹ Como este poder no es “absoluto”, las vinculaciones sociales operan mediante una «fórmula de necesidad» que regula el tipo y grado de interdependencia entre quienes tienen más recursos de poder y quienes tienen menos –lo que constituye los diferenciales de poder dentro de una

⁷⁰ Entendamos gobierno, en un sentido amplio: como «el modo de dirigir la conducta de individuos o grupos» (Foucault, 1988b [1979]: 239)

⁷¹ El poder no es “algo” que se posea, es una fuerza que fluye por los cuerpos del entramado social: «el poder tiene que ser analizado como algo que circula, o más bien, como algo que no funciona sino en cadena. No está nunca localizado aquí o allí, no está nunca en las manos de algunos, no es un atributo como la riqueza o un bien. El poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular. [...] En otros términos, el poder transita transversalmente, no está quieto en los individuos» (Foucault, 1979: 144).

configuración social– (Elias, 1982 [1969]: 212).⁷². El control de uno reside en la dependencia de los otros; pero también estriba en la resistencia de aquellos (Emerson, 1962: 32).

Teniendo en mente estos lazos de control-dependencia-resistencia y de las valencias funcionales y emotivas, podemos repensar las relaciones de la empresa con el Estado y la sociedad. La configuración empresarial –inmersa en una configuración social más amplia que la relaciona con organizaciones sociales y con el Estado– vincula a capitalistas (propietarios, socios e inversionistas) con trabajadores, proveedores, clientes y consumidores. La configuración empresarial se entreteje a partir de relaciones de tipo laboral, comercial, societario, o político que involucran flujos de control, dependencia y resistencia entre las distintas partes (ver figura 2.1).

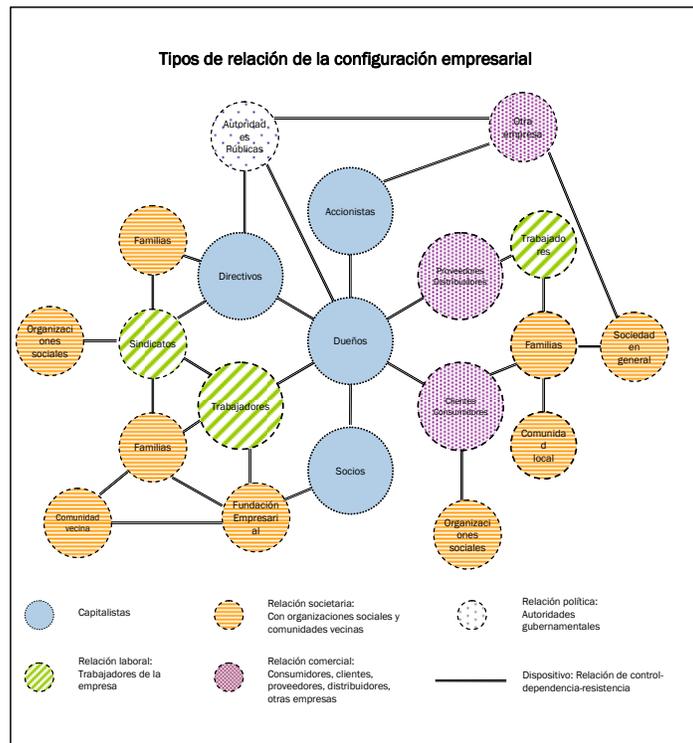


Figura 2.1 Esquema de la configuración empresarial según sus tipos de relación

⁷² Con esta fórmula de necesidad se puede entender la relación entre los trabajadores de una fábrica y los empresarios. Es decir, «en qué sentido algunos hombres estuvieron y están obligados a entrar, como trabajadores, al servicio de un empresario, y en qué sentido y grado éste necesita a su vez de aquéllos» (Elias, 1982 [1969]: 212).

Esta configuración social se entrelaza mediante vínculos funcionales para regular, por ejemplo, la producción, la distribución o el consumo de algún producto o servicio. No obstante, en ella también está presente la vinculación emotiva. Vinculación de satisfacción o repudio, que lleva a un consumidor a preferir una marca sobre otra; o a una organización social a oponerse a determinada marca. En estas vinculaciones, operan diversos *dispositivos* que hacen fluir el poder en el cuerpo social mediante juegos de control-dependencia-resistencia.

El dispositivo es la «red» que se establece entre discursos; procesos de negociación; relaciones institucionales; decisiones reglamentarias; emisión de leyes y medidas administrativas; y manifestación de enunciados científicos o de proposiciones filosóficas y morales. El dispositivo es una formación histórica cambiante en el tiempo; es un juego de carácter *estratégico*, mediante el cual se disponen elementos discursivos y no discursivos con los que se relacionan los individuos del entramado social.⁷³ Que el dispositivo sea de «naturaleza esencialmente *estratégica*» significa la existencia de «cierta manipulación de relaciones de fuerzas»; esto es, «una intervención racional y concertada entre dichas relaciones de fuerzas, ya sea para desarrollarlas en cierta dirección, o bien para bloquearlas, o para estabilizarlas, utilizarlas». Esto significa que el dispositivo siempre está «inscrito en un juego de poder, pero también siempre [está] ligado a uno o unos bornes de saber, que nacen allí pero que igualmente lo condicionan». (Foucault, 1983 [1973]: 184-6). Es por ello que el dispositivo describe un *conjunto heterogéneo* de elementos discursivos y relacionales que conforman un campo de acción-saber en el que se relacionan emisores y destinatarios mediante juegos de control.

Por el tipo de control establecido, *el dispositivo puede ser sociocultural, ético o jurídico*. Son controles jurídicos aquellos establecidos formalmente y sancionados por las legislaciones estatales; en contraste con los controles éticos y socioculturales

⁷³ El que este dispositivo sea cambiante en el tiempo –*dimensión histórica* de la acción social–, nos remite a la perspectiva –teórica, epistemológica y metodológica– de tipo procesual (compartida por Foucault y Elias), dibujada en lo que se conoce como *método genealógico* (Varela y Álvarez-Uria, 1997).

que están marcados por los códigos sociales. La diferencia entre controles socioculturales y éticos es que los primeros *no* están orientados a “hacer el bien”; más bien, implican un amplio espectro de comportamientos y costumbres que le dan forma a la diversidad cultural del planeta (construyendo así un mundo de alteridades). Los controles éticos sí están orientados a generar un *bien individual y colectivo*.⁷⁴ Es a partir de la combinación de estos controles, de estos dispositivos (éticos, jurídicos y socioculturales), que los individuos interactúan en el entramado social, moldeando los impulsos que le imprime su condición humana (esencialmente egoísta e individualizante).⁷⁵ La RSE, como ya habíamos adelantado, opera como un *dispositivo ético* que al ser un mecanismo de autocontrol voluntario, se contrapone a los dispositivos jurídicos sancionados por el Estado (normas jurídicas). Pero, como también lo habíamos anticipado, la RSE emerge en un horizonte cuyas dimensiones sociocultural –de una sociedad cimentada en la idea de riesgo– y política –de la nueva gobernanza global–; sitúan a la ética como elemento idóneo para lubricar la interrelación social.

Recapitulando la propuesta anterior, encontramos individuos relacionados con valencias emotivas y funcionales que forman configuraciones sociales. Ahí los individuos interactúan mediante juegos de poder. Los individuos coaligados por vinculaciones emotivas (amor-odio; identidad-alteridad) y económico-funcionales (costo-beneficio) interactúan mediante fórmulas de necesidad con las que se entretajan juegos de control-dependencia-resistencia de unos con otros. Para ello, los individuos requieren dispositivos (socioculturales, éticos o jurídicos) con los que se articulan elementos discursivos y no discursivos que direccionan las relaciones de

⁷⁴ Cabe mencionar la diferencia entre moral y ética. La *moral* opera como un impulso individual, como un llamado absolutamente personal que se deriva de mi responsabilidad y necesidad de hacer el bien; la *ética*, se cristaliza en los controles de un contrato social, los cuales están orientados hacia la promoción del *bien común* (Bauman, 2005).

⁷⁵ Al hablar de condición humana debemos situarnos en un posicionamiento ontológico más hobbesiano que rousseauiano. Siguiendo la tradición filosófica de Hobbes, Malthus, Maquiavelo y San Agustín pensemos que la condición humana es egoísta e individualizante hasta que es mediada por la cultura o la sociedad (Ridley, 1997: 4).

fuerza. En estas vinculaciones los individuos construyen campos de acción-saber en torno a intereses y valores compartidos.

Desde esta perspectiva es que se puede entrever el interés de los capitalistas por recurrir a la RSE. Ello, sobre todo, si entendemos las condiciones políticas, económicas y socioculturales de su contexto u horizonte de emergencia. La RSE es parte de un proceso de transformación más amplio, en el que las relación entre el Estado, el mercado y la sociedad se recomponen; en el que el tradicional conflicto entre capitalistas y anticapitalistas toma nuevos rumbos; y en el que emergen nuevas formas de entender y actuar en un mundo carente de certezas. Con esta mirada analítica podemos situar campos de acción-saber contrapuestos con los que capitalistas y críticos interpelan a sus aliados y adversarios. Campos de acción-saber cuyos dispositivos de control pueden ser analizados como *procesos de enunciación-confrontación*. Esto es, procesos que implican la articulación de prácticas y dichos; percepciones y creencias; valores e intereses, en los que los enunciadores (empresarios o activistas sociales) se relacionan con tres tipos de destinatarios (véase figura 2.2). Aquellos que están a favor de sus creencias, valores e intereses y que, además, apoyan sus prácticas y dichos; es decir, los que comparten su mismo campo de acción-saber (prodestinatarios). Los que están en contra; los que en todo momento los critican y se oponen a su campo de acción-saber (contradestinatarios); y los que permanecen al margen –los indecisos a quienes se quiere convencer de que se adhieran a su campo de acción-saber– (paradestinatarios).⁷⁶

⁷⁶ Este planteamiento está inspirado en la teoría de la enunciación política de Eliseo Verón (1987). Enunciación que implica «enfrentamiento, relación con un *enemigo*, *lucha* entre enunciadores». Desde esta perspectiva, «la enunciación política parece inseparable de la construcción de un *adversario*. [...] La cuestión del adversario significa que todo acto de enunciación política supone necesariamente que existen otros actos de enunciación, reales o posibles, opuestos al propio. En cierto modo, todo acto de enunciación política *a la vez es un réplica y supone (o anticipa) una réplica*. Metafóricamente, podemos decir que todo discurso político está habitado por *un Otro negativo*. Pero como todo discurso, el discurso político construye también un Otro positivo, aquél al que el discurso está dirigido» (Verón, 1987: 16). Es por ello que en este proceso quien enuncia se relaciona con tres tipos de

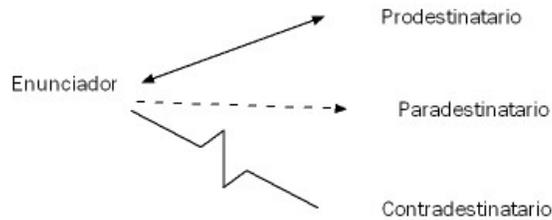


Figura 2.2 Relación de enunciación-confrontación

A cada uno de ellos se quiere convencer de seguir adherido o de optar por sumarse al campo de acción-saber propio –a sus creencias y valores. Para ello la retórica, entendida como *arte de la persuasión* ocupa un lugar central. Con ella se intenta convencer a los receptores sobre el mensaje transmitido: «provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas» (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989: 34). La estrategia es convencer a los destinatarios, mediante las acciones y los saberes de cada campo, sobre las veridicciones propias. Éste es el objetivo de los dispositivos RSE y anticorporativo: convencer para ganar aliados.

Horizonte de emergencia de la RSE.

Como hemos visto, parte central de la analítica del poder de la RSE implica situar esta práctica en su horizonte de (re)emergencia: 1) en la reconfiguración de la relación Estado-mercado-sociedad; 2) en la forma en que se ha transformado el histórico conflicto entre capitalistas y su crítica social; así como 3) en las nuevas formas de actuar en una sociedad pensada desde el riesgo. Para completar la exposición de la propuesta analítica construida, a continuación se presenta una reflexión sobre tales condiciones y transformaciones políticas, económicas y socioculturales en que resurgió la RSE. Al situarnos en este horizonte de (re)emergencia, podremos visualizar sus efectos de poder y, con ello, el renovado interés que ha despertado en capitalistas y no capitalistas.

destinatarios: los que están a favor, los que están en contra y a los que se quiere convencer de estar a favor.

Redefiniciones políticas de la «nueva gobernanza global»

El Estado se ha convertido en un campo de batalla fragmentado de ejecución de políticas, penetrado por redes transnacionales (gubernamentales y no gubernamentales) así como por instituciones y fuerzas nacionales.

David Held y Anthony McGrew

Una dimensión del horizonte de emergencia de la RSE tiene que ver con la transformación de las funciones y las relaciones del Estado, las empresas y las organizaciones sociales mediante lo que se conoce como «nueva gobernanza global». Con ella se piensa en la implementación de «normas blandas»; en una recomposición de lo público; en la redefinición del modelo estatal; así como en el reposicionamiento configuracional del mercado y la sociedad civil –particularmente, respecto a sus relaciones de poder. Las relaciones políticas se transforman «por encima, por debajo y al lado del Estado» (Held y McGrew, 2003 [2002]: 109). Si bien la idea de una nueva gobernanza global nos puede hacer caer en el «fatalismo político» de aquellas posturas simplistas que hablan de la «desaparición» del Estado o el «vacío de poder» dejado por un Estado cadavérico; tengamos siempre presente que el Leviatán no está en vías de extinción. Nada más alejado de la realidad que ese recurso mítico que nutre el discurso catastrofista de la globalización. Aunque parezca vano, resulta más útil pensar en una *reconfiguración del poder político*. No es que el cambio económico global se traduzca, necesariamente, en una disminución del control del Estado; más bien está alterando las condiciones bajo las cuales fluye el poder estatal, así como la forma en que se define su regulación. Esta recomposición difícilmente puede explicarse, de manera certera y sin catastrofismos, con metáforas sobre el declive, la erosión o la pérdida del poder del Estado.

Es común encontrar opiniones doctas y del sentido común que argumentan que con la globalización el poder de las empresas multinacionales se ha fortalecido y el del Estado se ha debilitado. Para discutir esto, habrá que considerar la diferencia entre dos tipos de poder: el del Estado y el del mercado. El primero –el poder político– es

típicamente «territorial» (en tanto que se halla limitado a un territorio dado); el segundo –el poder económico– es, con frecuencia, y en particular para sus agentes más importantes (las empresas multinacionales), «transterritorial» (Arrighi, et.al., 1999: 55). Esto hace que, mientras las autoridades estatales siguen operando bajo jurisdicciones específicas, las empresas tienen la capacidad de entrar y salir de las jurisdicciones estatales al no hallarse permanente o completamente sujetas a ellas (Arrighi, et.al., 1999: 55). Pero, más allá de la mayor flexibilidad que esto les imprime a los agentes económicos, en comparación con una pesada y anquilosada estructura estatal, ¿qué injerencia tienen estos actores económicos en la vida política? O, en otras palabras, ¿de qué manera el poder económico se cuela en los designios del poder político?

Para contestar esto, pensemos que las elites que luchan por el poder estatal suelen estar fuertemente influenciadas por la lucha para incrementar sus diferenciales de poder (económico y político). En esta lucha los intereses de las elites políticas y económicas se solapan. La mera reproducción de las cúpulas económicas exige el respaldo de la autoridad política, no sólo para hacer imperativos los derechos de propiedad y las obligaciones contractuales sino para favorecer a unas empresas sobre otras. A la inversa, las elites políticas no pueden tener éxito en su lucha por el poder del Estado sin el respaldo de los dueños del capital. Las elites económicas y políticas comparten e intercambian el poder económico y político (Arrighi, et.al., 1999: 53-54). Por ello, resulta simplista hablar del retraimiento del Estado; la relación entre poder político y económico hace que esta ecuación sea más compleja. Para explicar el nuevo orden global no debemos pensar en la reducción del poder estatal frente al incremento el poder del capital, sino en la redefinición de la regulación estatal y los controles configuracionales; en la creciente interdependencia entre poder político y económico; así como en la redefinición de lo público y lo privado.

Reconformación de la regulación estatal: El derecho blando y los nuevos controles configuracionales

Una de las transformaciones de la nueva gobernanza global apunta hacia la emergencia de nuevos controles configuracionales sustentados, sobre todo, en la ética. A partir de normas éticas, del derecho blando (*soft law*), la normatividad jurídica (*hard law*) del Estado se reconfigura. Pese a que hay una amplia discusión para definir sus límites, el derecho blando es aquel que, emanado de procesos extraestatales, pero también estatales, se caracteriza por ser un cuerpo de normas flexibles y de tipo voluntario. Normas que rigen las relaciones económicas a escala nacional e internacional. Suelen ser normas favorables al mercado porque están diseñadas para no entorpecer las transacciones económicas. Éste se distingue del derecho duro, cuyo modelo normativo es jerárquico e imperativo. Tales diferencias hacen que el derecho blando siga a un modelo ético, mientras que el derecho duro se apegue a uno jurídico. Estas características propician que se distinga el derecho blando como aquél surgido de la “esfera privada” mientras que el derecho duro apegado a la “esfera pública” –del Estado–; no obstante, con la expansión global del capitalismo, esta separación resulta inadecuada.⁷⁷

Si bien, el derecho blando se engendró en las recomendaciones y pactos de organismos internacionales así como en los códigos de ética de las empresas multinacionales; con la expansión del capitalismo global, el derecho blando fue asimilado por los propios Estados. Con la política económica neoliberal de finales del siglo XX –que implicaba, entre otras cosas, la desregulación de los mercados nacionales– las legislaciones estatales se suavizaron en algunos aspectos. El derecho duro se mantenía para proteger, ciertos derechos de las empresas –los

⁷⁷ En esto nos distanciamos de quienes conciben el derecho blando como una elaboración de actores privados y el derecho duro como aquél que se crea en el seno del Estado (véase Rodríguez Garavito, 2007 [2005]). Como veremos adelante, esta separación entre público y privado, resulta poco útil para analizar la actual reconfiguración entre el Estado, el mercado y la sociedad. Además, según nos muestran los casos analizados, en el seno del Estado también se gesta un derecho flexible conformado por normas éticas más que jurídicas.

derechos de propiedad material e intelectual son un ejemplo—; pero el derecho blando surgía para reforzar las relaciones de libre mercado. La desregulación implicaba eso: acuñar normas flexibles que facilitaran la actividad económica mundial —comercial, productiva y financiera. Si bien éstas son normas “jurídicas” —porque se originan en el Estado—, se asemejan más a las normas éticas: no son obligatorias y no están sancionadas por el Estado, como sí lo están las normas duras; las propiamente jurídicas. Surge, de esta manera, una separación entre la legislación dura y blanda del Estado.

El derecho blando implica autorregulación; el derecho duro involucra el control externo del Estado. Una aplicación del derecho blando lo tenemos en el dispositivo de RSE. Esta diferencia ha hecho que en el campo de acción-saber de la RSE, sus promotores manejan dos argumentos para justificarla como un medio efectivo de control que sustituye el «inoperante» control estatal. Uno se fundamenta en la idea del *vacío de regulación* dejado por la retirada del Estado; otro apela a los *vicios de la sobre regulación* estatal, a la corrupción y a los excesivos mecanismos burocráticos. Con ello se quiere convencer de las bondades de la autorregulación (aquella basada en el mercado). Porque «la nueva economía requiere nuevas formas de regulación» (Hanlon, 2008: 163), la característica voluntaria de dispositivos como la RSE impulsa mecanismos *efectivos y flexibles*, que van más allá del *rígido* control estatal. En investigaciones sobre la regulación privada, no-estatal o basada en el mercado, se afirma que el desarrollo de estándares de RSE responde a las fallas en la regulación nacional e internacional sobre el mercado, lo que se traduce en un «déficit» de gobernanza pública pero una ganancia en gobernanza privada.⁷⁸

Pero, el hecho de que la RSE generalmente sea percibida como una alternativa a la regulación gubernamental —como afirman Moon y Vogel (2008: 312-14)—, no significa que se desenvuelva de manera independiente de la política pública. Los

⁷⁸ «Gran parte del crecimiento de la regulación civil global se enraíza en la percepción de que la globalización económica ha creado un desequilibrio estructural entre el tamaño y poder de las firmas globales y los mercados, y la capacidad, interés y habilidad de los gobiernos para regularlas» (Moon y Vogel, 2008: 309-10).

gobiernos pueden impulsar (con recursos fiscales, legislativos u organizacionales) la RSE para guiar las buenas prácticas empresariales y del mercado.⁷⁹ De esta forma el gobierno actúa como «catalizador, convocante o socio»; pero siempre desde la primicia de la volición. Esa es la particularidad de la «regulación blanda» o «basada en el mercado» (*soft or market-based regulation*): no obliga a las empresas a seguir determinada conducta o comportamiento pero sí busca alentar mayor responsabilidad en la actividad del mercado (Moon y Vogel, 2008: 318). En contraste con una «regulación dura» que implica un marco de prohibiciones, obligatoriedad y sanciones jurídicas; la «regulación blanda» se traduce en lineamientos y recomendaciones. El impulso de la RSE desde el gobierno –en países como Francia, Inglaterra o Dinamarca– está enmarcado en una legislación suave (*soft-legislation*); es decir, en el conjunto de iniciativas legislativas que impulsan la RSE, pero que no sancionan la falta de ésta. Si bien hay intentos, sobre todo en Europa, por regular desde el Estado la rendición social de cuentas por parte de las empresas (por ejemplo, con la *necesaria* publicación de reportes sociales); en general, hay una tendencia discrecional en la práctica y promoción de la RSE. De hecho, esta tendencia ha cobrado fuerza con las dinámicas económicas de la globalización.

El dispositivo de RSE opera como un mecanismo de autorregulación y legitimación social para evitar la *vigilancia* y el *castigo*. Publicitar las acciones socialmente responsables responde al interés de *minimizar la vigilancia estatal y evitar el castigo social*. Vigilancia estatal que se traduce en la implementación de candados y barreras comerciales; sanción social que implica daño a la reputación pública de una marca, con campañas negativas y boicots; así como presión para extender la regulación «dura» del Estado. Con la RSE se enfatizan las premisas de autocontrol de una nueva relación entre el Estado, el mercado y la sociedad. Relación en la que el Estado pierde la primacía gubernamental y la fórmula de necesidad se reconfigura.

⁷⁹ Por ejemplo, con requisitos para que empresas extranjeras actúen e impulsen el desempeño económico de sus cadenas de valor conforme a códigos éticos; con estándares para atraer inversiones socialmente responsables; o bien, con el apoyo fiscal para que las empresas reporten y acrediten un desempeño ético, social y medioambiental.

Es así como la sociedad y el mercado –en mayor medida el segundo que la primera– asumen papeles gubernamentales; es decir, de conducción del comportamiento social. En el siguiente apartado veremos cómo a partir de una «nueva gobernanza» se rearticula esta relación y cambian los flujos de fuerza en el juego de control-dependencia-resistencia de la configuración social global.

La recomposición de lo público y el nuevo modelo de Estado

Ha sido común situar el interés de las empresas en el ámbito privado; mientras que el del Estado en el ámbito público. Pero esta separación entre lo público y lo privado es poco útil para aprehender la compleja realidad social, sobre todo si consideramos las transformaciones de las últimas dos décadas –con las que se desdibujan las líneas divisorias entre el Estado y el mercado; el mercado y el hogar; el hogar y el Estado. Cada vez es más común que las prácticas políticas (del Estado) se traslapen con los intereses del mercado; o bien que, por la misma lógica flexible del capitalismo global, las actividades productivas (trabajo manual e intelectual) se realicen desde casa. Es un hecho que las políticas del Estado invaden, cada vez en mayor medida, la intimidad de las familias, de los individuos, de los cuerpos; pero también, que la esfera pública (espacio antes ocupado en mayor medida por el Estado) sea “invadida” por la sociedad civil y el mercado.

Si seguimos la idea de que la «acción pública» o de «interés público» se realiza en el «terreno político» –el que atañe al Estado– con la «participación del ciudadano en asuntos cívicos o comunitarios» y que ella está orientada a la «búsqueda de felicidad pública» (Hirschman, 1986: 14-15): ¿Cómo se puede definir la acción “privada” de un individuo que consume productos verdes con la idea de atenuar el calentamiento global? O bien, ¿qué pensar de la protesta “pública” de un grupo de consumidores “privados” que se quejan no sólo por la calidad de algún producto, sino porque éste atenta contra la seguridad de quienes lo consumen? E, incluso, ¿de qué manera caracterizar las medidas de responsabilidad social empresarial adoptadas por una empresa privada, las cuales debieran repercutir en un bienestar público? Si bien todas estas acciones nacen en la esfera de lo privado, no es difícil pensar que

repercutirán (de forma positiva o negativa) en el terreno público, ahí donde afecta los intereses cívicos o comunitarios. ¿Hasta dónde el interés privado sobrepasa la frontera de lo público? ¿Cómo puede explicarse esta fusión de poder público y privado?

La “privatización” es una de las características con las que se define –y critica– la recomposición global de los últimos años. Es común escuchar enunciaciones sobre la privatización de responsabilidades del Estado o la privatización de diversos aspectos de la gobernanza global; ya sea con el establecimiento de normas técnicas extraestatales –pensemos en las muy variadas normas ISO que califican los procesos productivos–; o bien, mediante la canalización del gasto en ayuda humanitaria y en asistencia pública a través de organizaciones sociales. Pero ¿qué sentido tiene definir estos procesos en tales términos? ¿A qué responde esa «privatización»? Retomando la opinión del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), encontramos que los bienes públicos «ya no pueden reducirse únicamente a los bienes proporcionados por el Estado» (Held y McGrew, 2003 [2002]: 121). Han entrado en escena diversos actores, estatales y no estatales, que reconfiguran los recursos y los sistemas de reglas de la vida pública.

Entendamos esta recomposición de lo público, más allá de las ideas de «desterritorialización» y «reterritorialización». No es sólo que lo público, al ser ahora «cosmopolita», ya no se identifique con un territorio político determinado, sino que lo público, antes dominio estatal, ahora ha sido “colonizado” por la sociedad civil y las empresas. Es decir, por estas dos configuraciones sociales que antes eran definidas como “privadas”. Y no es que ahora las empresas dejen de operar con capital privado –es decir el de los dueños y accionistas– sino que éstas, mediante transferencias deducibles de impuestos, operan programas sociales (o filantrópicos), mediante lo que otrora serían “recursos públicos”. Con situaciones como ésta, resulta anquilosada la distinción público-privado y, por tanto, el debate sobre la privatización. Lo mismo se puede decir de las organizaciones sociales. Ambas, organizaciones y empresas, asumen responsabilidades que antes eran adjudicadas de manera casi exclusiva al Estado. Ello genera beneficios privados (sueldos de miembros en el caso de las primeras y ganancias económicas para las segundas)

pero, también, un bien público. Habrá que entender, entonces, que *lo público* ya no es una esfera exclusiva del Estado como tampoco *lo privado* es un ámbito exclusivo de las empresas o las organizaciones sociales.

La redefinición de lo público y lo privado deriva en un nuevo modelo estatal. La concepción «tradicional» del Estado –en un sentido de «unidad fundamental del orden mundial» que, además, presupone homogeneidad– resulta inoperante. El poder y el papel del Estado-nación se están transformando. La otrora capacidad del Estado para actuar de forma más o menos independiente se combina con la actual necesidad de consolidar los lazos internacionales (con otros gobiernos, con organizaciones sociales y con empresas transnacionales). Si se considera el crecimiento de organizaciones y colectivos internacionales y transnacionales (desde los organismos intergubernamentales, hasta grupos de presión y organizaciones no gubernamentales transnacionales), es fácil percibir la transformación en la dinámica del Estado y la sociedad civil.⁸⁰ La celebración de cada vez más cumbres y acuerdos mundiales sobre diversos temas de «interés global»; así como la multiplicación de tratados comerciales generan un nutrido debate internacionalista sobre la idea de una naciente «gobernanza global» (Held y McGrew, 2003 [2002]).

El Estado deja de ser la médula del poder político así como el único garante del bienestar público. La sociedad civil y las empresas entran en este juego de poder multipolar, aunque no de forma equilibrada. Como es obvio pensar, en esta rearticulación, las grandes empresas (con mayor capacidad de control que las organizaciones sociales y las Pymes) suelen inclinar la balanza del control social a su favor. Pero, no por ello, desaparece el –poco o mucho– control que pueden tener los otros agentes sociales. Ese es precisamente el sentido de la nueva gobernanza global. Pese a las bajas posibilidades de impacto que puedan tener las organizaciones sociales –defensoras de los derechos humanos o de un capitalismo

⁸⁰ Cabe señalar que «a principios del siglo XX sólo había 37 OIG [Organizaciones intergubernamentales –creadas cuando al menos tres gobiernos firman un acuerdo que genera obligaciones mutuas] y 176 ONGI [Organizaciones no gubernamentales internacionales], mientras que en 2000 había 6,743 OIG y 47,098 ONGI» (Held y McGrew, 2003 [2002]: 31).

alternativo—, participan en esta reconfiguración global como una fuerza «contrahegemónica».⁸¹ Para repensar esta rearticulación en términos de una nueva gobernanza global, tenemos que cambiar la visión sobre lo público y lo privado; sobre el gobierno y el quehacer del Estado. Retomar la idea de la «gubernamentalidad» puede resultarnos útil.

«Gubernamentalidad»: Desestatización del gobierno y gubernamentalización de la sociedad y el mercado

La organización configuracional concebida desde una nueva gobernanza global o transnacional nos remite, también, a la idea de «gubernamentalidad»; es decir al manejo de la conducta hacia determinados fines (Sharma y Gupta, 2006: 24). Al retomar la idea de gubernamentalidad pensemos en al «arte de gobernar» un barco para llevarlo a buen puerto. Esto es, buscar «bienestar» y «prosperidad» para quienes en él navegan.⁸² Hablar de gobierno, desde esta óptica, no nos remite a la relación del «príncipe» con su Estado. Es una «forma general de administración» diferente a la adquisición de soberanía de un príncipe sobre un territorio determinado (Foucault, 2006 [1978]: 136). Traspasando la estructura del Estado, con tal administración se gobierna en la casa, la escuela, el lugar de trabajo. Es así como se distingue el *gobierno de la soberanía del Estado. El gobierno no es una cuestión de «imposición de derecho», de las leyes; sino de «disposición de tácticas» de control:*

⁸¹ La cual «requiere la articulación y la coordinación de una inmensa variedad de movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil con el propósito de combinar estrategias y tácticas, definir programas políticos y plantear y llevar a cabo acciones colectivas» (Santos, 2007 [2005]: 43-4).

⁸² Ilustremos la perspectiva foucaultiana con la siguiente cita: «What does it mean to govern a ship? It means clearly to take charge of the sailors, but also of the boat and its cargo; to take care of a ship means also to reckon with winds, rocks and storms; and it consists in that activity of establishing a relation between the sailors who are to be taken care of and the ship which is to be brought safely to port, and all those eventualities like the winds, rocks, storms and so on; this is what characterizes the government of a ship» (Foucault, 2006 [1978]: 136).

Creo que estamos en un importante punto de inflexión: mientras que el fin de la soberanía es interna a sí misma y posee sus propios instrumentos intrínsecos modelados por las leyes, la finalidad del gobierno reside en las cosas que él maneja así como en la búsqueda de perfección e intensificación de los procesos que dirige; así, los instrumentos de gobierno, en lugar de estar basados en leyes, cubren un rango multiforme de tácticas. (Foucault, 2006 [1978]: 137)

Esta disposición de tácticas nos remite también a la naturaleza estratégica del *dispositivo* y al direccionamiento de las relaciones de fuerza en la configuración social. Recordemos que el dispositivo rearticula el juego de control-dependencia-resistencia entre los agentes del Estado, de las empresas y de las organizaciones sociales mediante controles de tipo ético, jurídico o sociocultural. Es decir, mediante normas estatales y extraestatales; mediante leyes y tácticas de control. La organización “estatocéntrica” de la configuración social con la que el Estado es «titular supremo» del control social, se torna en una formación dispersa de poder, en la que el Estado no es más que un «nodo que coordina» las funciones sociales (Sharma y Gupta, 2006: 25). De ser –el Estado– el garante del bienestar y la seguridad social (*welfare state*) pasa a ser *uno más* de los agentes que proveen estos servicios sociales; los otros son las propias empresas y las organizaciones sociales, quienes se erigen como cuerpos símiles al Estado –*state-like bodies*– (Sharma y Gupta, 2006: 28).

En un proceso en el que el gobierno se *desestatiza* y el mercado se *gubernamentaliza*, las empresas, los Estados y los organismos internacionales instrumentan *normas blandas* –voluntarias– para regular las relaciones económicas. Entre ellas, encontramos el dispositivo ético de la RSE. La norma Mexicana de Responsabilidad Social o la norma Internacional ISO 26000, son ejemplos de estos instrumentos voluntarios con los que el mercado se gubernamentaliza. En este proceso, las organizaciones sociales –aunque, en general, con menos recursos de poder– también se *gubernamentalizan*. Con la nueva gobernanza global se incrementan las oportunidades de poder de organizaciones de la sociedad civil global confrontadas a los instrumentos de poder –fuerza militar o coerción económica– del Estado y el mercado. Las organizaciones sociales, al disponer de

menos recursos financieros y políticos, difícilmente pueden enfrentarse al control de los Estados o las empresas multinacionales; no obstante tienen la capacidad de resistir y modelar sus intereses, actitudes y agendas.

La gobernanza global favorece la asociatividad e incide en la fórmula de necesidad al generar «una revolución asociativa» mundial en la que ciudadanos, comunidades e intereses privados buscan influir en la dirección y el contenido de un gobierno global. En este proceso, a la par que las empresas pugnan por regulaciones blandas; las organizaciones anticorporativas exigen que Estados y organismos internacionales fortalezcan la regulación «dura» sobre el mercado. Con la nueva gobernanza global se enfrentan dos fuerzas. Una, la de empresas y gobiernos –neoliberales–, con la que se promueve el derecho blando y las normas éticas. Otra, la de organizaciones anticorporativas –sociedad civil global– que impulsa nuevas y reforzadas normas jurídicas para detener el avance del capitalismo global y, con ello, disminuir el diferencial de poder que las separa de las “todopoderosas” empresas multinacionales.

En esta disputa advertimos que el Estado respalda, como lo ha hecho desde su creación, el desarrollo del capitalismo. El sistema capitalista y la economía de mercado se han desarrollado gracias al apoyo del Estado (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]; Polanyi, 1992 [1944]). Ambos, a lo largo de la historia, han tenido una relación interdependiente con el Estado.⁸³ El respaldo del Estado al capitalismo y al *laissez faire*, a la postre, se ha traducido en una acumulación de fuerza sin contraparte. Ha sido el Estado el encargado de formular leyes favorables al capitalismo y también el responsable de rescatar a los capitalistas durante las crisis económicas. Para salir de las diversas crisis, el Estado ha absorbido «la responsabilidad de los daños y riesgos acarreados por el proceso de acumulación» (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]: 632). Si por un lado, el Estado, desregula la

⁸³ Recordemos lo que Polanyi (1992 [1944]: 197) planteaba al respecto: «Así como las fábricas de algodón –la principal industria del libre cambio–, fueron creadas con la ayuda de tarifas protectoras, primas a la exportación y subsidios indirectos a los salarios, el propio *laissez faire* fue puesto en vigor por el Estado».

economía dejando actuar “libremente” a los capitalistas; también favorece, con su propia regulación, la lógica de acumulación capitalista. Un caso extremo lo encontramos en los rescates financieros y productivos que el Estado ha hecho después de las principales crisis económicas en el mundo (1929; 2008). De ahí que no sea exagerado coincidir con Polanyi (1992 [1944]: 328) en que «el mercado ha sido el resultado de una intervención consciente y con frecuencia violenta» por parte de un gobierno que «le impuso» a la sociedad una organización mercantil y capitalista. Esta intervención consciente y violenta la vivimos en cada crisis económica, cuando el Estado *socializa* los costos de los rescates empresariales.

Para el caso mexicano, el Estado también jugó un papel relevante en el desarrollo del capitalismo, mediante dos vías. Primero, como fuente de inversión y promotor de la industrialización tardía; y, segundo, como instrumento de rescate en las crisis económicas. El Estado mexicano ha fungido como impulsor de la acumulación capitalista, pero también –y de forma inmanente–, como constructor de una sociedad desigual. En momentos de crisis económica, el Estado ha operado como *rescatista* de capitalistas en quiebra así como de los grupos sociales más vulnerables. El interés posrevolucionario era construir un Estado fuerte; para ello, aprovechando el contexto internacional de la Gran Depresión, se buscó industrializar la economía nacional para modernizar al país. Después de la Revolución de 1920, el Estado mexicano fungió como «banquero y empresario» (Bennet y Sharpe, 1980). Desde el periodo posrevolucionario y hasta 1970, se confeccionó una política de intervención económica para reconstruir y fortalecer a un sistema político federal incipiente (rebasado por los fuertes poderes locales). Floreció, entonces, una *cultura estatocéntrica*; el devenir social y económico del país dependía, en gran medida, de las decisiones de la clase política. La intervención económica del Estado en la economía generó, a la vez, la refundación del Estado y, a la postre, la creación de una elite empresarial.⁸⁴

⁸⁴ Entre 1920 y 1940, el Estado sienta las bases para la posterior industrialización; por una parte, mediante el establecimiento de instituciones financieras (Banco de México y Nacional Financiera) y, por la otra, con la nacionalización de empresas extranjeras. En 1947 el gobierno mexicano

La relación del Estado con el capitalismo cobra relevancia si, además, repensamos –con Kalyan Sanyal (2007)– el propio desarrollo del capitalismo como el devenir de un proceso que necesariamente genera, como parte de su existencia, un «complejo de producción capitalista y no-capitalista». El Estado mexicano ha jugado un papel relevante en la conjunción de prácticas productivas capitalistas (bajo la lógica de la acumulación) y no-capitalistas (bajo la lógica de la necesidad).⁸⁵ Ha sido el que (con la lógica desarrollista del *welfare state*) permitió que la exclusión, desigualdad y polarización generadas por el capitalismo convivieran con éste. Como el desarrollo y el subdesarrollo forman parte del mismo proceso capitalista; en el mismo sentido que el Estado ha alimentado la lógica de la acumulación capitalista, ha desarrollado prácticas no-capitalistas al atender la necesidad de las zonas marginales del capitalismo (*wastelands*). Sobre todo con la desindustrialización de los países desarrollados, los Estados del Sur –como México– impulsan la industrialización de sus países sin que ello implique la eliminación de prácticas no-capitalistas de, por ejemplo, la economía de subsistencia que abastece las necesidades económicas de quienes no tienen posibilidades de entrar en el ciclo de ganancia capitalista. Pensemos, por ejemplo, en la microproducción campesina para el consumo familiar o en los pequeños negocios de comercialización de comida que suelen aparecer ahí donde no hay fuentes “formales” de empleo.⁸⁶

implementó un nuevo modelo económico: la industrialización por sustitución de importaciones que desplazó la economía agrícola de exportación (modelo económico anterior). Los presidentes que siguieron al mandato de Cárdenas, comenzando por Manuel Ávila Camacho (1940-1946) y hasta Adolfo López Mateos (1952-1958), «estaban convencidos de que la industrialización era la clave del moderno crecimiento económico». En esta etapa el sector empresarial se fortalece (Camp, 1995 [1989]: 36).

⁸⁵ En la lógica de necesidad, en contraste con la de la acumulación, el ciclo D~M~D produce sólo lo necesario para la supervivencia individual o familiar.

⁸⁶ Aquí cabe mencionar que Sanyal (2007) nombra como actividad no-capitalista (es decir aquella que no se desarrolla bajo la lógica de la acumulación) a la «economía informal». En esto habrá que distinguir la economía “informal” de la *ilegal*. La comercialización de productos apócrifos, mercancía robada o que no ha pagado impuestos, difícilmente puede ser definida como no-capitalista. Es un negocio que, independientemente de que no siga los cánones legales, produce ganancias

Considerando lo acontecido en países como México, acaso, ¿no es el propio Estado el que implementa políticas para combatir la pobreza a la vez que es el que favorece la acumulación capitalista al permitir –si no es que hasta fomentar– la existencia de grandes monopolios? ¿No es el propio Estado, rebasado en su capacidad para generar bienestar social, el que en toda crisis económica impulsa la creación de microempresas o la promoción del autoempleo? El Estado sirve al desarrollo del capitalismo cuando fomenta su expansión pese a que con ello contribuya a acentuar la desigualdad socioeconómica. De ahí que el Estado también sirva al capitalismo cuando trata de lidiar con la desigualdad generada por aquél. Es así como el Estado alimenta, al mismo tiempo, la lógica de la acumulación capitalista y la lógica de necesidad no-capitalista. Pero, ¿qué pasa cuando el Estado, como respuesta a la crisis económica, deja de invertir en gasto social. ¿Quién asume las responsabilidades sociales frente a la población marginal? Ahí entra en juego la gobernanza global y la lógica de la gubernamentalidad. Cuando el Estado deja de ser el centro de las políticas de apoyo y desarrollo social; las organizaciones sociales de ayuda humanitaria (nacionales e internacionales), las organizaciones anticorporativas, las empresas y sus fundaciones se gubernamentalizan. Asumen responsabilidades públicas para atender –con el Estado o en contra de éste– los riesgos de la postindustrialización; a la par, estas organizaciones buscan extender su control social sobre los vínculos configuracionales. En este escenario emerge la RSE pero también la crítica de organizaciones sociales. Crítica social que se opone a la idea de una «mano invisible» que regula el mercado y, por tanto, exige reforzar la regulación estatal. A continuación veremos la genealogía y operación de la crítica social contra la mancuerna de poder Estado-mercado.

multimillonarias y acumulación. Lo mismo se puede decir del narcotráfico; ambas son actividades productivas, informales e ilegales, que se mueven bajo la lógica de acumulación ilimitada de capital.

La crítica anticorporativa contra las consecuencias del capitalismo

Otra dimensión del horizonte de emergencia de la RSE es aquella que tiene que ver con la transformación de la histórica confrontación entre capitalistas y sus críticos. Pero antes de reflexionar sobre tales cambios, veamos uno de los elementos centrales de esta confrontación: la crítica que se le hace al capitalismo por sus consecuencias socioeconómicas. No hay nada más sencillo que entender el capitalismo como un sistema económico cuya actividad productiva y financiera está orientada a obtener ganancias privadas (Schumpeter, 1991: 300). La empresa privada es la «célula básica» de este sistema económico. Si bien suele ser definida por los propios empresarios no sólo como una «unidad de producción» sino como una «comunidad» que además de responder al bienestar individual, construye bienestar social (CCE, 1975); no puede negarse que el primer interés de la empresa es generar ganancias para sus acreedores (Friedman, 1970). De lo contrario ésta no podría existir. La principal razón de ser de la empresa es producir riqueza, en primer lugar, para los propios capitalistas que invirtieron en ella. Los capitalistas –empresarios y accionistas– crean e invierten en empresas para multiplicar su capital. En el conocido ciclo $D \sim M \sim D$ (dinero-mercancía-dinero), los capitalistas buscan incrementar sus ganancias, acumular capital y expandir sus inversiones para conformar un nuevo circuito de acumulación y expansión que genera, de manera creciente, mayor producción y capital ($D \sim M \sim M' \sim D' \sim M'' \sim M''' \sim D'' \sim$).⁸⁷ De forma exponencial y hasta ilimitada, en «la producción capitalista, el circuito empieza con una reserva inicial de dinero (D), el cual es gastado para obtener fuerza de trabajo y materiales (M). El valor de M aumenta en el interior del proceso productivo al ser transformado en M' [mercancía], la cual es comercializada por una mayor cantidad de dinero (D')» (Sanyal, 2007: 211). De forma subsiguiente, el dinero generado (D')

⁸⁷ El ciclo $D \sim M \sim D$ tiene dos fases: la productiva o de expansión material (dinero-mercancía) y la financiera (mercancía-dinero): «En las fases de expansión material, el capital-dinero 'pone en movimiento' una creciente masa de mercancías (incluidas la fuerza de trabajo mercantilizada y los recursos naturales), y en las fases de expansión financiera, una creciente masa de capital-dinero 'se libera' de su forma de mercancía, y la acumulación se realiza mediante procedimientos financieros» (Arrighi, 1999: 19).

es utilizado para incrementar la producción (M'') y, con ello, las ganancias monetarias (D'').

Concentración y acumulación son, pues, las exigencias capitalistas que en los últimos años han reorganizado la configuración económica global entre un puñado de grandes empresas. Las cuales, mediante circuitos cerrados de circulación de capital, buscan además extender su campo de acción al mayor número de países posibles para incrementar, con ello, sus ganancias. El motor del capitalismo es la concentración y acumulación de capital. Sin reparar demasiado en los medios utilizados, los capitalistas promueven acuerdos con el Estado para pasar por encima de sus competidores o para obtener información privilegiada; o bien, buscan mejorar su imagen pública frente a la de sus competidores. Por ello no es raro encontrar casos en la historia del capitalismo que muestran a los capitalistas utilizando «todos los medios a su disposición y, en particular, el control político del Estado, para limitar la competencia, para obstaculizar el libre comercio cuando les es favorable, para ocupar y conservar posiciones de monopolio y para favorecer desequilibrios geográficos y políticos con el fin de absorber[...] el máximo de beneficios» (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]: 37).

Esta es la lógica del capitalismo. Pero esta lógica es sólo un lado de la moneda. Acumulación, concentración y expansión traen consigo desigualdad, exclusión y polarización. *La coexistencia de riqueza y pobreza, de marginalidad y desarrollo es resultado de la lógica capitalista.* Para que haya acumulación y concentración de capital, debe haber desigualdad y pobreza. Y esto, promueve indignación:

Es un hecho chocante que en los países en vías de desarrollo casi treinta mil niños menores de cinco años mueren cada día a causa de enfermedades evitables que han sido casi completamente erradicadas en Occidente. (Held y McGrew, 2003 [2002]: 93)

Argumentos como éste se multiplican en diversos escenarios amasando, así, una crítica social alimentada por la propia lógica del capitalismo. La acumulación-concentración de capital y su consecuente desigualdad-marginación son el motor del capitalismo, pero también de su crítica social. Los críticos del capitalismo global increpan en su contra porque –argumentan– éste ha exacerbado la desigualdad

socioeconómica. Si bien, ya veíamos que bajo la propia lógica capitalista se genera riqueza y pobreza, no podemos dejar de lado el debate existente en torno a la desigualdad socioeconómica mundial. Mientras que de un lado se afirma que el capitalismo global ha profundizado la brecha entre ricos y pobres; por el otro se asevera que éste ha contribuido, de forma significativa, al crecimiento económico y por tanto a sacar a la gente de la pobreza (Held y McGrew, 2003 [2002]).⁸⁸ Los analistas de la pobreza, quienes no acaban de ponerse de acuerdo en cómo medirla, muestran al respecto escenarios contradictorios.

Por una parte, existen estudios cuyos resultados muestran que en las últimas dos décadas del siglo pasado hubo un descenso no sólo en la pobreza absoluta sino también en la desigualdad a escala mundial. Considerando eufemísticamente distintos grados de pobreza –la “decorosa” y la absoluta–, tales estudios muestran que a principios del siglo XXI, en comparación con 1980, se reportan doscientos millones menos de personas que subsisten con menos de un dólar al día –pobreza absoluta–; mientras que la proporción de los “decorosamente” pobres ha caído del 31% al 20% de la población mundial. Esta perspectiva se acopla con la «interpretación neoliberal», la cual ve en la expansión del capitalismo global el único camino efectivo para reducir la pobreza global; razón por la cual el Estado debe favorecer la expansión capitalista mediante una «regulación blanda».

Por otra parte, están quienes postulan que «la fuente principal de la miseria» es el capitalismo global y su «expansión neoliberal». El gasto de la «zona occidental opulenta» –responsable del 89% del consumo mundial, del 79% de la renta mundial, del 47% de las emisiones de carbono y del 74% de todas las líneas telefónicas–; contrasta con el gasto de los 1,200 millones más pobres de la población mundial –que conforman el 1.3% del consumo mundial, el 4% de la energía, el 5% del consumo de pescado y carne y el 1.5% de las líneas telefónicas–. Ante ello, la solución es sustituir el capitalismo global por una alternativa económica, *también*

⁸⁸ Este debate ha sido ampliamente discutido; aquí se retoma clara sistematización de Held y McGrew (2003 [2002]).

capitalista, pero que favorezca la producción y el mercado locales. Para ello, el papel regulador de los Estados es central al instaurar normas jurídicas «duras» que refuercen el control sobre el capitalismo global para hacerlo retroceder o hasta desaparecer.

En un término medio entre tales antípodas están los que, siendo críticos de la «ortodoxia neoliberal» sostienen que la pobreza y la desigualdad están empeorando –no reduciéndose–; los beneficios de la globalización económica se reparten de forma irregular entre los diversos países y dentro de los mismos. Ello ha generado una «nueva arquitectura social» que divide a la humanidad en perdedores y ganadores de la globalización. La solución, desde esta perspectiva, en comparación con la visión crítica, no es eliminar o revertir el capitalismo global, sino «domarlo» mediante un sistema reformado y más robusto de gobernanza global que pueda regular los mercados mundiales.

En el siguiente apartado veremos cómo se gesta y se transforma la segunda perspectiva; la de la crítica anticorporativa. Es decir aquella que, posicionándose contra el capitalismo global de los grandes corporativos multinacionales, busca reforzar la regulación estatal para favorecer la producción y el consumo locales.

Genealogía de la crítica social anticapitalista: Del anticapitalismo revolucionario a la crítica anticorporativa

Desde la consolidación del capitalismo moderno, la crítica social ha acompañado su desarrollo como una sombra: primero como una crítica anticapitalista (siglos XIX y XX) y, después, como una crítica anticorporativa (finales del siglo XX y lo que va del siglo XXI). A continuación ubicaremos el proceso con que se reconfigura la crítica social como gestora de cambios sociales. Veremos que después de 1968 la crítica del capitalismo se expresó con mayor fuerza. No obstante, en la década de los ochenta esta crítica bajó la voz hasta casi un susurro, debido a la caída de la antípoda capitalista con el desmoronamiento de los regímenes socialistas en 1989. Pero con las consecuencias sociales de las reformas estructurales que apuntalaron la expansión capitalista, la crítica social emergió del silencio. Fue así como, los

últimos años del siglo XX, comenzó a gestarse una acción social crítica al capitalismo, sustentada en la idea de que es posible construir un mundo con una lógica alternativa a la del capitalismo global. La crítica anticapitalista (tendiente al socialismo) se renovó como una crítica anticorporativa («altermundista»).

La crítica anticorporativa es heredera del anticapitalismo de la «vieja izquierda» y de su posterior recomposición: la «nueva izquierda». La crítica social anticorporativa es legataria de aquella resistencia socialista que –desde mediados del siglo XIX– buscaba defender los derechos de los trabajadores, por una parte, y proclamar la soberanía popular y nacional, por la otra. Es sucesora de la lucha de sindicatos y agrupaciones de liberación nacional para quienes la «conquista» del poder estatal era un requisito central para lograr la transformación social. En tal lucha, no obstante, también había quienes –desde una perspectiva anarquista– eran escépticos de participar en el funcionamiento del Estado: había que destruirlo.

Como es previsible, la crítica anticorporativa también es heredera de la lucha posterior al movimiento de 1968. De la lucha de renovación que buscaba alcanzar lo que la vieja izquierda no había logrado: «transformar el mundo».⁸⁹ La «nueva izquierda» incorporó las demandas de los diversos grupos que habían sido marginados por la vieja lucha socialista. Feministas, ecologistas, etnicistas y defensores de la diversidad sexual construyeron una nueva forma de protesta que ya no apuntaba contra el poder estatal sino contra la exclusión social y las muy diversas «formas de dominación». Entre 1968 y 1989 la crítica social se reconfiguró en torno a la defensa de los derechos humanos; pero, después de 1989, la intensidad de la lucha menguó. Si la década de 1968-1978 había representado una activa movilización social de la crítica anticapitalista (que conjugó la acción social de sindicatos, estudiantes, intelectuales y clases populares); los años posteriores se

⁸⁹ Ésta es una de denuncias contra la «vieja izquierda» que acompañó la movilización de 1968-1989: no haber culminado la transformación social prometida; «el mundo seguía tan desigual como antes» (Wallerstein, 2005: 231-235; véase también Arrighi, et.al, 1999).

caracterizaron por el «desgaste ideológico» de la crítica social.⁹⁰ La caída del socialismo real tundió contra los ideales de la resistencia social. La lucha socialista anterior se desdibujó y en su lugar quedaron visos de «un sindicalismo desorientado» y de intentos por reforzar la ayuda humanitaria (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]: 242).

No obstante, con la creciente polarización socioeconómica que deviene de los ajustes económicos y políticos de la expansión global del capitalismo; en el siglo XXI se revitaliza la crítica social contra un capitalismo caracterizado como un «imperialismo neoliberal». Es así como se configura un nuevo espíritu anticorporativo que le hace frente al espíritu del capitalismo global. Es así como, incorporando diversas temáticas y –en muchos casos– reciclando el viejo discurso socialista, la resistencia social del nuevo siglo se diversifica en una crítica social que lucha por la construcción de un mundo alternativo al capitalismo global, al machismo, a la discriminación étnica, o a la homofobia. Con ello también surge una nueva forma de protesta social y acción pública: las organizaciones sociales anticorporativas o de defensa de derechos humanos. Ellas, a finales del siglo, reinventaron la sociedad civil mediante la acción global o transnacional.

Sin pretender «magnificar sus resultados» como un «cambio social total»;⁹¹ es decir, como una revolución que sustituya todo el orden social instaurado, aquí se piensa en

⁹⁰ El «desgaste ideológico» de la crítica (cuando la crítica no sabe qué decir, porque o bien ya lo ha dicho antes o bien, ha sido retomado por el espíritu del capitalismo) es distinto de la incapacidad de la crítica social por hacerse oír. Eso es lo que constituye más bien un «desarme físico»; es decir, cuando la crítica sabe qué decir, pero no puede hacerlo (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]: 91).

⁹¹ El «resultado esperado» de la acción colectiva suele ser producto «de la imaginación de los ciudadanos» y «muy probablemente se encontrará muy alejado de la dura realidad que resultará de la acción pública». Para remontar la brecha entre la imaginación y la realidad habrá que deshacernos del «autoengaño» y de la «necesidad de magnificar los beneficios que habrán de esperarse de la acción colectiva». Por ello, y para que un análisis de los resultados de la acción colectiva refleje menos «la pobreza de nuestra imaginación» y más los sucesos acontecidos, hay que enfocar la mirada en lo que se logró y no en lo que debería haberse logrado (de acuerdo a los «magnos» objetivos planteados) (Hirschman, 1986 [1982]: 105-106).

la crítica social de la «sociedad civil global» como aquella acción, de grupos formalmente organizados o colectivos con fines coyunturales, que buscan promover cambios configuracionales; es decir, en las relaciones de poder del entramado social. La «sociedad civil global» crítica, se conforma por organizaciones –«reformistas» o «revolucionarias»– que cuestionan o rechazan los modelos «hegemónicos» de democracia, de capitalismo global y de organización social; buscando alternativas sociales, políticas y económicas (mediante la transformación del orden social o la construcción de uno nuevo). La resistencia y el «activismo social» son componentes que caracterizan a esta sociedad civil global (Santos, 2007 [2005]; Keane, 2001; Pianta, 2001; Desai y Said, 2001).⁹²

Sin importar la forma, temporalidad o magnitud de sus acciones, la crítica social de organizaciones y colectivos que integran la sociedad civil global, se caracteriza por estar orientada hacia el *cambio social*. Esto implica, en primer término, la existencia de inconformidad e indignación ante una situación social específica; y, en segundo, la construcción de un dispositivo crítico contra determinada relación de poder. De una fuente emotiva de molestia se construye un dispositivo que *denuncia* la situación “indigna” y *justifica* su transformación. La *indignación* hacia las acciones del capitalismo ha sido la fuente de su crítica social. De este primer momento emotivo del que mana la crítica, posteriormente se nutre con una retórica argumentativa que da voz y traduce el sufrimiento individual en términos del bien común.⁹³

Organizaciones internacionales (o transnacionales) –como Greenpeace, Amnistía Internacional y Amigos de la Tierra–, o nacionales –como El Poder del Consumidor y el Frente Auténtico del Trabajo– conforman la nueva crítica social anticorporativa y altermundista (o altermundialista). Ante el debacle socialista, estas organizaciones

⁹² No obstante este énfasis crítico, en la sociedad civil global también hay organizaciones «solidarias», las cuales, desde una perspectiva más bien conservadora, no pretenden cambiar el orden configuracional existente; sino fungir como organizaciones de ayuda humanitaria.

⁹³ Esto hace que la crítica se mueva en dos ámbitos: el de las emociones y el reflexivo-teórico-argumentativo (Boltanski y Chiapello, 2002 [1999]).

sociales no apuntan contra el capitalismo *per se*; sino contra su modalidad globalizada: con grandes monopolios privados, producción a gran escala y consumo global. Esta crítica se gesta como una nueva forma de resistencia contra el poder político y económico; y se adapta a las tendencias de la nueva gobernanza global. Con la gubernamentalización de la sociedad, estas organizaciones se presentan como una sociedad civil global enfrentada a empresas multinacionales. Una sociedad civil que le exige al Estado mayor control sobre el mercado; pero también una sociedad civil que, ante la reconfiguración del poder estatal, busca extender su control social sobre ambos –sobre el Estado y el mercado. Antes, cuando el Estado era el único centro organizativo del desarrollo económico, el poder estatal estaba en la mira de la crítica social; ahora, con la reconfiguración de éste, la lucha anticorporativa tiene en la mira –además del Estado– a las grandes empresas multinacionales y a los organismos económicos internacionales.⁹⁴ Un nuevo espíritu de lucha se confronta contra el espíritu del capitalismo global.

El espíritu de Porto Alegre frente al espíritu de Davos

El siglo XXI inició con la gestación de una crítica social renovada, anticorporativa, la cual combinó dos formas de resistencia contra el poder político y económico: la «protesta masiva» y el «análisis intelectual». Si bien, desde la década de los ochenta del siglo anterior se venían realizando «cumbres paralelas» o alternativas a las realizadas por organismos internacionales o intergubernamentales, no fue sino hasta finales de la década de los noventa cuando inicia una nueva etapa de

⁹⁴ A finales del siglo XX, a la par que las grandes empresas cobraron importancia en la definición de las relaciones configuracionales, el credo liberal resurgió con gran fuerza. Fue retomado por los organismos internacionales de cooperación, desarrollo y regulación económica. Es por ello que organismos internacionales –como el FMI, el Banco Mundial, la OCDE y hasta la ONU–, nombrados bajo el apelativo de «neoliberales», fueron puestos –junto con las empresas y los Estados– bajo la lupa de la resistencia social.

resistencia para la sociedad civil global.⁹⁵ Durante la tercer Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio –la llamada Ronda del Milenio– (realizada del 30 de noviembre al 3 de diciembre de 1999, en Seattle); sindicalistas, ecologistas y anarquistas se manifestaron públicamente contra el sistema capitalista y su «proyecto neoliberal» cuestionando la legitimidad y legalidad de las propuestas y declaraciones de la Ronda. Estas manifestaciones conjugadas con la negativa de la mayoría de los gobiernos de países del Sur a firmar los acuerdos –previamente consensuados por los países del Norte–, inauguró una nueva etapa de la lucha altermundista (Villareal, 1999; Pianta, 2001). Después de Seattle el número de «cumbres paralelas» o alternativas incrementó drásticamente (alrededor de un 40% en los siguientes seis meses). Asimismo, con las protestas en Seattle para frenar la Ronda del Milenio se abrió una ventana para que el mundo se enterara de la resistencia contra la «globalización neoliberal». Con ello, la crítica social altermundista obtiene mayor visibilidad y apoyo de la opinión pública (Pianta, 2001: 178-80). Ejemplo de ello lo encontramos en el Foro Social Mundial (FSM).

En febrero de 2000, durante el Foro Económico Mundial de Davos, un grupo de 50 intelectuales de todo el mundo intentaron una táctica de lucha basada en la expresión de argumentaciones «antineoliberales» al organizar un AntiDavos en Davos.⁹⁶ Con estas experiencias y bajo la iniciativa de dos dirigentes de movimientos populares brasileños (Francisco Whitaker y Oded Grajew) y la colaboración de un activista social francés (Bernard Cassen, director de *Le Monde Diplomatique* y presidente de ATTAC-France),⁹⁷ en febrero de 2001 se organizó el primer Foro Social Mundial (FSM) en Porto Alegre, Brasil.

⁹⁵ En 1984 se llevó a cabo la primera reunión de la Otra Cumbre de Economía (*The Other Economic Summit* –TOES–), de forma paralela a la reunión del Grupo de los siete (G7).

⁹⁶ Esto como corolario de los encuentros Anti-Davos que «economistas y otros universitarios opuestos al neoliberalismo ya venían realizando, en Europa» («Orígenes y objetivos del Foro Social Mundial» en www.forumsocialmundial.org.br).

⁹⁷ La misión de ATTAC (inicialmente, Asociación por la Tasa Tobin de Ayuda a los Ciudadanos y, actualmente, Asociación por la Tasación de las Transacciones Financieras), es «luchar por la

Fue así como se construyó un escenario alternativo al foro *económico* de Davos; la distinción era obvia: mientras en un espacio se reunían los hombres más poderosos y ricos del mundo para acordar «como se harían más ricos y poderosos»; en el otro, concebido como «un punto de reunión abierto», se discutirían «soluciones alternativas» que beneficiarían a la sociedad en general y a los sectores sociales más desprotegidos. En contraposición al capitalismo global y a su justificación ética, se creó un espíritu crítico «no violento».⁹⁸ El «espíritu de Porto Alegre» encarnó la nueva crítica social contra «la globalización neoliberal» y el «imperialismo en todas sus formas» (Wallerstein, 2005: 226; 231); configurándose, además, como una plataforma para impulsar «actividades antiestadounidenses».⁹⁹

Desde entonces, mediante protestas masivas y análisis intelectual, cada edición del Foro reitera su ofensiva: «hundir Davos» y hacer realidad la idea de que «otro mundo es posible» (Wallerstein, 2005: 225). A partir de 2001, se han efectuado foros anuales con distintas modalidades organizativas; incrementando –en general– el número de participantes, año con año.¹⁰⁰ La organización de los foros ha sido

concreción de la propuesta de tasación de los movimientos de capital especulativo realizada por el Premio Nóbel de Economía James Tobin, como forma de controlar su actual libertad absoluta de circulación a escala mundial» (“Orígenes y objetivos del Foro Social Mundial” en www.forumsocialmundial.org.br).

⁹⁸ Pese a que formalmente hay un «consenso acerca de la no violencia», en la práctica existen «interpretaciones muy divergentes» sobre el concepto de no violencia dentro del FSM (Santos, 2007 [2005]: 45).

⁹⁹ Característica que, en 2006, provocó el enojo de “patrocinadores” como la Fundación Ford; la cual inicialmente contribuyó con 300 mil dólares para los gastos del Foro, pero para su sexta edición renunció a hacerlo (Hernández, 2006).

¹⁰⁰ «Porto Alegre 2001 esperaba recibir a mil 500 participantes. Pero llegaron unos 10 mil. El grueso de ellos provenía de América Latina, Francia e Italia. [...] La segunda reunión en Porto Alegre atrajo a 40 mil participantes, incluyendo ahora un enorme grupo de América del Norte. La tercera, en 2003, juntó entre 70 mil y 80 mil personas» (Wallerstein, 2005: 226). En 2004, el FSM realizado en Mumbai, India, albergó 74 mil personas; y el de 2005, realizado de nueva cuenta en Porto Alegre, rebasó las expectativas al reunir 155 mil asistentes. Las cifras de participantes están reportadas en las *Memorias* de los distintos foros, disponibles en la página Web del FSM: www.forumsocialmundial.org.br (Consultada en abril de 2010).

cambiante: se han realizado reuniones anuales centralizadas (en un sólo país) y policéntricas (con varias sedes).¹⁰¹ Aunado a las reuniones mundiales, desde 2002, se organizan foros temáticos y regionales. Globalización imperialista, sectarismo religioso, políticas de identidad, exclusión social, militarismo, violencia contra las mujeres y paz en el mundo han sido algunos de los temas debatidos en las mesas de discusión de los foros mundiales, temáticos y regionales. Los temas y objetivos que se discuten son producto de consultas entre las organizaciones participantes así como por las recomendaciones metodológicas del Consejo Internacional. Este último está integrado por delegados de más de 150 organizaciones civiles y académicas de todo el mundo.¹⁰²

De manera formal, el Consejo Internacional (CI) del FSM plantea –en concordancia con su Carta de principios– que la organización de los foros anuales, regionales y temáticos se llevan a cabo de manera independiente de gobiernos y empresas.¹⁰³ No obstante, tal aseveración contrasta con lo ocurrido, por ejemplo, en la sexta edición de la reunión anual policéntrica del FSM, particularmente la realizada en Venezuela; así como con las reuniones temáticas llevadas a cabo en la Ciudad de México desde 2008. El que la sexta edición del FSM en Venezuela fuera tildada de

¹⁰¹ La sexta edición del Foro se organizó de «forma descentralizada» en tres sedes: Caracas, Venezuela (con 80 mil inscritos); Bamako, Malí (con 10 mil asistentes); así como Karachi, Pakistán (con una afluencia de 30 mil participantes). En su séptima edición, la reunión anual del FSM retomó su formato original, al realizarse en una sola sede: Nairobi, Kenia (con 50 mil participantes), pero para 2008 el Consejo Internacional acordó, por segunda ocasión, no realizar un evento centralizado. En su lugar se efectuaron foros locales, regionales y temáticos enmarcados por las actividades de «movilización y acción global» (www.forumsocialmundial.org.br). En 2009 se organizó nuevamente un FSM con una sede única: la Amazonía brasileña (Belem), con la participación de 90 mil personas.

¹⁰² Organizaciones como Greenpeace, Amigos de la Tierra, ATTAC France, Caritas Internacional, Consejo Nacional Indígena de México, Vía Campesina y Oxfam Internacional participan en este Consejo (www.forumsocialmundial.org.br).

¹⁰³ Esto coincide con la caracterización que suele hacerse sobre las cumbres paralelas (Pianta, 2001: 171).

«chavista»;¹⁰⁴ y el que la realización de los foros en la Ciudad de México se hayan realizado con apoyo de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) y del gobierno capitalino nos hace ver que –a diferencia de lo planteado por el CI– estos espacios no están, necesariamente, organizados de forma «independiente» de los gobiernos.¹⁰⁵

Sobre la estructura organizativa del Foro Social Mundial, Wallerstein (2005: 225) plantea que su fórmula es «original»: Al ser plural, diverso, no confesional, no gubernamental y no partidista, se distingue del movimiento comunista y de sus Internacionales. Por su parte, Santos (2007: 47) asegura que el FSM tiene una «novedad organizacional» al no tener líderes, rechazar las jerarquías y poner énfasis en las redes de ciberactivismo. Desde esta óptica se vislumbra un «liderazgo diferente», no como el trabajo de una «vanguardia ilustrada que va abriendo camino a unas masas que siempre serían víctimas de la mistificación y de la falsa conciencia», sino como un acompañamiento con los que «van más despacio» (Santos, 2007: 50).¹⁰⁶ Sin embargo, es por estas «innovaciones políticas» que las

¹⁰⁴ La organización del foro Caracas no satisfizo del todo a los asistentes: «Surrealista, policéntrica, caótica y ¿chavista?»; así es como se describe esta reunión en una reseña electrónica (www.lafogatadigital.com.ar/foro2006/foro.5.2.htm).

¹⁰⁵ En su décimo año, la reunión anual del FSM no se realizó en un «evento mundial único y centralizado», sino «de forma continua durante todo el año a través de eventos y actividades en diversas partes del mundo» (www.forumsocialmundial.org.br). El Distrito Federal (México) fue una de las varias ciudades que albergó actividades para conmemorar el décimo aniversario del Foro. Del 2 al 4 de mayo se llevó a cabo un foro temático sobre «Salidas a la crisis global» en el Zócalo de la Ciudad de México. Esta reunión temática fue precedida por otras dos: una realizada en las instalaciones de la UACM (2009) y otra más en el Zócalo de la ciudad (2008); las tres con apoyo del gobierno local (Entrevista personal realizada a una integrante de la Sala de Prensa del Foro Social Mundial Temático 2010; 3 de mayo de 2010).

¹⁰⁶ En el mismo sentido el lingüista y activista político, Noam Chomsky, plantea que la organización de este Foro demuestra que «las fuerzas bajo la superficie que están presionando todo esto son las organizaciones populares internacionales de un tipo que jamás existió antes; las que se reúnen anualmente en el Foro Social Mundial [...] Estos son verdaderos movimientos de masa muy poderosos de un tipo sin precedentes en la historia: las verdaderas internacionales. Todo el mundo ha hablado

propuestas del FSM son difíciles de traducir en planificación estratégica y acción política (Santos, 2007 [2005]: 48). De hecho, la pluralidad de opiniones que converge en este Foro hace que coexistan posturas difíciles de reconciliar en acciones específicas.¹⁰⁷ Pero, más allá de estas críticas y aquellas alabanzas, lo cierto es que el Foro se ha convertido en un espacio social que canaliza la indignación y el enojo de sectores sociales inconformes con el capitalismo global.

El FSM abona en la consolidación de un campo de acción-saber crítico anticorporativo. Con la extinción de la utopía comunista como alternativa al capitalismo, la crítica social se está reconfigurando. Tiene ante sí el «reto de construir una nueva utopía contrahegemónica», ya sea desde una retórica socialista reciclada o desde una nueva retórica anticorporativa. Esta utopía se construye «más en términos negativos (por la definición de aquello que critica) que en términos positivos (por la definición de aquello a lo que aspira)» (Santos, 2007 [2005]: 46). Y es, precisamente por ello, que aquí se piensa en esta crítica social como sombra del capitalismo. Es este ceño reactivo de la sociedad civil global lo que define a la crítica anticorporativa como una sombra del capitalismo. Veamos a continuación la forma en que esta crítica social se enfrenta, en México, a dos empresas globales; cómo persigue, paso a paso, a dos gigantes industriales: Bimbo y Monsanto.

siempre de las internacionales de izquierda, pero jamás hubo una. Éste es el comienzo de una» (Citado por Dwyer, 2006).

¹⁰⁷ Algunos dentro del FSM prefieren «rupturas drásticas que hagan surgir un nuevo orden (revolución), mientras que otros prefieren cambios graduales mediante la participación y el diálogo con el adversario (reforma). [...] Aunque son una proporción muy pequeña del FSM, los anarquistas se encuentran entre los críticos más feroces del reformismo, que dicen que predomina dentro del liderazgo del FSM. [...] Con respecto a las opciones políticas más específicas, una de las más destacadas es la elección estratégica entre, o bien reformar las instituciones de la globalización neoliberal (la OMC y las instituciones financieras internacionales) y participar en ellas, o bien combatirlas y pelear por su supresión o reemplazo» (Santos, 2007 [2005]: 47-9).

Entre la voz y la salida: Las estrategias de la crítica social anticorporativa en México

La crítica de las organizaciones sociales anticorporativas se manifiesta como la voz hirschmaniana. Es decir como aquella que, al emitir la indignación social mediante protestas públicas o campañas contrapublicitarias, busca transformar el estado de las cosas y las relaciones configuracionales. Pero los agentes críticos también promueven el abandono –parcial o total– de la configuración social que se critica; es ahí donde entra en juego lo que Hirschman (1977 [1970]) caracterizó como la *salida*. En el terreno económico no es difícil encontrar mezcla de voz y salida. A diferencia de configuraciones sociales como «la familia, el Estado o la iglesia» donde la opción de «la voz es la única forma en que los clientes o miembros insatisfechos pueden reaccionar siempre que no exista la opción de la salida»;¹⁰⁸ en la esfera económica, la construcción ideal del monopolio puro describiría una situación donde no hay salida, pero la mezcla de elementos monopolísticos y competitivos, «característica de la mayoría de las situaciones reales del mercado», posibilita la opción de la voz en combinación con la salida (Hirschman, 1977 [1970]: 39). Esta mezcla de voz y salida es justamente lo que define la lucha y resistencia de la crítica anticorporativa. Combinando estrategias de voz y salida –que también pueden ser leídas como vigilancia y castigo–, organizaciones sociales como El Poder del Consumidor o Greenpeace se enfrentan ante la mancuerna de poder entre el mercado y el Estado. Con boicots, protestas públicas o campañas contrapublicitarias estas organizaciones han alzado la voz de la indignación social invitando a que los consumidores abandonen su preferencia por ciertas marcas o productos –salida o castigo– y opten por otros. Caracterizando estas tres estrategias encontramos que:

1. *El boicoteo*, como amenaza de salida, es un fenómeno situado en la línea divisoria entre la voz y la salida.¹⁰⁹ Con el boicoteo se busca ejercer presión social para que,

¹⁰⁸ En esto, habrá que disentir sobre la posibilidad de salida de la iglesia; configuración social de la que, a diferencia del Estado y la familia, la salida es una posibilidad más factible.

¹⁰⁹ Para Hirschman, «el boicoteo es a menudo un arma de clientes que no tienen, por lo menos en ese momento, otra fuente de abastecimiento de los bienes o servicios que compran de ordinario a la empresa u organismo boicoteados, pero quienes pueden prescindir temporalmente de ellos. Es pues

por ejemplo, una empresa cambie determinadas prácticas medioambientales o laborales; y, para que las autoridades gubernamentales impulsen políticas públicas y legislaciones que eviten la violación de derechos y hagan efectivo el cumplimiento de obligaciones. Éste es un mecanismo que «se realiza con el fin específico y explícito de lograr un cambio de política en el organismo boicoteado». La amenaza de salida y la promesa de retorno fungen como instrumentos de la voz: «se entiende que el miembro o cliente regresará al redil si se corrigen ciertas condiciones que han llevado al boicoteo» (Hirschman, 1977 [1970]: 86-7).

El boicot, definido como «consumo ético negativo», es un medio que tienen los consumidores críticos para ejercer presión sobre una marca y sobre la legislación de un Estado. Es un mecanismo de resistencia que ha estado presente desde los movimientos nacionales independentistas de las colonias, hasta nuestros días (Smith, 2008: 284). Éste se complementa con el «consumo ético positivo» –el «*buycott*»–; es decir, el que promueve la compra de productos que respetan ciertas normas éticas (Smith, 2008: 291).¹¹⁰ Ejemplo de esto es la Guía Roja y Verde de Greenpeace México sobre productos transgénicos y productos seguros. En ella se busca, por una parte, inhibir el consumo de determinadas marcas (como una propuesta de boicot); y, por la otra, se favorece el consumo de otras (*buycott*). Para realizar esta clasificación, durante nueve meses, Greenpeace consultó a las 50 empresas con mayores ventas en México acerca de su política sobre los transgénicos. De 250 productos, se colocaron en *la lista verde* los de aquellos fabricantes que aseguraron por escrito que tenían una clara política de no uso de transgénicos, los que mostraron certificados de sus proveedores de materia prima e incluso –en algunos casos–, los que proveyeron análisis de laboratorio que

una salida temporal sin entrada a otra parte y cuesta a ambas partes, de modo muy similar a una huelga. En este sentido combina también características de la salida, que causa pérdidas a la empresa o el organismo, con otras de la voz, que cuesta tiempo y dinero a los miembros o clientes» (Hirschman, 1977 [1970]: 87).

¹¹⁰ En el Reporte 2005 de *Ethical Consumerism* se define el consumo ético como aquél orientado por el respeto de normas éticas como la defensa de derechos humanos, la justicia social o el cuidado animal y del medio ambiente (Smith, 2008: 287).

garantizaban la ausencia de transgénicos.¹¹¹ Con el boicoteo la crítica social busca además de desincentivar el consumo de determinadas marcas o productos, impulsar el consumo de productos alternativos. En el caso referido, Greenpeace México, por una parte, persuade a sus prodestinatarios para que no consuman marcas cuyos productos no garantizaron estar libres de transgénicos. Por otra parte, los invita a consumir productos libres de transgénicos, de preferencia los orgánicos.

2. *La protesta social* es otra estrategia de lucha de la crítica anticorporativa para alzar la voz y mostrar las faltas cometidas por el mercado o el Estado. Con estas demostraciones públicas organizaciones como Greenpeace o El Poder del Consumidor buscan incidir en la toma de decisiones –sobre políticas públicas o procesos legislativos. Si las autoridades no responden a las demandas, las organizaciones promueven, a manera de salida, que los ciudadanos castiguen con su voto a los políticos (y sus partidos) que no atendieron su crítica.

Para lograr captar la atención de la opinión pública, estas protestas emplean recursos simbólicos que no tienen desperdicio de imaginación. De manera ilustrativa podemos mencionar las protestas públicas de Greenpeace México en torno al uso de transgénicos.¹¹² Variadas y creativas fueron las formas de protesta pública. Para «sembrar la duda» sobre los efectos del maíz transgénico, en 2006 diseñaron un signo de interrogación en campos de maíz en Oaxaca –uno de los estados donde, desde 2001, se detectó «contaminación» de transgénicos en maíces criollos–; al igual que la figura de un «No» dibujado en campos del Estado de México para exigirle al gobierno foxista frenar las autorizaciones a la siembra de maíz transgénico. Asimismo, durante el proceso legislativo contra la llamada “Ley Monsanto”, ya sea disfrazados de ángeles y demonios afuera del edificio del Senado; o bien, haciendo

¹¹¹ Marcas que acreditaron esto, como Pascual Boing, Alpura, Gerber, Lácteos Santa Clara o Pan Filler, contrastan con aquellas que se negaron responder a Greenpeace. Tal es el caso de Kellogg’s, Maseca, Bimbo, Danone, Pronto, Lala y Hershey’s; así como aquellas que respondieron ambiguamente, como Nestlé, Herdez, La Costeña; o las que dijeron no usar transgénicos pero sin ningún certificado que lo garantizara, como Minsa y Bachoco (gpm 3).

¹¹² En el cuarto capítulo se profundiza el análisis sobre este episodio de conflicto.

rapel al interior de la Cámara de Diputados, los activistas denunciaron la complicidad de las autoridades con la industria agrobiotecnológica. Cuando se discutía el dictamen de ley en el Senado, activistas, intelectuales y científicos se apostaron afuera del edificio legislativo y colocaron un enorme globo en forma de ojo, como metonimia de la vigilancia civil sobre el proceso legislativo. Asimismo, el 14 de diciembre, fecha en que se tenía previsto votar la iniciativa de ley en la cámara baja, activistas de Greenpeace distribuyeron cajas de una “medicina” *sui generis*: el AntiCorp. En su caja se leían las siguientes indicaciones:

Con AntiCorp usted puede prevenir un ataque de Monsanto a la hora de votar la Ley de Bioseguridad y puede prevenir el sometimiento de nuestra biodiversidad, nuestra salud y nuestra soberanía alimentaria al control corporativo. Tómese al momento de iniciar el debate. (gpm 7)

3. *Las campañas contrapublicitarias* o campañas negativas buscan desincentivar el consumo de ciertas marcas, pero, a diferencia del boicot, no impulsan directamente el consumo de otras marcas o productos. Esta estrategia de lucha se ilustra con la campaña que lanzó El Poder del Consumidor contra Grupo Bimbo. En 2008, esta organización demostró que el Pan Integral Bimbo no contiene como ingrediente básico harina integral, situación que –según su dicho– evidencia el «engaño a los consumidores» debido a que la publicidad y la etiqueta lo promocionan como 100% integral. Ante ello El Poder del Consumidor interpuso una denuncia ante la Procuraduría del Consumidor en México e impulsó a que otras organizaciones latinoamericanas hicieran lo mismo en sus países.¹¹³ Debido a que las instancias legales en México (Profeco y un juzgado local) no le dieron respuesta;¹¹⁴ en 2009, la

¹¹³ Las organizaciones locales que hicieron eco de las denuncias públicas de EPC son: El Movimiento Iniciativa de los Consumidores (MIC) de Venezuela; la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios; la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile; así como la Unión Nacional de Consumidores y Usuarios de la República de Panamá (Uncurepa).

¹¹⁴ Esto a diferencia de lo ocurrido en Perú donde, un año después de presentada la denuncia, las autoridades multaron a la multinacional con 100,000 dólares «por engañar a los consumidores»; exigiéndole, además, retirar del mercado el producto hasta no modificar su etiquetado. Situación que se repitió en Panamá, donde, Bimbo fue sancionada por la misma causa: «publicidad engañosa con su falso pan ‘100% integral’» (epc 3).

organización inició una campaña contrapublicitaria bajo el siguiente argumento: «si las autoridades no sanciona a Bimbo, los consumidores sí lo podemos hacer, no dejándonos engañar» (epc 3). El Poder del Consumidor desplegó, vía Internet, una campaña negativa contra los productos Bimbo, por considerarlos un «engaño integral» hacia el consumidor (epc 4). Mediante una presentación gráfica –ilustrada con un Osito Bimbo “diabólico”–¹¹⁵ la organización documenta el «engaño» del pan integral Bimbo y denuncia que los productos que la empresa comercializa en México y América Latina son de menor calidad que los que vende en Estados Unidos. Como mecanismo de vigilancia, con esto El Poder del Consumidor recurre a la *voz virtual* (vía Internet) promoviendo la *salida* de los consumidores y el castigo para la empresa.

Con estas estrategias la crítica social se enfrenta a los promotores del capitalismo global –del mercado y el Estado– para darle voz a la indignación social y promover un cambio social. La indignación ante las «consecuencias negativas» del nuevo orden mundial –promovido por los agentes del gran capital– hace que los críticos apelen a la justicia social, el respeto de derechos, la protección de la salud, el cuidado medioambiental y el desarrollo sustentable. Curiosamente, los agentes criticados (capitalistas y gobernantes) también invocan estos principios como eje de su acción social. En el siguiente apartado advertiremos cómo agentes sociales tan disímiles como las empresas multinacionales y las organizaciones anticorporativas comparten narrativas en torno a una preocupación común: el riesgo global presente y futuro.

¹¹⁵ El tradicional y bondadoso Osito Bimbo es presentado como un depredador: con uñas afiladas color sangre y un aspecto perverso y diabólico. La cara está compuesta por una sonrisa que deja ver grandes colmillos; unos ojos negros con dos líneas rojas que denotan una mirada diabólica; y unas cejas negras entornadas en señal de enojo.

Del optimismo a la desesperanza: Cimientos de una *desigual* sociedad en riesgo

Una dimensión más del horizonte de emergencia de la RSE es la sociocultural. La RSE resurge en un momento de transformación en el que las certezas se tornan en incertidumbres y riesgos. Concatenada a las transformaciones sociopolíticas que también redefinieron la confrontación del capitalismo y su crítica social; se crea la necesidad de construir nuevas explicaciones sobre el mundo. A mediados de la década de los ochenta del siglo pasado, comenzó a construirse un campo para explicar la realidad desde nuevas categorías. Sin pretender encontrar una línea causal única, no podemos soslayar el contexto sociopolítico en el que se gestó este nuevo campo de acción-saber. La caída del socialismo real y el avance del capitalismo; la apertura comercial y el repunte de la política económica neoliberal; los avances tecnológicos y la entrada en la era de la globalización repercutieron en las explicaciones que anteriormente –en la era de la industrialización– se habían construido. Después de que las promesas del desarrollismo económico, del proceso de la industrialización o de los regímenes socialistas no se cumplieron, el optimismo fue sustituido por desesperanza e incertidumbre. Fue así como, comenzó a hablarse de una sociedad signada por el *riesgo*; definida por la falta de certezas.

Una sociedad en la que se trastoca nuestra relación con el pasado y el presente; en la que el pasado «pierde su poder para determinar el presente» y el futuro (eso que es todavía inexistente), «adopta su lugar como causa de la experiencia y la acción actual» (Beck, 2002: 218). La confianza en el futuro se desvanece; las certezas en torno al progreso, al desarrollo o a la justicia social son sustituidas por el miedo y la duda. Si con las promesas del progreso o la revolución social se apelaba a la esperanza; ante el fracaso de las utopías –del socialismo y del desarrollo tecnoeconómico e industrial–, ahora se apela al miedo. El escepticismo le ganó terreno al otrora optimismo sin cortapisa. La industrialización-modernización y la revolución socialista no cubrieron todas las expectativas creadas: inequidad, pobreza, marginación y “subdesarrollo” continuaron delineando la arquitectura social del planeta. Los acelerados avances científicos y tecnológicos de las últimas décadas, que podrían significar un aliciente, son contemplados con reserva; representan un riesgo más que una “solución”.

Se empieza a construir una nueva mentalidad para enfrentar los riesgos que en la sociedad –enfaticemos esto– profundizan las desigualdades generadas por la lógica capitalista. Esta visión nos lleva a ir en contra de aquella mirada «optimista pesimista» desde la que, si bien, hablar de globalidad del riesgo no significa «una igualdad global del riesgo», sí contempla una «distribución de bienes y males» (Beck, 2002: 12). Ello nos podría llevar a pensar que en esta *sociedad en riesgo* la desigualdad se desvanece. No obstante, si bien no es difícil pensar que los riesgos desbordan lo local y afectan a todos los habitantes del planeta; tampoco podemos negar que los riesgos *no* nos afectan a todos por igual. No podemos estar de acuerdo en que con ellos se construye una «comunidad de riesgo» que conmina la desigualdad (Beck, 2002: 25). Opulencia y pobreza; hiperdesarrollo y subdesarrollo delinear la «producción de mal» y la posibilidad de afección de esos males. Siguiendo una perspectiva más crítica, no podemos ignorar que el riesgo viene acompañado de la ganancia. Lo que para unos representa riesgo y pérdida, para otros es ganancia y oportunidad (Engel y Strasser, 1998). Lo que para unos es una amenaza inminente, para otros es un riesgo manejable que no los afecta de manera directa o inmediata.

Es así como esta *sociedad en riesgo*, que transita del optimismo a la desesperanza, se cimienta y evidencia la desigualdad. Pensemos que, con la expansión global del capitalismo se multiplican –de manera diferenciada– las alternativas de vida. Esta multiplicidad de opciones aparece como un bien escaso ante la exclusión social de vastos sectores poblacionales. La concentración de bienestar para algunos, contrasta con la acumulación de marginación y olvido para muchos más. Mientras en algunas regiones del mundo emergen múltiples posibilidades sociales, económicas y políticas (por ejemplo, en torno al consumo, la comunicación o el trabajo); amplias poblaciones viven al margen de tal “progreso” civilizatorio. Mientras unos tienen la oportunidad de elegir entre muy variados estilos de vida, otros apenas tienen la posibilidad de sobrevivir. Este contraste entre abundancia y carencia incrementa un sentir sobre el cual se ha pensado y edificado el mundo desde la Edad Moderna Temprana: *el riesgo*. Sabemos que el riesgo, como constructo sociohistórico, no es un sentimiento social nuevo (Beriain, 1996). Sin embargo, la dupla abundancia-

carencia del actual momento civilizatorio incrementa el miedo sobre los peligros existentes. Miedo encarnado desde el riesgo más personal de perder la comodidad del propio estilo de vida; hasta el peligro más global del cambio climático. Ello ha edificado *la idea de una sociedad en riesgo* en la que los sujetos sociales ven incrementada su inseguridad en torno a un devenir económico, social, político o ecológico que llega a percibirse como incontrolable. La multiplicación de opciones para algunos, se combina con el peligro inmanente de perderlo todo; ello incrementa la incertidumbre y la creencia sobre la posibilidad de daño (Luhmann, 1996 [1991]: 150). Es así como el individualismo –la búsqueda por el bienestar propio– se acentúa. Contradictoriamente, es así también como emergen dispositivos que, como la responsabilidad social empresarial –al menos discursivamente–, buscan redistribuir los bienes y difuminar o controlar lo males. Pero es en este contexto donde también, como hemos visto, se reconfigura la crítica social contra el capitalismo global. Es así como en esta idea sobre una sociedad en riesgo se entrelazan, en torno a las narrativas sobre el riesgo, los campos de acción-saber de un capitalismo responsable y de un activismo social; ambos luchan con la bandera del bienestar social.

La guerra de los símbolos: Narrativas sobre el riesgo

El actual reordenamiento global y la reconfiguración de fuerzas entre los agentes estatales, económicos y sociales se cimienta en la idea de riesgo. Ante la creencia compartida del peligro que representa la carencia presente y futura –por el desabasto de recursos o por la salud poblacional–, empresarios, activistas sociales y gobernantes tienen la misma preocupación: construir soluciones para un mundo sano y sustentable. La mirada optimista que, en décadas anteriores, se tenía sobre el progreso y la búsqueda de beneficios inmediatos parece nublarse ante lo que se percibe como un futuro desolado. Emerge, entonces, una mirada catastrofista sobre el devenir social, político y económico. Hacer referencia a riesgos como hambruna, sequía, epidemias, desastres climáticos y disturbios sociales son recursos simbólicos para justificar la “solución” que cada agente propone. Estas soluciones, en boca de

unos, son señaladas como riesgos en sí mismos por los otros. En un juego de poder, lo que para el sector capitalista constituye una solución, para la crítica social es un riesgo; y viceversa.

Es ahí donde reemerge la RSE. Ante los riesgos percibidos, se asumen y se asignan responsabilidades. Los posibles riesgos –es decir, esas consecuencias no deseadas de la acción humana y de su desarrollo industrial y tecnoeconómico– llevan a tomar medidas de control. Se genera así una cultura de la contención-prevención del riesgo y, en última instancia, de la remediación del daño. El componente ético de RSE resulta un dispositivo adecuado cuando las promesas de seguridad han sido rebasadas por los peligros del desarrollo tecnológico nuclear, genético y químico. Cuando ellos escapan a las «redes del derecho, la tecnología y la política» (Beck, 2002: 87-8), la ética puede ser un buen comienzo. Es así como resurge la RSE, es la solución de capitalistas y activistas ante la posible amenaza futura. La cuestión está en definir qué se entiende por ella. Ahí es donde, como veremos en los siguientes capítulos, difieren los activistas sociales de su contraparte capitalista; desde cada trincheras se lanza la ofensiva en esta guerra de símbolos.

Analizando dos episodios de conflicto que expresan la histórica confrontación entre capitalistas y sus críticos, en los siguientes capítulos veremos la forma en que empresas como Bimbo, Coca-Cola y Monsanto apelan al dispositivo RSE para reforzar el autocontrol del mercado frente al control del Estado; sobre todo ante las demandas de organizaciones anticorporativas que pugnan porque éste último incremente su regulación. También veremos que con este dispositivo, además, las empresas buscan contradecir las críticas en su contra; críticas que, por lo demás, comparten la misma fuente de preocupación: el *riesgo*. Finalmente, a partir de este análisis advertiremos las diferentes visiones que empresas y organizaciones sociales tienen de lo que es o debería ser la RSE. Notaremos cómo compartiendo las mismas preocupaciones sobre el riesgo, desde campos de acción-saber contrapuestos, se critica la acción del otro y se construyen distintas “soluciones” ante los riesgos advertidos: desnutrición y obesidad infantil, por una parte; y desabasto de recursos, por la otra.

Como veremos con los casos analizados, las narrativas sobre el riesgo no son exclusivas de alguno de los campos de acción-saber confrontados. Sería difícil asegurar que se gestaron en alguno de ellos. Lo que sí queda claro es que sobre estas narrativas se edifica una nueva era. Aquella, sobre la que otrora se cimentaba la seguridad de un presente colmado de abundancia y la certeza de un futuro siempre promisorio, se ha desvanecido. En su lugar se construye *la idea de una sociedad en riesgo*; en la que se entrelazan las retóricas empresariales y anticorporativas para justificar sus propias visiones a futuro. Así, contrario al dicho del director de Red Puentes –referido en la introducción–¹¹⁶ la retórica empresarial habla de la responsabilidad social, precisamente, en los mismos términos que lo hace la crítica anticorporativa. Ambas apelan a las mismas preocupaciones: justicia social, equidad, bienestar social y sustentabilidad. En lo que, ciertamente, se distinguen es –como veremos en los siguientes capítulos– en los acentos narrativos y en las “soluciones” que proponen para enfrentar los peligros de esta sociedad en riesgo.

* * *

Con este modelo analítico, y considerando los procesos en los que resurge la RSE, en los siguientes capítulos se presentan los episodios de conflicto que escenifican la enunciación-confrontación y la puesta en marcha de la estrategia de convencimiento del dispositivo ético de RSE frente al dispositivo anticorporativo. Esto nos dará pistas para ubicar los efectos de poder de la RSE y proponer posibles respuestas ante su “contagio”.

¹¹⁶ Recordemos la cita: «La visión y la propuesta civil, o de carácter ciudadano [sobre la RSE], pone énfasis en los otros dos elementos. En los elementos de la justicia o la equidad, del bienestar de las comunidades y de todas las partes que están vinculadas al quehacer de la empresa y en lo que tiene que ver con el medioambiente, con la gestión sustentable [...]» (Entrevista con director de la Red Puentes-México; 26 de agosto de 2008)

Capítulo 3. La RSE de Bimbo y Coca-Cola en pos de una normatividad light frente a la crítica social antichatarra

En capítulos anteriores notábamos el creciente y reciente interés generado por la RSE. El que empresas como Bimbo o Coca-Cola se sumen al club de la responsabilidad social crea por una parte, cumplidos y alabanzas; y, por la otra, polémica y suspicacias. Pero más allá de esto, el hecho también despierta interrogantes ante la mirada del investigador social. ¿Cómo podemos entender que las empresas se asuman como socialmente responsables? ¿Por qué los agentes del capital están interesados en cuidar el medio ambiente, respetar los derechos humanos y conducirse con ética, además de generar ganancias? El objetivo de esta investigación fue abonar en posibles respuestas. Para ello, más allá de las bondades organizacionales que pueda traer la implementación de la RSE como un sistema de gestión, en la indagación se buscaron otras pistas explicativas.¹¹⁷

Superando la contraposición entre lo ético y lo instrumental; e incluyendo las dimensiones política, económica y sociocultural en que reemerge la RSE, aquí se analiza este interés en relación con los efectos de poder de la RSE en la vinculación de la empresa con el Estado y la sociedad civil. En este capítulo exploraremos un episodio de conflicto que escenifica la puesta en marcha del dispositivo RSE. Un episodio que confronta valores, creencias e intereses de capitalistas y activistas sociales; un episodio de disputa entre el campo de acción-saber empresarial (donde se ubica el dispositivo RSE) y el campo de acción-saber crítico (el de organizaciones anticorporativas como El Poder del Consumidor). Ello nos permitirá acercarnos a los efectos de poder de la RSE. Efectos que apuntan hacia la deslegitimación de la crítica social; la legitimación de las propias empresas; y la expansión del control de la empresa sobre las relaciones configuracionales.

¹¹⁷ Ya veíamos que buena parte de las investigaciones revisadas desarrollan la perspectiva organizacional y gerencial la RSE (véase Bibliografía). Esta investigación busca aportar una mirada distinta.

Nueva gobernanza: gubernamentalización de la sociedad y el mercado

El resurgimiento de la RSE, como reparábamos antes, se inscribe en una nueva lógica relacional entre el Estado, la sociedad y el mercado. La desestatización del gobierno y la gubernamentalización de la sociedad y el mercado redefinen los límites entre lo público y lo privado; y, con ello, el juego entre la regulación estatal, el control de la crítica social y la autorregulación del mercado. En el episodio de conflicto presentado se muestra la gubernamentalización del mercado cuando los industriales proponen mecanismo de autorregulación o cuando interviene en los procesos de regulación estatal para crear normas blandas que no les impliquen –demasiados– costos para su desempeño comercial. Pero también, en estos escenarios vemos la gubernamentalización de la sociedad civil; esto es, la –poca o mucha– presión que organizaciones anticorporativas tuvieron en los intentos del Estado por regular la venta de comida en las escuelas así como en la propuesta de autocontrol de las empresas.

Como ya veíamos en el segundo capítulo, el análisis de la reconfiguración Estado-mercado-sociedad se hace a través de la relación de un emisor con sus destinatarios (véase figura 3.1). En términos generales, en los escenarios de confrontación se enfrentan dos emisores; dos campos de acción-saber desde los que se actúa y define la propia acción y la de los demás. Dos visiones del mundo contrapuestas (contradestinatarios) y, por tanto, dos formas de agencia social en la que se congregan aliados en torno a cada campo (prodestinatarios). Entre estos dos extremos está un campo de acción-saber “neutro” –el de los paradestinatarios–, al cual buscan conquistar los emisores enfrentados. Ahí están las organizaciones burocráticas; el aparato estatal y los organismos internacionales; pero ahí están también los diversos oídos y voces que integran la opinión pública (medios de comunicación, consumidores, ciudadanos).

Analizando dos escenarios de este episodio de conflicto, el diseño del Código PABI y el proceso de regulación de “comida chatarra”, veremos cómo se relacionan los emisores (industriales y crítica social) con sus prodestinatarios; cómo se enfrentan

con sus contradestinatarios; y cómo buscan persuadir a los paradesinatarios para sumarlos a su campo de acción-saber.

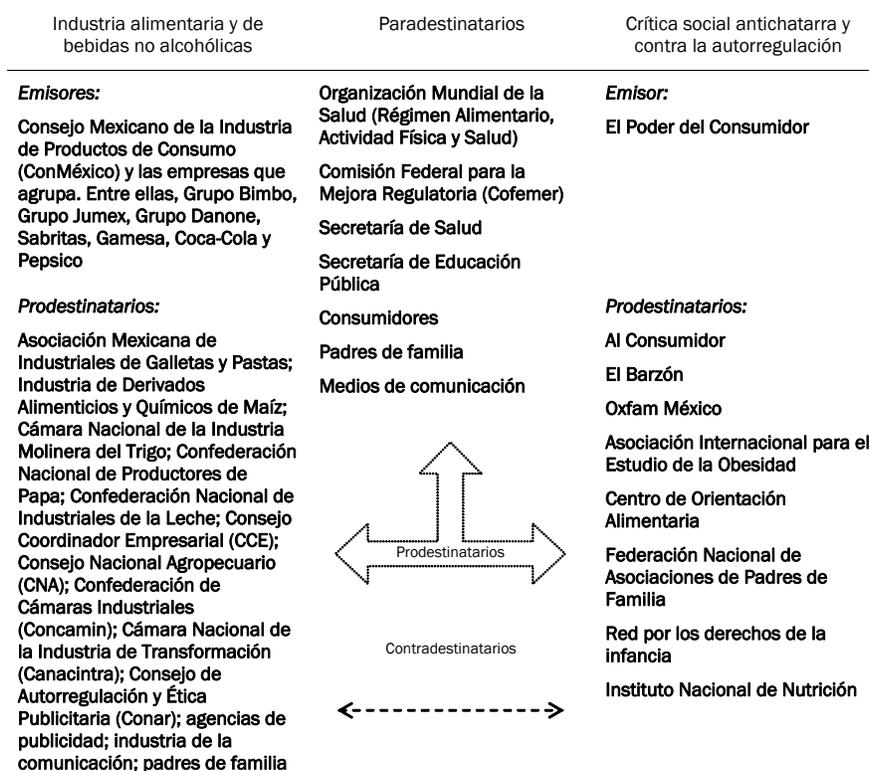


Figura 3.1 Relación entre enunciadores y destinatarios cada campo de acción-saber

Código PABI: Un intento por gubernamentalizar el mercado

Con la premisa de que los sectores público y privado «actúen con responsabilidad compartida» para enfrentar la problemática del sobrepeso y la obesidad en México, el 22 de septiembre de 2008 la industria de alimentos y bebidas no alcohólicas firmó el Programa de Autorregulación en Publicidad de Alimentos y Bebidas Infantiles (conocido como Código PABI). Al evento asistieron, como «testigos de honor», el secretario de Salud federal, José Ángel Córdova Villalobos, y el procurador Federal del Consumidor, Antonio Morales de la Peña (cp 2).¹¹⁸ Con ello –según se lee en el

¹¹⁸ Recordemos que esta clasificación nos remite al corpus analizado (véase Anexo 2).

comunicado de prensa de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco)–, se ratifica «la importancia de la acción conjunta y coordinada de los sectores público y privado en la búsqueda e implementación de soluciones que contribuyan al mejoramiento de la salud de la población» (cp 2). Esta iniciativa fue promovida por las principales organizaciones del sector privado: Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico); Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra); así como por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar). Para finales de 2008, el objetivo era sumar al Código a mil doscientas compañías de alimentos y bebidas; para 2009, el número de empresas adheridas incrementó de veintitrés (las que inicialmente la firmaron) a veintiocho, las cuales representan entre 80 y 90 por ciento de la pauta publicitaria al ser, primordialmente, empresas grandes con diferentes marcas y productos (Espinosa, 2009-02-16).¹¹⁹

El Código –según su propio texto– «busca promover la realización y emisión de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida al público infantil de manera responsable en materia de salud, protección al consumidor y orientación alimentaria». La finalidad es fomentar «estilos de vida saludables»; es por ello que está orientado a la regulación de la publicidad dirigida al público infantil, no al tipo de alimentos o bebidas producidas.¹²⁰ De hecho, este código refrenda, como uno de sus «principios de acción», algo que las empresas de alimentos procesados y bebidas endulzadas suelen repetir cuando sus productos son criticados: «no hay alimentos malos en sí mismos, sino hábitos alimentarios saludables o no saludables» (cp 1).¹²¹

¹¹⁹ Entre las empresas adherentes al PABI se encuentran: Barcel, Bimbo, Cadbury Adams México, Coca-Cola, Conservas La Costeña, Grupo Alpura, Gamesa Quaker, Grupo Jumex, Kellogg's Company México, Nestlé de México, Pepsico de México, Productos Kraft, Productos Gatorade de México, Sabritas, Sigma Alimentos, Unilever de México, Ferrero de México, Pilgrim's Pride, Lala (cp 2).

¹²⁰ El Código ubica como «público infantil» a los menores de 12 años.

¹²¹ Como veremos este argumento se repite en la voz de varios agentes industriales; uno de ellos es Bimbo. En el número 17 de sus Nutrinotas, la empresa le recuerda a sus consumidores «que no hay comidas buenas o males, sólo costumbres alimenticias adecuadas o inadecuadas. Una dieta

La iniciativa busca fomentar las «mejores prácticas» publicitarias, siguiendo las recomendaciones de la OMS establecidas en la Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud.

Con la adhesión a este Código se proponía que las empresas de alimentos y bebidas no alcohólicas, que representan alrededor del 70% de la inversión publicitaria del sector, aprovecharían su poder mediático con responsabilidad.¹²² Es decir –según argumentó Mario Páez presidente de ConMéxico–, que estas empresas usen «la fuerza publicitaria del sector privado en la promoción de estilos de vida saludables» (cp 2). Esto mismo se puede leer en el Código:

Es conveniente aprovechar los medios de comunicación y la fuerza publicitaria del sector privado para promover la adopción de estilos de vida saludables, basados en una cultura de la prevención y la promoción de la salud, que tiene como fundamento el equilibrio energético: el balance entre la ingestión de alimentos y bebidas y el gasto energético a través de la actividad física y el ejercicio diarios. (cp 1)

El PABI se cocinó como un primer intento de autorregulación; mismo que sería seguido por otras iniciativas empresariales. En febrero de 2009, el sector empresarial y los encargados del gobierno federal acordaron que si, para junio, el Código lograba que las empresas del sector ofrecieran «publicidad responsable» que luchara contra la obesidad en niños, seguirían otros convenios en los que las compañías se comprometieran a informar sobre las «verdaderas características» de los artículos comercializados (Espinosa, 2009-02-16). La puesta en marcha y demostración de la viabilidad de este Código representaba el inicio de una serie de estrategias de autorregulación en otros sectores. Una vez que los industriales «comprometidos» con el tema de la obesidad hubieran demostrado que se estaba tomando «en serio» el reto para reconvertir los mensajes publicitarios y que sus

saludable incluye una gran variedad de alimentos de todos los grupos, cuidando siempre las cantidades adecuadas para cada individuo» (gb 6).

¹²² Información de EPC demuestra que México es el país con la mayor cantidad de anuncios de alimentos “chatarra” en televisión, con 39 anuncios por hora (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

esfuerzos por promover un estilo de vida saludable comenzaban a dar frutos –según el presidente del Conar–, se propondrían otros códigos sectoriales.¹²³

Las empresas adheridas al Código, planteaban que la publicidad podía ser una herramienta coadyuvante para la formación de consumidores responsables y atentos al cuidado de su salud; por ello se comprometían a generar publicidad «orientadora y educativa sobre las características y propiedades reales de los alimentos o bebidas no alcohólicas y la información sobre su uso» (cp 1). Con ello buscaban que la publicidad promoviera «valores sociales positivos» como son: «la familia, como núcleo y base de la sociedad; la escuela como institución formadora; la amistad, como vía para estrechar los lazos sociales; el respeto a las personas y al medio ambiente; y, un estilo de vida activo como pilar de una vida saludable» (cp 1).¹²⁴ El Código habla del carácter ético de la publicidad sustentada en esos valores sociales positivos; del compromiso de las empresas para informar de forma precisa y sin engaños sobre el alimento o la bebida; de la responsabilidad de no inducir (de forma imperativa o condicionante) al sobreconsumo, al consumo creado como una urgencia o a la

¹²³ Muestra de este avance en la elaboración de otros códigos de autorregulación lo encontramos en una iniciativa para regular el contenido de la publicidad en materia de sustentabilidad ambiental. A finales de 2009 las principales organizaciones empresariales (Conar, Iniciativa Gemi, Conieco, CCE, Coparmex, Concamin, Barra Mexicana de Abogados) negociaron con la Secretaría de Medio Ambiente (Semarnat) y la Profeco la elaboración del Código de Autorregulación de la Publicidad Ambiental. Tal código es indispensable, a decir de uno de sus impulsores, por la necesidad de vigilar la información que las empresas muestran sobre su desempeño medioambiental. El reto es lograr que las empresas no mientan en su publicidad medioambiental (Información obtenida en la presentación de Alejandro Sosa de Iniciativa Gemi –Global Environmental Management Initiative–, durante el Foro México-Canadá ISO 26000 realizado en las instalaciones de la Semarnat el 21 de octubre de 2009. La presentación electrónica está disponible en www.semarnat.gob.mx).

¹²⁴ Legalidad (apego a normas jurídicas vigentes); honestidad (información que no cause confusión); decencia (sin expresiones vulgares y obscenas); veracidad (información verificable, incluso, científicamente); dignidad (no discriminación, ofensa o denigración); competencia justa (comparación comprobable entre productos); salud y bienestar (no inducir a prácticas inseguras, violentas o que produzcan daño medioambiental); así como protección a la infancia (considerar la vulnerabilidad del público infantil) son los «principios» que debe seguir la publicidad de empresas que se apegan a esta iniciativa de autorregulación (cp 1).

ingesta de un alimento en detrimento de otro;¹²⁵ así como del imperativo legal (apego a la normatividad vigente) y científico (comprobación de propiedades funcionales de algún alimento o bebida) que debe tener la publicidad.¹²⁶

Con este sustento ético, los promotores del PABI buscaban aplicar la autorregulación como compromiso con la sociedad; al tiempo que demandaban corresponsabilidad de la misma. Por una parte, el Código era un mecanismo «complementario» de la legislación vigente, al establecer mecanismos concretos y prácticos para garantizar el control y la aplicación de normas éticas (cp 1). Por otra parte, el PABI refrendaba «que la responsabilidad primaria de la educación para la salud recae en los padres o tutores, quienes deben guiar a sus hijos» (cp 1). Pero, pese a estas “buenas intenciones” –que el Estado no debía crear nuevas leyes y que los padres asumirían su responsabilidad primaria– el Código no satisfizo las demandas de la crítica social. Ello “obligó” al Estado a tomar cartas en el asunto.

Meses después de que se firmara el Código PABI, el Estado canalizó sus recursos políticos (legislativos y gubernamentales) para impulsar en los ámbitos nacional y local esquemas regulatorios sobre la venta de alimentos y bebidas en las escuelas. El incremento de obesidad infantil, sumado a la falta de eficacia de esta norma “blanda”, propició que el Estado buscara aplicar una normatividad “dura”. Pero

¹²⁵ Se habla de «forma condicionante» cuando el Código dice que la publicidad no debe generar la creencia de que la ingesta de un alimento o bebida proporciona superioridad y su falta, inferioridad; se habla de «forma imperativa» ahí donde el Código dice que la publicidad debe abstenerse de «utilizar formatos o estímulos imperativos para persuadir la ingestión del alimento o bebida no alcohólica en cuestión, especialmente cuando los mensajes sean presentados por autoridades familiares, médicas, educativas, deportivas, culturales o públicas» (cp 1).

¹²⁶ Se dice que un alimento es *funcional* porque «proporciona beneficios para la salud más allá de la nutrición básica». En la segunda mitad del siglo XX, el campo de saber sobre nutrición empezó a desarrollar investigaciones sobre micronutrientes, sustancias antioxidantes y probióticos. Desde entonces se considera «que un alimento es funcional si contiene algún componente (sea o no un nutriente) que beneficia una función en el cuerpo proporcionando salud y bienestar» (Salud y bienestar 2009-09).

antes de analizar el proceso de regulación estatal, veamos las críticas que generó el intento de gubernamentalización del mercado mediante el Código PABI.

El activismo social contra la autorregulación empresarial

Creer en la autorregulación publicitaria es como confiar en que el zorro se puede encargar de la seguridad del gallinero.

Alejandro Calvillo, director de EPC

El PABI fue un primer paso para la gubernamentalización del mercado: invertir en estrategias de autocontrol y, con ello, evitar la sobre regulación estatal sobre sus actividades económicas. Ante las críticas sociales y la presión internacional (de organismos multilaterales como la OMS), las empresas buscan evitar la regulación estatal mediante mecanismos de autocontrol. El primer argumento en contra fue porque la vigilancia y ejecución del Código PABI estaba a cargo del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar); organización –prodestinataria del campo industrial.¹²⁷ En el campo de acción-saber contra la autorregulación del mercado se critica que Conar sea juez y parte. Al tener una conformación tripartita que representa al sector empresarial –anunciantes (industriales), agencias de publicidad y medios de comunicación–, Conar no cuenta con representantes de la sociedad civil o el gobierno que velen por los intereses sociales de los consumidores. Ello se agrava –según la crítica social–, si se considera que esta organización «se ha caracterizado por ‘resolver en lo oscuro’ los temas que se le presentan», situación «que pone en tela de juicio su imparcialidad» (García Sais, 2008). Otro argumento en contra es por su carácter voluntario y la falta de sanciones. Sobre esto, Karla Ávila –directora de Conar hasta 2008– explicó que el hecho de que la adhesión al Código sea voluntaria, y no incluya sanciones económicas sino únicamente la exhibición de

¹²⁷ Cuando alguna empresa adherente es denunciada ante Conar por violar el mandato del Código, el Consejo analiza el caso y, si se corrobora la falta, la empresa «puede ser acreedora de dos tipos de sanciones: la suspensión provisional de sus derechos [como miembro del Consejo], en caso del primer desacato; o bien, la expulsión definitiva y exposición pública mediante su difusión en los medios de comunicación» (cp 2).

las industrias que lo incumplan así como la expulsión o suspensión del Consejo, se entiende porque «no creemos que una multa pueda pegarle mucho a una empresa que maneja millones de dólares, pero sí puede afectarle el riesgo de perder su prestigio» (González, 2008-08-24).

Cuando se dio a conocer el Código, EPC criticó la iniciativa de la cúpula empresarial sobre la autorregulación publicitaria, por considerarla una estrategia de simulación para que las empresas sigan «haciendo lo mismo y evitar una regulación efectiva por parte del gobierno». El escepticismo y la crítica sobre la autorregulación se multiplican en el campo de acción-saber anticorporativo. Para los emisores y predestinatarios de este campo, el interés de las grandes empresas de alimentos y bebidas por autorregularse responde a la amenaza de la regulación estatal. Amenaza que se respalda con las regulaciones en otros países y que responde a las demandas de la crítica social.¹²⁸ A decir de la crítica social, la autorregulación es sólo una estrategia para evitar o retrasar la regulación estatal; es, además, una estrategia que está destinada al «fracaso». El PABI –en palabras del director de EPC–, «no es más que una estrategia que se combina con el cabildeo que ha desarrollado esta agrupación [ConMéxico] para bloquear más de una decena de iniciativas legislativas federales para regular la publicidad de comida chatarra, su venta en las escuelas o promover etiquetados que orienten a los consumidores» (Calvillo, 2009-02-07).

El Código PABI es una «farsa»; es una estrategia de la industria para «boicotear» la regulación del Estado. Para el director de EPC el Estado es (o debería ser) *el responsable* de regular a las empresas en beneficio de la sociedad; éstas no tienen interés en ello; su interés es netamente económico. Es obligación de los poderes ejecutivo y legislativo prohibir la publicidad que contribuya al deterioro de los hábitos alimenticios y a la malnutrición –en sus dos aspectos: la obesidad y la

¹²⁸ En distintas regiones del Norte (Inglaterra, Suecia, Noruega o Canadá) comienzan a avanzar tales regulaciones. Así como por la labor de la OMS, para «desarrollar un código internacional» que regule la publicidad dirigida a niños (Calvillo, 2009-02-07).

desnutrición.¹²⁹ La labor del Estado –asegura Calvillo– es velar por los intereses colectivos y proteger la salud; mientras que la misión de las empresas es «cuidar sus intereses particulares, generar ganancias, dar dividendos a sus accionistas» (epc 5).

Desde esta óptica, la responsabilidad estatal, no obstante, transita en sentido contrario al interés general. De forma particular, continúa Calvillo, si se consideran acciones como la del legislador Héctor Ramírez (presidente la Comisión de Salud de la Cámara de Diputados en la LX Legislatura); quien, votando en contra de iniciativas para regular la publicidad dirigida a niños, planteó que «la responsabilidad de esta epidemia [la obesidad infantil] recae en los padres de familia» (Calvillo, 2009-02-07). Reforzando la anterior crítica, EPC denuncia que, en 2008, ConMéxico y sus empresas lograron contar con el apoyo estratégico de la entonces secretaria de Educación, Josefina Vázquez Mota; quien públicamente se opuso a retirar la comida chatarra de las escuelas (Calvillo, 2009-02-07):

Basta recordar los acuerdos de la ex secretaria de Educación y hoy coordinadora de la fracción del PAN en la Cámara de Diputados, Josefina Vázquez Mota, para llevar el programa ‘Vive saludable’ de Pepsico y el de ‘Movimiento Bienestar’ de Coca Cola a los planteles escolares. Mientras la Secretaría de Salud presentaba sus ‘Recomendaciones sobre el consumo de bebidas para una vida saludable’, que deberían de llevar, lógicamente, a la expulsión de los refrescos de las escuelas, Vázquez Mota declaraba públicamente que no sacaría la comida chatarra de las escuelas y fortalecía la presencia de refrescos dentro de ellas, incluso permitiendo que se maquillaran de saludables. (Calvillo, 2009-09-12)

Asimismo, el campo de acción-saber crítico acusa a los poderes Legislativo y Ejecutivo por no hacer nada de fondo:

¹²⁹ El vínculo comida chatarra-desnutrición se ilustra con datos del estudio Impacto de la presencia de la comida chatarra en los hábitos alimenticios de niños y adolescentes e indígenas de la Montaña de Guerrero (una de las regiones más pobres del país). El estudio, realizado por Oxfam México y El Poder del Consumidor, demuestra que los alimentos industrializados que antes sólo estaban en las zonas urbanas, ahora afectan «sobre todo a las poblaciones de los estados más pobres, como Guerrero, Oaxaca y Chiapas» (Valle, 2010-02-23).

[...]los niños regresan de vacaciones a las fábricas de obesos (las escuelas) y las empresas procesadoras de alimentos se burlan y violan los derechos de la sociedad en alianza con las agencias de publicidad, las televisoras, los partidos políticos y algunas dependencias. El Ejecutivo y el Legislativo han servido más a los intereses de las corporaciones que a la protección de la salud que tienen por mandato en la Constitución. (Calvillo, 2009-09-12)

Como parte de su crítica social, en septiembre de 2008, diversas organizaciones encabezadas por EPC se manifestaron frente a las instalaciones de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para responsabilizar a su titular (Josefina Vázquez Mota) por rechazar la exigencia de que los alimentos chatarra se retiraran de las escuelas, lugar donde los niños pasan una tercera parte del día (Román, 2008-09-23). Con botargas de personajes creados por la organización (como Sana Zanahoria y Sana Manzana), los manifestantes criticaron «la complicidad» de las autoridades educativas del país con empresas refresqueras o de comida chatarra, a las cuales, con el argumento de «mejoras en los planteles educativos» se les permite permanecer en ellas con productos de «muy mala calidad alimenticia» (Román, 2008-09-23). En esta protesta, el director de EPC manifestó que su organización ya había advertido, en septiembre de 2007, que la titular de la SEP «estaba haciendo el juego» a Pepsico y Coca-Cola. A través de las campañas Vive Saludable Escuelas¹³⁰ y Movimiento Bienestar,¹³¹ el gobierno ayudó a que las empresas fortalecieran su posicionamiento comercial en las escuelas, presentándolas –según sus críticos–

¹³⁰ Programa de Pepsico que busca “apoyar a escuelas de todo el país para fomentar la adopción de una combinación de alimentación correcta + actividad física regular” mediante la instalación de “novedoso software interactivo” en las computadoras escolares. Con ello, según se presenta en su página Web, “se busca la enseñanza de los principios para tener una vida saludable. Los estudiantes participan en un divertido juego en el que pueden simular rutinas de actividad física y hábitos nutricionales” (<http://www.vivesaludable-escuelas.com/index.aspx?pag=viveescuelas> Consulta del 7 de octubre de 2009).

¹³¹ Acción de Responsabilidad Social implementada por Coca-cola durante 2007; consiste en una “plataforma cuyo objetivo es fomentar la actividad física, proporcionar orientación alimentaria, informar sobre la importancia de la hidratación y promover el bienestar emocional de las personas” (<https://secure.fundacioncoca-cola.com.mx/ssldocs/prensa-prog-sociales.jsp> Consulta del 7 de octubre de 2009).

«engañosamente» como programas de promoción de la actividad física y los buenos hábitos alimentarios (Román, 2008-09-23).

Mediante protestas públicas, la crítica social sumó a su campo de acción-saber a otros destinatarios. En octubre de 2008, especialistas en derechos del consumidor, organizaciones sociales así como dos diputados del PRD y el PAN, analizaron los alcances del Código PABI. Coincidieron en la insuficiencia de la autorregulación (Reyna, 2008-10-08) y en que el código «no aporta nada que no esté previsto en las leyes mexicanas» además de ser «demasiado permisivo» (García Sais, 2008). Por su parte, el diputado federal perredista Alejandro Sánchez Camacho, denunció que las empresas actúan con una «doble cara» al organizar ese tipo de campañas, a la vez de cabildear en el Congreso para evitar la aprobación de legislaciones contrarias a sus intereses (Reyna, 2008-10-08). El diputado denunció públicamente el cabildeo de los empresarios para detener la aprobación de, por lo menos, 20 iniciativas legislativas para combatir la obesidad y el sobrepeso mediante la regulación publicitaria y la restricción de alimentos “chatarra” en las escuelas. Tales iniciativas, dijo, merman las ganancias de las empresas: «La mayoría de las propuestas, añadió, prohíbe la venta de alimentos chatarra en escuelas primarias, donde existe un ‘mercado cautivo con jugosas ganancias’ de 20 millones de estudiantes, 80 por ciento de los cuales porta dinero para adquirir productos en las cooperativas» (Reyna, 2008-10-08).

Si bien –como vimos–, el Código había sido presentado como un «esfuerzo paralelo» para complementar la regulación estatal y para mostrar el «compromiso» y la «madurez» de la industria para abatir el problema de la obesidad infantil, tal esfuerzo conjunto parecía no consolidarse del todo.¹³² En un principio, la contraparte gubernamental no estaba convencida de su operación. Dos meses después de su

¹³² Para la exdirectora del Conar, Karla Ávila, la autorregulación no implica que el gobierno haya delegado sus obligaciones, atribuciones y funciones en temas de salud, sino que se trata de «un esfuerzo paralelo» dirigido a la protección de la infancia (González, 2008-08-24). El Código PABI es –según Ávila–, una oportunidad para que las empresas demuestren que tienen «la madurez suficiente para apoyar a la autoridad» y evitar problemas de salud como la obesidad (González, 2008-08-24).

presentación pública, la Secretaría de Salud (SSa) manifestó ciertas reservas debido a que su cumplimiento sería vigilado por la misma industria. En ese entonces, el Secretario de Salud José Ángel Córdova Villalobos, anunció que la dependencia a su cargo presentaría una propuesta a la industria del ramo, particularmente a la de productos con alto nivel calórico y bajo contenido nutricional, para adoptar un sistema que transmitiera información puntual a los usuarios sobre la cantidad de grasas, azúcar y sal contenidos.

En junio de 2009, ante las críticas sobre la operación del PABI, así como por el incumplimiento de algunas empresas a seguirlo, la SSa anunció que iniciaría la revisión de los anuncios transmitidos en televisión para modificar su contenido, o bien, sacarlos del aire, ya que «sólo contribuyen a incrementar la obesidad en los niños». Además, la SSa informó que elaboraría junto con la Secretaría de Economía (SE) una serie de reformas sanitarias y normas integrales para que el consumidor, por un lado, sepa qué come y elija bien a la hora de comprar. Mientras que, por otro lado, los empresarios elaboren productos con menos grasas saturadas, bajos en contenido de azúcar y con más fibra; todo, con la finalidad de que no provoquen daños a la salud o muertes prematuras. Córdova Villalobos explicó que con estas acciones, no se trataba de «prohibir nada», sino de que cada persona, conociendo el contenido de los elementos que son dañinos para la salud (azúcar, sal y grasas saturadas), pudiera tomar decisiones para equilibrar su dieta y ser cada vez más consciente de la necesidad de modificar su estilo de vida. (Cruz, 2008-12-17).

Como el Código PABI no daba resultados fehacientes –el contenido de la publicidad orientada a niños seguía promoviendo alimentos y bebidas con las mismas estrategias (por ejemplo, asociar el consumo de un producto con superhéroes o personajes de películas infantiles)–, el gobierno federal comenzó a cocinar una regulación dura. Fue entonces cuando, el secretario de salud manifestó que la Secretaría a su cargo, en coordinación con otras oficinas gubernamentales, estaba trabajando en la actualización del marco normativo con la SEP para actualizar el «reglamento de las cooperativas escolares para facilitar el acceso a productos con alto contenido nutricional» (Valadez, 2009-06-08). Según Córdova, si bien, la firma del Código era muestra de la buena voluntad en la cúpula empresarial; éste había

resultado insuficiente porque «no todos (los industriales) atendieron al llamado». Más de la mitad de los alimentos que, a mediados de 2009, eran anunciados en los medios de comunicación, no eran «recomendables» como parte de una dieta saludable ni como parte de una dieta para controlar el peso (Valadez, 2009-06-08).

Crónica de una regulación estatal “light”

Debido a que el Código PABI no cubrió las expectativas, el gobierno federal echó a andar una maquinaria regulatoria que, como veremos a continuación, chocó contra el muro de contención del sector empresarial, disponiéndose así otro escenario de confrontación. Ello hizo que el Estado reencaminara su intento normativo hacia la autorregulación, la ética y la buena voluntad de las empresas. Ello también propició que el Secretario de Salud cambiara de opinión sobre la efectividad del PABI. Pese a las críticas de organizaciones sociales –la cuales no veían cambio alguno en la publicidad de alimentos y bebidas para niños–; en marzo de 2010, Córdova congratuló a la industria alimenticia y de bebidas no alcohólicas por la efectividad del Código. Gracias a él, aseveró, se había modificado el contenido de 70% de comerciales para público infantil (Vega, 2010-03-25c).

La Jarra del buen beber y la presión de la industria refresquera

En 2008 ya había noticias de que en el Congreso se estaba “cocinando” una ley nacional de nutrición. Asimismo, el 25 de febrero de ese año la Secretaría de Salud del gobierno federal lanzó su primer intento regulatorio con la presentación de la Jarrita, una serie de recomendaciones sobre la ingesta de bebidas hechas por científicos mexicanos y estadounidenses: «De jugos, sólo medio vaso por día, estableció; y los refrescos, mejor evitarlos» (García de León y Delaunay, 2008-08-11). Pero, como un día después el Senado aprobó la ley antitabaco, la Jarrita no tuvo demasiado eco en los titulares nacionales; no obstante, esa iniciativa desató una

catarata de acciones y marcó un hito en las relaciones empresa-gobierno.¹³³ El Consejo Mexicano de la Industria de los Productos de Consumo (ConMéxico), que agrupa a los mayores fabricantes de alimentos y bebidas, como Coca-Cola, PepsiCo, Bimbo, Jumex y Unilever, encargó estudios a la Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud), para hacer contrapeso a los argumentos del gobierno federal.¹³⁴ Esta organización también promovió, entre sus empresas, la Alianza por una vida saludable con el fin de trabajar «como frente industrial para promover estilos de vida activos y saludables» (cc 2). La Jarrita gestó fuerte enojo en de la industria refresquera. Ello se explica si consideramos que en México el refresco se consume como líquido vital ya que un habitante bebe un promedio anual de 160 litros. De manera particular, México es el país donde se consume más Coca-Cola. Ello le reporta a esta industria ventas anuales de 12,700 millones de dólares (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

Ante tal situación, ConMéxico convocó a las organizaciones empresariales más importantes del país (Confederación de Cámaras Industriales, Consejo Coordinador Empresarial, Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Consejo de la Comunicación); sus representantes se reunieron una vez por semana para discutir las acciones a seguir. Este inédito cierre de filas tenía la intención de frenar la «otra epidemia», la de las estrategias antiobesidad del gobierno federal y los congresos locales (García de León y Delaunay, 2008-08-11). Con cabilderos profesionales, del despacho de Gustavo Almaraz (quien años antes cabildeó a favor de los casinos en la Ley de juegos y Sorteos), ConMéxico acudió a los congresos federal y locales para frenar las posibles iniciativas.

¹³³ Cabe mencionar que ésta no era la primera vez que los intereses del gobierno y de una industria se enfrentan en temas de salud. Pero, si el gobierno tuvo menos problemas para confrontar a la industria del tabaco, dada la evidencia mundial de los daños que causa; atacar al osito Bimbo o a la chispa de Coca-Cola fue como «meterse con el Santa Claus de los niños» (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

¹³⁴ Uno de estos estudios fue la Evaluación sobre la oferta de bebidas y alimentos y otros factores en el ámbito escolar y su relación con la obesidad infantil; auspiciado por Coca-Cola de México y otras empresas del ramo (cc 2).

Sobre las recomendaciones de la Jarrita de la Ssa, ConMéxico reviró criticando el estudio por «inconsistente»; argumentando –en palabras de su presidente, Jaime Zabudovsky– que no se toma en cuenta el contexto en que se ingieren ni a los productos no industrializados: «¿Por qué prejuizar que es mejor un agua de limón con dos kilos de azúcar que un refresco?» (Citado por García de León y Delaunay, 2008-08-11). Por su parte, el vicepresidente de Coca-Cola en México –contrario a quienes creen «que venimos a sufrir a este valle de lágrimas»– planteó que «es válido tomar un refresco cuando te apetezca, si sabes que te hidrata y proporciona un pequeño placer (citado por García de León y Delaunay, 2008-08-11). Con ello se frenó, el primer intento regulatorio del gobierno de Felipe Calderón sobre la ingesta de alimentos y bebidas en las escuelas.¹³⁵

Pero, además de la Jarrita, 22 gobiernos estatales también tomaron medidas reglamentarias para revertir la obesidad infantil.¹³⁶ En diferentes estados de la República se han modificado las leyes y reglamentos de educación y salud para regular la ingesta de alimentos con bajo contenido nutricional y alto contenido calórico. De ellos, sólo en cuatro se estipuló de manera explícita la prohibición de venta de productos chatarra: Baja California Sur, Hidalgo, San Luis Potosí y Michoacán. En tanto que en 13 entidades más sólo se incluyeron recomendaciones para mejorar la alimentación infantil (Aguascalientes, Baja California, Campeche,

¹³⁵ Pese a que desde el año 2000, la opinión pública comenzaba a manifestar preocupación por el incremento de la obesidad infantil y la ingesta de comida chatarra en las escuelas (Magally, 2000-08-31), el entonces presidente (Vicente Fox) no impulsó regulación alguna. Sus acciones gubernamentales sobre la alimentación escolar se centró más en el abasto y la calidad de los desayunos escolares, como medio para disminuir la desnutrición. A lo más que se llegó fue a extender un exhorto, en 2005, para que la industria alimentaria y restaurantera del país contribuyera a «combatir la obesidad en niños y adultos, debido a que este mal se ha convertido en una epidemia nacional». Con un estudio publicado por la Secretaría de Salud –denominado Acciones contra el Sobrepeso y la Obesidad–, el gobierno foxista pedía, por ejemplo, a la industria restaurantera que fomentara la comercialización de ensaladas y menús saludables con lo que estaría contribuyendo a crear un «plato del bien comer» (www.fox.presidencia.gob.mx).

¹³⁶ Baja California Sur y Sonora fueron los primeros en regular alimentos en las escuelas, en 2006. También están: Baja California, Durango, Sinaloa, Michoacán, Querétaro y Aguascalientes.

Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Tabasco, Tamaulipas y Zacatecas (Muñoz, 2010-02-18).

La regulación emprendida por las entidades federativas está orientada, según Mario Luis Fuentes –director del Centro de Estudios en Asistencia y Desarrollo Social (Ceidas)–, por el interés de «preservar sano su presupuesto estatal». Según su dicho, «los estados reaccionan por el enorme costo de la obesidad que se les viene de las enfermedades asociadas al sobrepeso y la obesidad infantiles» (citado por García de León, 2009-04-27). Por ejemplo, a Durango, que tiene 23% de sobrepeso y obesidad infantil así como el primer lugar nacional en nuevos casos de diabetes tipo 2, ya no le alcanza el dinero para las diálisis requeridas en algunos casos de diabetes derivadas de la obesidad (García de León, 2009-04-27).

En algunas escuelas se empezó a prohibir la venta de antojitos y refrescos en el recreo, permitiéndose sólo la de frutas y verduras. En las 800 escuelas primarias de Colima las tienditas, antes atendidas por maestros, ahora lo son por padres de familia quienes «reciben una guía de alimentos permitidos y capacitación de la Secretaría de Salud estatal para aprender a prepararlos» (García de León, 2009-04-27). Con ello, unos 130,000 niños están dejando de comprar productos de empresas como Bimbo, Pepsi, Sabritas y Coca-Cola (García de León, 2009-04-27). Asimismo, en Sinaloa el nuevo reglamento escolar permite calificar escuelas como «saludables» a las que venden alimentos con valor nutricional (García de León y Delaunay, 2008-08-11). Estas acciones de control estatal no sólo pretenden regular la venta dentro de las escuelas, sino cambiar el hábito alimenticio de niños y padres de familia. Estos últimos, en algunos casos como lo reportado en Culiacán, promovían un «mercado negro de calorías», según lo menciona la directora de una escuela: «Al principio batallamos mucho. En el recreo, los niños se subían a un macetero y la mamá por el otro lado de la barda les pasaba las papitas o el refresco y se lo metían a la camisa» (citada en García de León, 2009-04-27).

Con estos intentos de regulación, la industria de alimentos y bebidas no tardó de movilizarse para actuar en contra. Según representantes de la industria refresquera, este tipo de acciones repercute negativamente, pero no porque la venta en escuelas represente un alto porcentaje de las ventas totales (por ejemplo Coca-Cola reporta

que éstas no rebasan el 3% mientras que Pepsico las califica como muy poco representativas).¹³⁷ En lo que le pega a la industria refresquera, asegura el vicepresidente de Asuntos Públicos de Coca-Cola –Rafael Fernández–, es en la «mala imagen» que se crea de esos productos al calificárseles «como alimento chatarra»: «La consecuencia es una percepción negativa del supuesto efecto pernicioso de nuestros productos, que pueden ser tan buenos como otros», señaló Fernández (citado por García de León, 2009-04-27).

Por su parte, la organización que representa a 37 multinacionales de alimentos y bebidas –ConMéxico–, en voz de su presidente, criticó este intento de regulación como «una salida demagógica» que, además, se podría propagar a otros mercados como universidades y cines. Ello, señaló, no resuelve el problema; sobre todo si se considera que hay cooperativas que venden comida casera con mayor contenido calórico, como antojitos o pizzas (García de León, 2009-04-27). Representantes de ConMéxico cuestionaron que los reglamentos estatales «son confusos y subjetivos» porque no exhiben marcas específicas de productos, pero sí hacen referencia a productos de «bajo o nulo valor nutricional o alimentos chatarra». Esta terminología, a decir de Beatriz Boullosa nutrióloga de ConMéxico, resulta imprecisa: «el agua tiene un valor nulo, la lechuga tiene un bajo nivel nutricional» (citada por García de León, 2009-04-27). Asimismo, Pepsico, en voz de su vicepresidente de Relaciones Corporativas, planteó que empresas como la que él representa hacen botanas no con la intención de que con ellas se sustituyan alguna comida; son eso, botanas. Finalmente, bajo otro argumento, ConMéxico criticó estas legislaciones locales por considerarlas «violatorias del pacto federal» (García de León, 2009-04-27).

¹³⁷ Esto contrasta con la postura que sugiere un móvil económico ya que, según el Instituto Nacional de Nutrición (INN), «las tienditas de las escuelas generan ingresos anuales por unos 20,000 millones de pesos a nivel nacional» (García de León, 2009-04-27). No obstante, estos 20,000 mdp son concebidos por las propias compañías de alimentos y bebidas como una cifra poco representativa ante sus ventas totales; las cuales tienen un mercado valuado en 672,000 millones de pesos, según Euromonitor (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

Los cabilderos de ConMéxico «llevan dos años de conversaciones con legisladores de las comisiones de salud y obtuvieron la palabra de la ex secretaria de Educación, Josefina Vázquez Mota, de que no sacarían sus productos de las escuelas». Desde entonces hay diferendos entre la SSa y la SEP para disminuir la oferta de alto contenido energético en las cooperativas (García de León, 2009-04-27). La acción empresarial busca frenar la regulación estatal y promover la autorregulación. A los 22 estados que ConMéxico tiene registrados con alguna acción de este tipo, dice Zabludovsky, «les dedicamos tiempo completo, estamos en contacto constante con los gobiernos locales» (citado por García de León, 2009-04-27).

Un logro de la organización empresarial fue cuando, en 2006, hizo que el gobierno de Durango, que diseñaba una iniciativa para prohibir la venta de ciertos productos en las escuelas, eliminara el adjetivo de “alimento chatarra”. En el proceso de negociación, el gobierno abrió mesas de diálogo y pidió a los ejecutivos de las empresas que les ofrecieran opciones saludables; de esta forma, se prohibió la venta de bebidas carbonatadas, pero se permitió la venta de jugos de fruta y de verduras. Otro ejemplo de la presión de refresqueras para revertir estas medidas lo tenemos en la amenaza de quitar los refrigeradores proporcionados por las propias empresas si no se comercializan sus productos (jugos y refrescos). La presión ejercida por las propias empresas se entiende si consideramos que los ingresos de las tienditas absorben algunos gastos de las escuelas públicas; gastos que no son asumidos por el Estado. Las refresqueras, por ejemplo, suelen dotar de, refrigeradores, redes o balones. Asimismo, con las ventas de las cooperativas las escuelas solventan gastos como el sueldo del velador o la compra de artículos de limpieza (García de León, 2009-04-27).

El Congreso de la Unión no se pone de acuerdo en los ingredientes de la receta legislativa

El 6 de noviembre de 2009 la diputada priista María Cristina Díaz Salazar promovió la iniciativa con proyecto de decreto que reforma los artículos 65 y 66 de la Ley General de Salud. Iniciativa que fue turnada para su discusión a la Comisión de

Salud de la Cámara de Diputados. La propuesta buscaba establecer que las autoridades sanitarias, educativas y laborales fomentaran una alimentación equilibrada, baja en grasas y azúcares; estableciendo la obligatoriedad escolar de practicar 30 minutos diarios de ejercicio; y atribuyendo a las autoridades sanitarias en coordinación con las educativas la responsabilidad de establecer normas oficiales para proteger la salud del educando y de la comunidad escolar. La intención era que los alimentos expedidos en las escuelas tuvieran mayor aporte nutrimental y que se evitaran alimentos procesados altos en grasas y azúcares simples (Iniciativa disponible en www.gaceta.diputados.gob.mx). El 6 de abril fue aprobada por unanimidad en el Pleno parlamentario, con 371 votos a favor.¹³⁸ Fue publicada el 13 de abril de 2010 en el Diario Oficial de la Federación y turnada a la Cámara de Senadores para su discusión. El texto fue aprobado en la cámara baja sin modificaciones, no obstante los intentos de la SEP por modificarlo. Días antes de que fuera votado, el presidente de la Comisión de Salud (el panista, Miguel Antonio Osuna Millán) pidió una prórroga y planteó que la SEP quería «enriquecer el proyecto» para flexibilizar la «obligatoriedad» de 30 minutos de ejercicio (Estrop y Simonnet, 2010-04-09). En el mismo sentido se habían pronunciado diputados del PAN y del Partido Nueva Alianza.

La iniciativa aprobada por los Diputados fue turnada a las comisiones unidas de Salud, Educación y Estudios Legislativos del Senado, donde los panistas Ernesto Saro (presidente de la Comisión de Salud) y Teresa Ortuño (presidenta de la Comisión de Educación) elaboraron un nuevo dictamen –distinto a la propuesta de la cámara baja. Con el argumento de crear un paquete de reformas para «limitar de manera efectiva» la venta, en planteles de educación básica, de alimentos y bebidas que generan obesidad, los integrantes de las comisiones unidas redactaron un nuevo proyecto de dictamen. Con él, «las autoridades tendrían incluso la facultad de cerrar las cooperativas escolares y otros establecimientos que expendan esos productos dentro de los planteles» (Guerrero y Hernández, 2010-04-16). Ante ello, y por considerar que faltaba tiempo para analizar el nuevo dictamen y realizar más

¹³⁸ Con la inasistencia de 128 diputados.

foros de discusión, senadores priistas, respaldados por el PRD, pospusieron aplazar su discusión para el siguiente periodo (Hernández y Guerrero, 2010-04-22).

El que los senadores panistas hubieran “engordado” la iniciativa de la cámara baja se puede leer, al menos, en dos sentidos. Por una parte, considerando la oposición de la SEP ante la iniciativa aprobada por los Diputados, las comisiones unidas presentan un proyecto de dictamen nuevo, lo que “obliga” a los senadores opositores a aplazar la votación. Con esto se habría logrado el objetivo de no pasar la propuesta de los diputados y, también, de mostrar que el PAN –a diferencia de los otros partidos– sí estaba comprometido con una reforma integral (no “light”).¹³⁹ Por otra parte, esta acción se puede leer como un interés “auténtico” (por el bienestar social) por regular el asunto (y no como la negociación de intereses particulares).

Pero más allá de estas posibles lecturas, el panorama legislativo se complica si consideramos la presentación el 22 de abril de 2010, por parte de dieciséis senadores,¹⁴⁰ de otra iniciativa para expedir la Ley para la prevención y combate a la obesidad; la cual fue turnada a las comisiones unidas de Salud, Estudios legislativos y Primera (www.senado.gob.mx). Asimismo, a finales de octubre de 2010, la bancada del PRI abonó en este enredo legislativo al plantear que buscarían «endurecer las prohibiciones» para que el «dictamen sea más explícito y claro en los castigos» (dicho de la senadora priista Socorro García, citada por Guerrero, 2010-11-01). Esto ilustra

¹³⁹ Ello, sobre todo si consideramos que en la prensa trascendió que el voto favorable de los diputados panistas fue porque había confianza en que en el Senado se lograría flexibilizar la propuesta incómoda de la obligatoriedad sobre los 30 minutos de ejercicio (artículo 65): «la bancada albiazul estaba preparada para reservarse el artículo 65 y plantear las dificultades que se derivarían de que esto entre en vigor [...] Sin embargo, en la reunión previa a la sesión se les dijo a los diputados que se votara a favor pues darían la pelea para cambiarlo a la hora de que se trate el tema en el Senado, pues la Secretaría de Educación Pública tiene dudas sobre su aplicación» (Estrop, Simonnet y Salazar, 2010-04-14). En entrevista con la prensa Ernesto Saro «condenó la decisión y denunció que la parálisis legislativa será la responsable de que las nuevas medidas de actividad física, controles de peso y venta de comida ‘chatarra’ no se puedan aplicar a partir del próximo ciclo escolar» (Hernández y Guerrero, 2010-04-22).

¹⁴⁰ Once del PRD, dos del PAN, uno del PT y tres independientes.

la división que en la cámara alta generó este proceso legislativo; situación que se tradujo en intentos para congelar la regulación sobre la venta de comida chatarra en las escuelas.¹⁴¹

No obstante, en el siguiente periodo ordinario la cámara alta retomó la discusión. A principios de noviembre de 2010 los senadores aprobaron reformas a la Ley General de Salud (LGS) y a la Ley General de Educación (LGE). Finalmente, los legisladores se pusieron de acuerdo para *limitar* el consumo de “comida chatarra” en escuelas primarias públicas y privadas; incluir como un asunto de salubridad general la obesidad; establecer que los planteles educativos deben contar con bebederos de agua; además de prohibir la publicidad de “comida chatarra” en los centros educativos.¹⁴² Pese al avance e innovación que los senadores plantearon, como veremos a continuación, el desenlace del proceso legislativo en la cámara alta –el cual comenzó como un intento de regulación dura (con la que se prohibiría la venta de “comida chatarra”)–, recicla la normatividad blanda que el gobierno federal ya había presentado a inicios del año. La innovación, en todo caso, está en la prohibición de la publicidad de estos productos en los planteles educativos; situación que, no obstante –según el secretario de salud–, los industriales ya habían acordado de manera voluntaria (Vega, 2010-11-06). Ello hace de esta decisión legislativa

¹⁴¹ A mediados de agosto de 2010, la secretaria de la Comisión de Salud de la cámara baja (Rosalinda Mazari, diputada del PRI), afirmó a la prensa que en el Senado las empresas refresqueras buscaban presionar para “congelar” la iniciativa para reformar regular la venta de comida “chatarra” (Guerrero, 2010-08-16).

¹⁴² Según el dictamen de reforma turnado a la Cámara de Diputados para su discusión y aprobación, el artículo 86 de la LGE plantea que «se limitará el consumo de alimentos de bajo contenido nutrimental y alto contenido en calorías, azúcares o sales en escuelas de educación básica públicas o particulares» El artículo 3 de la LGS estipula como «asunto de salubridad general la prevención, orientación, control y vigilancia en materia de sobrepeso, obesidad y trastornos de la conducta alimentaria». El artículo 115 Bis de la LGS establece «que los planteles de educación básica y media superior deberán contar con depósitos de agua equipados con filtros y bebederos públicos». Mientras que el artículo 226 de la LGS llama a «prohibir la publicidad de alimentos y bebidas con bajo contenido nutricional y alto contenido en grasas, sales y azúcares solubles en los centros escolares» (Vega, 2010-11-06).

–según Córdova– un complemento de lo que se venía haciendo; por ejemplo, con el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria y con el Código PABI.

Los lineamientos del gobierno federal

Como en el legislativo los diputados y senadores no se ponían de acuerdo sobre los ingredientes que debía llevar la nueva regulación de “comida chatarra”, en enero de 2010 el gobierno federal ya había comenzado a preparar lo que sería su segundo intento por regular la venta de comida “chatarra” en las escuelas. Ante las críticas que había despertado la iniciativa de la Jarrita, presidencia y la Secretaría de Salud presentaron el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria.¹⁴³ Con él se buscaba retomar la idea que, años atrás había quedado en el tintero de la Secretaría de Salud, sobre delinear acciones para regular la venta de comida chatarra en las escuelas. Ello, no obstante, se preveía sustantivamente complicado. A finales de enero de 2010, el secretario de salud vislumbraba difícil la posibilidad de modificar la calidad nutricional de los alimentos que consumen los niños en las escuelas «debido a las inercias e intereses que rodean a la venta de estos productos en los centros educativos» (Vega, 2010-01-28). Augurios que, como veremos, se cristalizaron: pese a los intentos iniciales por prohibir la venta de alimentos y bebidas con alto contenido calórico, al final la otrora prohibición devino en una amplia recomendación.

Como colofón de los primeros intentos del gobierno federal por implementar una «jarra del buen beber» y un «plato del buen comer» para disminuir la tasa de obesidad infantil, a principios de mayo de 2010 la SSa promovió la adopción de un

¹⁴³ El 25 de enero de 2010 la Secretaría de Salud (en coordinación con otros sectores gubernamentales, empresariales y académicos) presentó la Estrategia contra el Sobre peso y la Obesidad. Este plan está basado en objetivos generales, aunque «sin metas claras», para fomentar la actividad física y el consumo de agua; disminuir el consumo de azúcares y grasas así como elevar el de frutas y verduras. En esta “estrategia” de acción, el sector privado se comprometió a continuar el proceso de innovación y desarrollo de sus productos para reformular los contenidos; así como para informar a los consumidores sobre la composición de sus productos (Vega, 2010-01-26).

'box lunch' en las escuelas primarias, cuyo contenido nutricional equilibrado –de alimentos industrializados y naturales– abonaría en la lucha contra la obesidad (Vega, 2010-05-13). En este tenor, el 22 de mayo las secretarías de Salud y de Educación Pública presentaron el anteproyecto –de los Lineamientos generales para el expendio de alimentos en escuelas públicas y privadas de educación básica–, para que la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer) lo sometiera a consulta pública y lo aprobara.¹⁴⁴ Mediante *disposiciones obligatorias y sanciones específicas*, en él se *prohibía* la venta de refrescos, fritangas y alimentos industrializados fritos. Con este anteproyecto también se publicó una lista de *productos permitidos y productos prohibidos* para la venta en las escuelas (Valle y Vega, 2010-05-27); listado que, no obstante no fue incorporado en el documento enviado a la Cofemer.¹⁴⁵

Del 10 de junio al 11 de agosto la Cofemer realizó una consulta pública sobre esos lineamientos. Ahí, los empresarios de la industria alimenticia y de bebidas no alcohólicas presentaron diversas opiniones contra el anteproyecto. Las acusaciones versaron sobre las afectaciones a la imagen de sus productos; sobre la imposibilidad de cambiar el contenido energético de sus productos en solo dos años; así como por los costos que implicaría la inversión en envases para porciones más pequeñas. Específicamente, Jumex y la Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias, acusaron que la SEP y Salud clasificaran como «bebidas» a los jugos y néctares, la leche, el yogurt y la soya líquida; a pesar de que la Ley General de Salud (en su artículo 215) los clasifica como «alimentos líquidos». En ese sentido, solicitaron que se diera el mismo tratamiento a los alimentos, tanto en su estado

¹⁴⁴ La Cofemer es un órgano desconcentrado de la SE «cuyo propósito es garantizar la transparencia en la elaboración y aplicación de regulaciones, y que éstas generen beneficios mayores a sus costos para la sociedad» (www.cofemer.gob.mx).

¹⁴⁵ Ello desencadenó críticas en los dos campos de acción-saber. Las empresas cuyas marcas aparecieron, lo criticaron por estigmatizar los productos; las organizaciones críticas, por su parte, criticaron que el listado no se hubiera sometido a Consulta. Ante ello, el secretario de salud afirmó que el listado había sido sólo una «muestra»; no buscaba «satanizar» tales productos; razón por la cual tampoco se había mandado a la Cofemer (Vega, 2010-06-17).

sólido como en el líquido cuando éstos cumplan los requisitos de densidad energética y contenido calórico (Valle, 2010-06-17).¹⁴⁶

Otras opiniones sobre los lineamientos fueron a título personal. Por ejemplo, una madre de familia planteó que prefiere que sus hijos compren productos de marcas conocidas que alimentos «de dudosa calidad». Otro padre de familia, criticó la medida de prohibir determinados alimentos porque «atenta contra la libertad de las personas» (Valle, 2010-06-17). En contraste con estas opiniones, la Federación Nacional de Asociaciones de Padres de Familia, se pronunció a favor de los lineamientos porque para ellos, representa el «primer paso» para mejorar las condiciones de salud de los niños (Valle, 2010-06-28). Por su parte, el Poder del Consumidor exhortó a sus prodestinatarios a que participaran en la Consulta con el fin de lograr prohibir la venta de comida “chatarra” en las escuelas. Ello, sobre todo, para frenar el embate que la industria de alimentos y bebidas, a través de ConMéxico, estaba teniendo sobre el anteproyecto de los Lineamientos durante la consulta pública de la Cofemer (Valle, 2010-05-28). «Para colmo –decía el boletín de EPC–, las industrias productoras de alimentos y bebidas procesados están ejerciendo una enorme presión para que Cofemer reduzca las regulaciones y todo siga igual que hasta ahora» (epc 7).

A finales de junio de 2010 las críticas de la industria de alimentos y bebidas no alcohólicas se agudizaron contra los lineamientos propuestos por SEP y Ssa, calificándolos de «discriminatorios» e «inequitativos». Asimismo acusaron que ambas dependencias carecían de facultades legales para emitir tales lineamientos.¹⁴⁷ Además de que esta medida tiene un inadecuado diseño regulatorio –dijeron los representantes de ConMéxico–, tampoco presenta un análisis costo-beneficio de su operación. Por su parte, representantes la Cámara Nacional de las Industrias Azucarera y Alcoholera afirmaron que los lineamientos estigmatizaban sus productos, en lugar de promover una alimentación correcta. Ante la posibilidad de

¹⁴⁶ Cabe mencionar que la discusión para reformar la Ley General de Salud en el Congreso de la Unión no incluyó, por ejemplo, modificar la clasificación de estas bebidas.

¹⁴⁷ Aseveración correcta que se subsanaría, de ser aprobada, la reforma propuesta por el Senado.

que la SEP emitiera un listado con productos prohibidos, los integrantes de la rama industrial 106 de Canacintra –esto es, los Fabricantes de botanas– solicitaron ser escuchados ya que ellos estaban en la mejor disposición de apoyar todas las iniciativas que se presentaran, pero «bajo una óptica constructiva e incluyente» (Valle, 2010-06-28).

Pese a que, a finales de mayo, el secretario de salud había comentado que esperaba obtener el aval de la Secretaría de Economía sobre los lineamientos presentados, conforme avanzaba la Consulta y se conocían los comentarios críticos de las empresas, Córdova matizó sus comentarios iniciales.¹⁴⁸ De ser tajante sobre la venta de “comida chatarra”, comenzó a plantear la posibilidad de que se comercializaran algunos productos –pastelitos, dulces, galletas y frituras– pero en porciones más pequeñas.¹⁴⁹ Ello con la intención de darle tiempo a las empresas para que, en dos años, pudieran mejorar y reducir las grasas y azúcares de sus productos. El objetivo, dijo entonces el Secretario de Salud, requiere impulsar la transformación de la industria para que, en un par de años, sus productos estén por debajo de esa densidad energética; con ello, aunque los niños se coman dos bolsitas, no estarían ingiriendo más calorías (Vega, 2010-06-17).¹⁵⁰

¹⁴⁸ Específicamente Córdova dijo que «siempre hay riesgo [de que la SE rechace los lineamientos porque] en estas cosas hay intereses evidentemente, pero esperamos que no suceda» (citado por Martínez y Vega, 2010-05-28).

¹⁴⁹ Recordemos que las primeras declaraciones del titular de la Ssa apuntaban hacia regular la venta de comida chatarra en las escuelas como medio para solucionar la obesidad infantil y mejorar los hábitos de consumo de los niños: «Ahora, la escuela es un espacio extraordinario para poder controlar lo que se vende, no podemos prohibir la venta de ‘x’ o ‘y’ producto en el comercio en general, pero en la escuela sí lo podemos controlar» (dicho de Córdova, citado por Vega, 2010-03-25a). Asimismo, a principios de 2010, el subsecretario de educación básica –Fernando González– había dicho que la SEP trabajaría para poner «fin a la comida chatarra en las escuelas» (Valle, 2020-01-11).

¹⁵⁰ El comentario del secretario se entiende si se consideran las críticas en torno a las presentaciones “mini”. Entre otras, se puede mencionar la que hiciera la directora del Centro de Orientación Alimentaria (organismo interesado en difundir los beneficios de una alimentación saludable mediante consultorías, talleres, investigaciones y programas de orientación. Véase www.coa-nutricion.com; consulta del 14 de septiembre de 2010): Al reducirse el tamaño –dijo–, se reducirá el costo, por lo

Haciendo eco de las observaciones hechas por la industria, el 16 de junio de 2010, Córdova advirtió que las modificaciones en el contenido calórico de los productos no se harían «de la noche a la mañana», tendría que haber un cambio gradual. Córdova también matizó su dicho inicial puntualizando que, más que los industrializados, los alimentos preparados (sopes, pizzas, tacos, tortas) –que representan el 80% de los productos comercializados en las escuelas– eran los que representaban el mayor reto para el combate a la obesidad infantil.¹⁵¹ En esos productos –afirmó– se tendrá que «hacer un gran cambio» para mejorar la oferta alimenticia en las escuelas (Vega, 2010-06-18). Asimismo anticipó que no habría un listado de productos prohibidos hasta que la Cofemer no autorizara los límites de calorías. Lo único que –aseguraba– quedaría prohibido era la venta de refrescos. En ello dijo contar con la anuencia de las dos principales refresqueras (Coca-Cola y Pepsico); las cuales se habían comprometido a no comercializar bebidas azucaradas (Vega, 2010-06-17). No obstante el «compromiso» anunciado por el secretario, días después, y como parte de sus comentarios ante Cofemer, Coca-Cola y Pepsico cuestionaron el anteproyecto de los Lineamientos, criticando su incongruencia –en relación con el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria– y falta de sustento científico.¹⁵² Con los Lineamientos –sentenciaron– sólo se daña «la reputación de la cadena del refresco y la cadena agroindustrial del azúcar», generando un impacto negativo en la economía nacional (Vega y Valle, 2010-07-02).

que los niños tendrán posibilidad de adquirir una, dos o hasta tres bolsitas de producto “chatarra” (Vega, 2010-06-16b).

¹⁵¹ Cabe mencionar que esta afirmación la había hecho Jaime Zabudovsky, presidente ejecutivo de ConMéxico (dictamen final de Cofemer en www.apps.cofemer.gob.mx). Ello deja ver cómo el discurso del sector industrial permeó las declaraciones del secretario de Salud.

¹⁵² En el marco de este Acuerdo se creó un Foro Nacional para la Prevención del Sobrepeso y la Obesidad. En el Foro están representados los distintos sectores sociales, políticos y económicos quienes presentarían y discutirían las acciones para luchar contra el sobrepeso y la obesidad (www.promocion.salud.gob.mx). A decir del sector industrial, este mecanismo no fue considerado para elaborar los Lineamientos SSa-SEP.

Ante estas críticas, las secretarías de salud y educación matizaron sus aseveraciones iniciales (abiertamente antichatarra). No obstante, cuando –días antes de que finalizara la consulta pública–, la Cofemer –haciendo eco de las críticas de ConMéxico y otras cámaras empresariales– cuestionó la validez jurídica de los Lineamientos; ambas dependencias salieron en su defensa. El responsable de asuntos jurídicos de la SEP afirmó que el dictamen de Cofemer no era vinculatorio para cambiar los lineamientos propuestos; mientras que el Secretario de Salud retomó su defensa original en torno a la lucha antichatarra para atacar el problema de la obesidad infantil:

Seguimos adelante y claro, hay mucha argumentación de algunas de las empresas que no quieren que esto avance y quisieran que siguiéramos como los años anteriores, ellos han dicho que han hecho muchas cosas, pues sí, pero la obesidad ha seguido [...]. Obviamente la resistencia al cambio siempre es importante, pero los fundamentos científicos y la gravedad del problema ahí están y no lo estamos inventando. (Declaración pública de José Ángel Córdova; citado por Valle y Vega, 2010-06-30)

Pese a la defensa de las secretarías de educación y salud, las críticas empresariales continuaron. El presidente de Canacintra (Sergio Cervantes Rodiles) aseguró que, para cubrir los costos de adaptación a los Lineamientos, las micro y pequeñas empresas registrarían pérdidas de hasta 50 mil empleos; mientras que en las grandes y medianas empresas la pérdida de empleos podría llegar a los 5 mil. Los cambios exigidos por los lineamientos, además, implicarían pérdidas económicas durante el periodo de modificación de productos y etiquetas, estimado en un plazo de 1 a 5 años (Valle, 2010-07-12). Aunado a estas críticas, presentadas formalmente por empresas (como Jumex, Coca-Cola, Danone o Sabritas) y organismos empresariales (como ConMéxico), a mediados de julio la consulta de Cofemer recibió «correos electrónicos anónimos» –enviados a través de servidores de prueba o de recursos de Internet que crean correos ficticios– en contra de los Lineamientos (Valle, 2010-07-19). Cabe mencionar que ninguna marca de Grupo Bimbo presentó comentarios a la Consulta, no obstante, su organización representante (ConMéxico) sí lo hizo; así como organizaciones empresariales

relacionadas con la diversidad de productos ofertadas por sus marcas (galletas, pastelitos, botanas o dulces).¹⁵³

Los comentarios críticos de ConMéxico estuvieron acompañados de una estrategia jurídica para que, en caso de que los Lineamientos fueran aprobados sin modificación, permitiera a las empresas que agrupa (como Barcel, Bimbo, Coca-Cola, Danone, Nestlé, Hershey, Del Valle) interponer juicios de amparo para proteger sus intereses (Valle, 2010-07-21). Asimismo, ConMéxico –que adelantó pérdidas para las empresas de 10 mil 600 millones de pesos–¹⁵⁴ recomendó modificar el concepto «densidad energética» (es decir, el consumo de calorías por cada 100 gramos); del cual cuestionó su soporte científico (Gascón y Valle, 2010-07-23).

Finalmente, y después de haber recibido 884 comentarios (671 de sociedad civil y padres de familia; 157 de industria; y 9 de gobierno), el 18 de agosto de 2010 la Cofemer emitió el dictamen final sobre los Lineamientos para la venta de alimentos y bebidas en las escuelas de educación básica. Los comentarios vertidos en la consulta pública, –según el boletín de prensa de la Cofemer– «enriquecieron» el contenido de los Lineamientos. Las modificaciones que “enriquecieron” el documento versaron sobre: sustituir el criterio de densidad energética por el de grasas totales;¹⁵⁵ y excluir la venta de «todo tipo de bebidas distintas al agua potable a fin de disuadir el gusto por los endulzantes en la población en etapa de formación». Exclusión que tiene dos salvedades: *i*) la venta, en escuelas secundarias de «bebidas sin cafeína, con límites en edulcorantes no calóricos y en sodio»; así como *ii*) la venta de néctares, jugos, leche, lácteos y derivados de soya «en aquellas escuelas que así lo determinen» porque estos «se clasifican como alimentos líquidos en virtud de que

¹⁵³ Más adelante analizaremos la estrategia de Bimbo como un medio de presión de bajo perfil.

¹⁵⁴ Lo que, no obstante, representa sólo el 3% de las ganancias totales del sector industrial (Vega, 2010-08-15).

¹⁵⁵ Al respecto, en entrevista con la prensa, el coordinador de Mejora Regulatoria Sectorial de la Cofemer (Julio César Rocha), afirmó que la SEP y Salud no lograron fundamentar con bases científicas algunas de sus propuestas. Tal es el caso del concepto «densidad energética» (Vega, 2010-07-30). Esta sustitución conceptual implica que sólo se prohibirán los productos altamente grasosos (Vega, 2010-08-12).

contienen alto contenido nutrimental» (www.cofemer.gob.mx).¹⁵⁶ Con este dictamen, pese a que en diciembre de 2009 la SEP había asegurado que sería prohibida la venta de comida “chatarra”, esos productos no fueron expulsados de las escuelas.

La resolución final de la Cofemer sobre permitir la venta de bebidas “light” en escuelas secundarias provocó diferencias de opinión entre los integrantes de la Secretaría de Salud. Mientras el Secretario se pronunció a favor, el encargado principal del programa antiobesidad de la SSa (Armando Barriguete Ahued) planteó sus reservas sobre el uso de edulcorantes (Vega, 2010-08-13). No obstante las diversas críticas, los secretarios de Salud y Educación defendieron la nueva normatividad. De manera particular, Córdova congratuló el resultado del proceso regulatorio, ya que «por primera vez contamos con un lineamiento nacional con criterios claros y específicos sobre alimentación». Una defensa similar estuvo a cargo del secretario de economía (Bruno Ferrari) quien rechazó que la dependencia a su cargo hubiera intervenido en el proceso para favorecer los intereses de las empresas (Valle, 2010-08-17). Las declaraciones de los secretarios buscaban contener las críticas desatadas por tal regulación. En el mismo sentido están dos medidas adoptadas por la SEP: incluir en libros de texto el tema de la obesidad; y que los maestros fomenten una cultura para la salud alimentaria (lo cual implica orientar a los alumnos para no consumir refrescos “light”) (Valle, 2010-08-18 a y b).¹⁵⁷ Por su parte, el titular de la Cofemer (Alfonso Carballo) defendió que en el proceso regulatorio prevaleció «el interés público con respaldo científico y técnico» y demandó

¹⁵⁶ Asimismo, el dictamen estipula que la regulación entra en vigor el 23 de agosto, en las escuelas que así lo determinen, y se aplicará de forma obligatoria a partir del 11 de enero en todos los planteles educativos (www.cofemer.gob.mx).

¹⁵⁷ Coca-Cola finalmente estuvo de acuerdo con la nueva regulación y en agosto empezó una campaña publicitaria para anunciar cómo «Nosotros también hacemos lo que los papás dicen». Con ella buscan exponer su respeto a que los padres y tutores decidan lo que consuman sus hijos; así como reafirmar su compromiso para que la publicidad de sus productos no esté dirigida a menores de 12 años; y demostrar que sus bebidas no son ofrecidas en escuelas primarias, «a menos que las autoridades escolares o padres así lo soliciten» (anuncio publicado en *Reforma*, 2010-08-19).

a SEP y Ssa fomentar ejercicio para reforzar el «plan antiobesidad» (Vega, 2010-08-22).

Sobre la posibilidad de emitir algún listado de productos prohibidos-permitidos, Julio César Rocha (coordinador de Mejora Regulatoria Sectorial), planteó que la Cofemer no era la indicada «para decir qué alimentos van y qué alimentos no». Esa decisión está en el consumidor, la Cofemer sólo tiene la responsabilidad de establecer «criterios muy claros para que cada ciudadano sepa qué producto se ajusta o no se ajusta a los criterios» (entrevistado por Vega, 2010-07-30). Pese a tal afirmación, la Ssa actuó en sentido contrario. En septiembre de 2010 publicó una lista de productos industrializados que estarán permitidos en las escuelas: galletas, dulces, pastelitos, chicharrones y palomitas de maíz (Vega, 2010-09-09). A pesar de que el listado fue ampliamente criticado por organizaciones antichatarra, por ser un engaño para los niños y padres de familia, al día siguiente fue engrosado. Se añadieron alimentos «altamente calóricos», pero en presentación “mini”: «En galletas, pastelillos, confites y postres se añadieron gomitas enchiladas con jugo de frutas, barras de cereal, colchones, panquecitos de naranja y conchitas Bimbo, así como las presentaciones mini de los chocorroles, gansitos y pingüinos» (Vega, 2010-09-11).

Con esto, la estrategia de gobierno quedaba clara. Independientemente de qué alimentos se expenden en las tiendas escolares, se quiere procurar que las empresas informen sobre el contenido calórico de sus productos; y que los padres asuman la corresponsabilidad de brindar a los niños una vida sana (mediante buena alimentación y ejercicio diario). Estas recomendaciones, como veremos con mayor detalle en el siguiente apartado, fueron criticadas por integrantes de organizaciones de consumidores, quienes las tildaron de «voluntaristas». Ello implica «suponer que como estos empresarios son muy buena onda y todos los papás van a tener la oportunidad de informarle a sus hijos de qué es sano y qué no, se soluciona el problema» (dicho de Daniel Gershenson, presidente de la organización Al consumidor; citado en Valle, 2020-01-11). A continuación analizaremos las voces de quienes se opusieron al resultado de este proceso de regulación. Voces críticas que hablan de los Lineamientos como un retroceso porque con ellos se favorece el

consumo de “comida chatarra” y se refuerza el ambiente obesogénico de las escuelas.

¿Regulación contra la obesidad o a favor del consumo?

Como ya lo habíamos anticipado, los intentos regulatorios del Estado (desde el ejecutivo y el legislativo) estuvieron vigilados por la “mirada fisgona” de organizaciones como El Poder del Consumidor (EPC). Si bien, el resultado del proceso de regulación estatal no satisfizo las demandas del campo de acción-saber crítico, sí contribuyó a armar la crítica antichatarra. Desde 2007, las acciones de EPC para promover la salud infantil, se encaminaron contra la calidad de alimentos con alto contenido en grasas y azúcares; así como contra el impacto de su publicidad en el público infantil. Desde entonces, la organización comenzó a construir un campo de acción-saber que sirviera de contrapeso a la industria productora de “alimento chatarra” para presionar a las autoridades. La intención era reglamentar su etiquetado además de prohibir la publicidad engañosa y su venta en las escuelas. En este proceso se fueron sumando prodestinatarios y se definieron sus contradestinatarios.

Los vaivenes del proceso regulatorio sobre la venta de comida chatarra en las escuelas, en los que “se adelgazó” el contenido de los Lineamientos presentados por los secretarios de salud y educación, se reflejan en las críticas de EPC y sus prodestinatarios. Si bien, al principio del proceso, el campo de acción-saber crítico manifestó su optimismo y beneplácito por el ataque a la venta de “comida chatarra”; al final, lo advirtió como un retroceso que sólo favoreció los intereses comerciales de la industria de alimentos y bebidas. Cuando, en febrero de 2010, el secretario de educación manifestó su preocupación sobre la obesidad infantil y se pronunció a favor de la regulación para expender “comida chatarra” en las escuelas, EPC lo interpretó como una «victoria de la sociedad civil y de los institutos de salud y

nutrición».¹⁵⁸ Pero tal optimismo fue fugaz. Ante el acercamiento del secretario de educación con la industria de alimentos y bebidas, la perspectiva del campo de acción-saber crítico se modificó. Vislumbró entonces que la SEP estaba actuando contra los intereses generales y contra el intento de la Ssa por sacar de las escuelas la “comida chatarra”. No obstante, como se apreció antes, el secretario de salud también matizó su perspectiva inicial –antichatarra– por una visión más mesurada que terminó favoreciendo a las empresas.¹⁵⁹ La entrada en escena de la Secretaría de Economía dio la pauta para que la crítica social reforzara su embate. Para EPC, la Cofemer, de ser un paradesinatario de ambos campos (del campo antichatarra y del de la industria de alimentos y bebidas procesadas), encargado de recoger la diversidad de opiniones sociales; se transformó en prodestinatario de las empresas. Opiniones favorables a los Lineamientos, según acusa la organización, fueron descartadas por la Cofemer debido a que afectaba el interés comercial de las empresas panificadoras, lecheras, refresqueras y botaneras.¹⁶⁰ Ello propició –según EPC– una «regulación a modo» (epc 1).

Desde un inicio, el Poder del Consumidor y sus prodestinatarios habían manifestado su preocupación sobre la permisividad de los Lineamientos, «ya que dejan a las industrias la posibilidad de eludir las restricciones con la simple modificación de las presentaciones de productos, aunque las frituras, dulces, pastelillos y demás

¹⁵⁸ En ese momento, Lujambio había apuntado la necesidad de generar tres estrategias a seguir para enfrentar el problema: la socialización en el aprendizaje de nuevas pautas de comportamiento; la activación física fuera y dentro de las escuelas y la regulación específica de alimentos (www.elpoderdelconsumidor.org).

¹⁵⁹ En marzo de 2010 el Secretario de Salud se pronunció a favor de eliminar la comida chatarra de las escuelas y propuso ampliar el horario escolar para incentivar la actividad física en los centros educativos (con ello, además, los niños tendrían la oportunidad de comer en las escuelas y mejorar la calidad de su nutrición) (Vega, 2010-03-25a). El que el secretario de salud opinara sobre cambios en el ámbito escolar, propiciaron tensión entre ambas dependencias.

¹⁶⁰ Ello se demuestra con los comentarios que EPC vertió contra la idea de considerar los jugos como alimentos líquidos: «Los jugos concentran las calorías de la fruta liberándolas de la fibra. Un niño puede comer una pera, difícilmente se comerá dos peras y media. Sin embargo, en un vaso de jugo podrá beberse las calorías presentes en 2 peras y media, alrededor de 145 calorías» (epc 7).

conserven altas concentraciones de grasa, azúcar y sal». Pero una vez que la Cofemer dictaminó la propuesta y la “enriqueció”, arremetió contra el Estado por su actitud violatoria de derechos (epc 1). Con ello –lamentaron integrantes de la crítica social–, se privilegió el interés de los empresarios:

Es vergonzoso que la autoridad en México siga sin entender sus funciones, se mantenga capturada y actúe en función de intereses privados que atentan directamente contra los derechos y el bienestar de los niños. Nuestro país no puede seguir siendo la gran excepción universal, donde el interés público brilla por su ausencia y los reguladores son rehenes de consorcios voraces e inescrupulosos. (Comentario de Daniel Gershenson, presidente de Alconsumidor; epc 1)¹⁶¹

La demanda de organizaciones sociales era que se eliminara la venta de comida chatarra en las escuelas y que se promoviera una campaña nacional alimentaria. Previendo un resultado desfavorable a sus demandas, desde enero de 2010, la crítica social señaló que si las autoridades solo emitían recomendaciones, le estarían «haciendo el juego a las corporaciones ya que [ello] les permitirá seguir convirtiendo a los niños en futuros adictos adultos a las grasas y el azúcar» (Simonnet, 2010-01-26) Lo que, finalmente, aprobaron las autoridades fue la promoción de alimentación sana y recomendaciones sobre la ingesta en las escuelas.

En el transcurso del proceso de regulación estatal (en el legislativo y el ejecutivo), el campo de acción-saber antichatarra ganó adeptos. Las voces críticas se sumaron contra la incapacidad del Estado por actuar en beneficio de la sociedad. Ante el *impasse* legislativo, organizaciones internacionales prodestinatarias de EPC se sumaron a la crítica social. En marzo de 2010, la Asociación Internacional para el Estudio de la Obesidad, denunció que la «falta de voluntad política» y la «complicidad de funcionarios con las empresas de productos ‘chatarra’» han ocasionado que el

¹⁶¹ En el mismo sentido se manifestó Alejandro Calvillo: «El debilitamiento paulatino de la regulación propuesta, a causa de las presiones empresariales, expresado en este momento por las recomendaciones emitidas por la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, es una manifestación más del privilegio que se le da a los intereses empresariales sobre los derechos esenciales de la infancia» (epc 7).

problema de obesidad infantil esté fuera de control en el país.¹⁶² Regular la venta de comida chatarra en las escuelas puede implicar un alto costo político ante la fuerte presión de empresas multinacionales. El presidente de esta organización con sede en Londres advirtió que:

Desde hace 15 años el gobierno sabía que el problema venía y no actuó por las implicaciones políticas de intervenir en contra de los intereses de las grandes empresas estadounidenses, que siguen desechando toda su comida nociva en México [...] Es una tragedia lo que está ocurriendo en México. Está demostrado que la obesidad le quita alrededor de 10 años de vida a los niños cuando llegan a jóvenes adultos (Philips James, entrevistado por Bugarin, 2010-03-05).

Otras organizaciones nacionales no se quedaron atrás y presentaron un Proyecto de Reglamento de Cooperativas Escolares. Ante la parálisis del gobierno federal, organizaciones antichatarra –específicamente, la Fundación Mídete– le hicieron «la chamba al Ejecutivo».¹⁶³ Hemos presentado un documento muy sólido jurídicamente, «a prueba de balas, para que no haya amparos», dijo Xiuh Tenorio, presidente de la Fundación. Presentado el 17 de febrero de 2010, por organizaciones sociales y académicos, en la propuesta plantearon la necesidad de eliminar los alimentos con cero nutrientes (como refrescos); especificar las porciones de alimentos según la edad; eliminar la publicidad al interior de los planteles; prohibir la venta de alimentos o productos que ofrezcan juguetes; así como prohibir que las empresas de alimentos hagan patrocinios a las escuelas a cambio de vender sus productos, estableciendo sanciones para quienes violen la normatividad: maestros, directores, funcionarios o empresas. Con esta propuesta –según Xiuh Tenorio – también se buscaba regular la venta en el perímetro de las escuelas: en los «puestos donde se vende desde dulces hasta drogas». Además de este

¹⁶² La ISADO (por sus siglas en inglés) agrupa a 10 mil especialistas y 52 organismos especializados de 56 países.

¹⁶³ La Fundación Mídete es una organización creada por el asambleísta Xiuh Guillermo Tenorio en 2007, para «posicionar a la obesidad y el sobrepeso como un factor de riesgo para la salud pública de los mexicanos» (www.medicinadigital.com).

reglamento, dijo el presidente de la Fundación Mídete, se debe promover un programa de educación sobre alimentación, establecer un programa de activación física de 30 minutos al día, así como garantizar agua potable en los bebederos de las escuelas (Valle, 2010-02-18).

Pese a las previsiones de sus impulsores, el proyecto de crear un Reglamento para las Cooperativas Escolares fue desechado por las autoridades. En palabras del Secretario de educación (Alonso Lujambio), debido a que «hay muchas escuelas que tienen una tienda concesionada» el reglamento de cooperativas no podría regularlas: «Necesitamos un paraguas más amplio que abarque a todas las tiendas, de todas las escuelas». La opción era expedir una serie de lineamientos generales; además de generar un acuerdo básico con la industria alimentaria. Con ello se podrá «construir un movimiento de consenso y acompañamiento social, incluso mediático, para luchar contra la obesidad infantil» (citas en Valle, 2010-02-26). Situación que, como ya vimos, no fue posible sin que se adelgazaran los Lineamientos.

Conforme avanzó el proceso de regulación estatal se fueron sumando diversas voces críticas a este campo (prodestinatarios); pero también se acumularon adversarios (contradestinatarios). Se construyó un escenario de confrontación entre quienes en abierta crítica a ciertas marca, defendían la intervención del Estado sobre el tipo de productos que se deben comercializar en las escuelas; y quienes se oponían a ello por considerar que la crítica a ciertas marcas no soluciona el problema de la obesidad infantil y quienes, además, advertían en el discurso de EPC una crítica sin propuestas de fondo. Ejemplo de las voces de quienes no concordaban con la crítica de EPC se escucharon en un foro organizado, el 19 de agosto de 2010, por el diario de circulación nacional El Universal (www.foros.eluniversal.com.mx).

Ahí, diversos cibernautas cuestionaron las estrategias de EPC por estar orientadas a «dar grandes golpes mediáticos al atacar a las marcas», pero no por generar discusión de fondo sobre hábitos alimenticios y actividad física. El «ataque» mediático de EPC es insuficiente –continúa el comentario–: «¿Por qué no enfocarse en los puestos callejeros, los hábitos de cocina en casa y la generación de espacio público?» En el mismo tenor, otros cibernautas criticaron los intereses de EPC quien, desde una perspectiva restrictiva y no formativa, sataniza ciertos alimentos al

designarlos como “comida chatarra”. Denominación que «científicamente no existe» porque, de hecho, «no hay alimentos buenos ni malos, únicamente hay dietas no balanceadas». En estas opiniones (contrarias al campo crítico) encontramos el eco de las voces de quienes, desde las empresas, defienden la libertad de decidir qué consumir, planteando que no hay alimentos malos, sino malos hábitos; por lo que, en todo caso, le toca a cada individuo, a cada familia, informarse y tomar la decisión “correcta”. Desde esta perspectiva, además, se defiende la autorregulación del mercado como un medio efectivo para combatir la obesidad infantil. Con ello –argumentan sus emisores– se avanza en una responsabilidad compartida entre el Estado, las empresas y la sociedad. Bajo esta lógica fue que, buscando anticiparse al proceso de regulación, el sector industrial impulsó un código de autorregulación sobre la publicidad de alimentos y bebidas para niños. Y si bien esta propuesta no frenó la regulación estatal, nos sirve para entender el tipo de regulación que los industriales buscan promover. Regulación que, como advertimos, se cristalizó en la normatividad “light”, tanto del proceso legislativo, como de la reglamentación del ejecutivo.

Diluyendo el «compromiso empresarial» con la responsabilidad de los consumidores

Ante el embate de una crítica social que apunta contra la «debilidad» de un Estado por ceder a la presión de la industria y contra los intentos «cínicos» de una industria que busca autorregularse; las empresas tratan de convencer a los paradedestinarios de lo contrario. El dispositivo ético de la RSE es un mecanismo retórico útil para ello. En este apartado examinaremos el uso de este dispositivo para menguar el posible impacto de la crítica social sobre las marcas de las empresas cuestionadas; y para revertir la «satanización» de la “comida chatarra”. Pero, como veremos, resulta interesante ver que en el uso de este dispositivo, las empresas –apelando a su «compromiso con los consumidores»– diluyen su responsabilidad con la de ellos.

Empresas como Bimbo y Coca-Cola fueron centro de atención durante el proceso de regulación estatal. Ambas empresas fueron “atacadas” por organizaciones como

EPC, bajo el argumento de que son *responsables* de que haya niños obesos en el país. La respuesta de estas empresas vino en dos sentidos. Por una parte, las compañías se empeñan en mejorar la calidad de sus productos, ofreciendo mayor variedad, con mejores ingredientes y con información para que los consumidores decidan cuál de ellos adquirir. Por otra parte, las empresas fomentan que sus consumidores tengan una vida sana: que coman bien y hagan ejercicio. Con esta respuesta, las empresas “le pasan” la responsabilidad a los consumidores. Son ellos los que deben decidir qué y cómo consumir. Son ellos los que deben hacer ejercicio y tener una dieta balanceada. Las empresas sólo son *responsables* de ampliar y mejorar la variedad de productos. Pero, para que los consumidores no se sientan solos y puedan asumir su responsabilidad, las empresas les “ayudan”. A aquellos que tienen posibilidades económicas, les dan recomendaciones para una buena nutrición y a quienes viven en precariedad económica les dan donativos para que puedan alimentarse sanamente. Asimismo, empresas como Bimbo y Coca-Cola, fomentan en las escuelas que los niños consumidores de refrescos, golosinas, panecillos y botanas, hagan ejercicio y complementen su dieta escolar de “comida chatarra” con comida nutritiva.

Veamos la forma en que estas empresas les pasan la estafeta de la responsabilidad a sus consumidores.

El osito Bimbo quiere consumidores responsables

Los expertos recomiendan consumir por lo menos 5 raciones de Frutas y Verduras al día. Con Fruty Snack de Marinela podrás obtener 1 ración de fruta por cada barra, de una manera práctica y deliciosa.

Boletín de Prensa de Marinela

El dispositivo de RSE del Grupo Bimbo es útil para responder y callar las voces de organizaciones anticorporativas como El Poder del Consumidor. Este dispositivo plantea como un «compromiso» central de la empresa su relación con los consumidores. Con la intención de satisfacer sus necesidades y gustos así como cuidar su salud y mejorar su calidad de vida; representantes de la empresa aseguran que la compañía se relaciona con sus consumidores mediante publicidad «basada en

la verdad» y presentada de «forma clara», con «etiquetas mucho más legibles y claras» (gb 2). Esta aseveración contrasta –por ejemplo– con la crítica desplegada por EPC en torno al «engaño integral» de Bimbo (véase capítulo 2). Como respuesta de Bimbo frente a la lluvia de denuncias sobre su pan integral, la empresa solicitó una reunión con la organización para analizar sus cuestionamientos. En ella –según lo reporta EPC– los representantes de Bimbo afirmaron que en caso de haber fallas en la declaración de ingredientes de los panes, las corregirán a corto plazo. Asimismo adujeron que Bimbo no engaña a los consumidores; que su pan integral está dentro de las tendencias del mercado ya que en todo el mundo se produce pan integral a partir de harina blanca refinada a la que se añaden reconstituyentes (epc 3).

Contrario a las críticas en su contra, para Grupo Bimbo es importante «cuidar el corazón de sus consumidores». Bajo la creencia de que los consumidores «desean que nuestros productos sean tanto sabrosos como nutritivos», la empresa busca mejorar la calidad de los contenidos. Su investigación y desarrollo se orienta hacia eliminar los ácidos grasos *trans*; reducir el contenido de azúcar, sal y grasa; fortificar con hierro algunos productos específicos para niños; o utilizar ingredientes funcionales (como un ingrediente reductor de colesterol en los panes). De igual forma y siguiendo los Lineamientos del gobierno federal, ha reducido las porciones de varios productos. En este punto cabe señalar que, si bien, Bimbo no participó de manera directa en la consulta pública de la Cofemer, sí lo hizo a través de ConMéxico. En ello siguió una estrategia de bajo perfil, que puede ser leída, al menos, de dos formas. 1) Como un intento por evitar la confrontación directa con sus críticos –especialmente con EPC– y, con ello, evitar el castigo social (boicots) y la pérdida de prestigio social.¹⁶⁴ 2) Como expresión de la convicción de la empresa de que la regulación estatal no llegaría a una prohibición, sino sólo a una recomendación. Como vimos, las normas aprobadas son, precisamente, eso: una

¹⁶⁴ Recordemos que Bimbo ya se había visto confrontada con EPC en torno al caso de los panes integrales. Sobre ello, la empresa había manifestado que la organización social estaba desinformando a los consumidores (véase capítulo 2).

recomendación. A ella se suma el dispositivo RSE de Bimbo y su disposición por autorregularse. Con ella, además, los consumidores tienen –según la empresa– el “poder” de decidir si quieren o no adquirir sus productos. La moraleja es sencilla: Si los consumidores de sus panecillos, golosinas o botanas son responsables –aunque sean niños– y si siguen los consejos del osito Bimbo, no tendrán problemas de sobrepeso u obesidad.

Es por ello que, mediante su dispositivo RSE, destacan el compromiso de la compañía con la salud de los niños. Ante la diversificación de críticas sobre los productos con altos contenidos calóricos, y como respuesta a la recomendación de la Organización Mundial de la Salud, Grupo Bimbo emprendió una campaña de mercadotecnia social (en comerciales televisivos, espectaculares, anuncios en radio y envolturas) para «promover 30 minutos de ejercicio al día» (gb 8).¹⁶⁵ En este esfuerzo por activar a la población infantil está, también, el Futbolito Bimbo que promueve en las escuelas del país.¹⁶⁶ Para reforzar este compromiso, y debido a que para la empresa «la educación es fundamental en la promoción de un estilo de vida saludable»; como parte de su dispositivo de autorregulación, Bimbo lanza mensualmente un folleto informativo, llamado Nutrinotas, el cual es enviado en forma impresa o electrónica, llegando, al año, a casi un millón de personas. También distribuyen pósteres sobre buena nutrición en 21,000 escuelas públicas y privadas en todo México. En sus Nutrinotas, Grupo Bimbo incluye textos informativos sobre, por ejemplo, la obesidad y el sobrepeso o la alimentación saludable en combinación con recetas o dietas que incluyen, obviamente, sus productos. Con esto, Bimbo busca crear estilos de vida saludables entre sus consumidores. Bajo el principio de que «no hay comidas buenas o malas, sólo costumbres alimenticias adecuadas o inadecuadas», la compañía pretende propiciar una dieta saludable, basada en «una

¹⁶⁵ En 2008 Grupo Bimbo formalizó (mediante una carta enviada a la Directora General de la Organización Mundial de la Salud, Margaret Chan) su compromiso de alinear su Programa de Salud y Nutrición a la Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud (gb 2).

¹⁶⁶ Torneo infantil, varonil y femenino, con el que –según la empresa– además de fomentar entre los niños la realización de actividad física, busca impulsar «valores fundamentales como son el respeto, el compañerismo, la disciplina y el trabajo en equipo» (gb 9).

gran variedad de alimentos de todos los grupos, cuidando siempre las cantidades adecuadas para cada individuo» (gb 7). Aunado a este compromiso con la niñez encontramos el brazo filantrópico del grupo. Con él la empresa busca que la población de bajos recursos, y en especial los niños, tengan oportunidades de desarrollo social y, con ello, puedan mejorar su alimentación... y, por qué no, que consuman sus productos; claro, combinados con una dieta balanceada.

Es así como, mediante su dispositivo RSE, la empresa del osito –bondadoso con niños y adultos– busca, por una parte, cuidar la salud de sus consumidores y, por la otra, silenciar las voces críticas en su contra. Veamos, ahora, otra empresa ampliamente criticada por las organizaciones anticorporativas que despliega su RSE como defensa ante la embestida de la crítica antichatarra.

Coca-Cola fomenta positivamente la responsabilidad de sus consumidores

En todas nuestras etiquetas, además de dar la información sobre el producto, transmitimos mensajes positivos, con lo cual buscamos alegrar a todas las personas.

*Industria Mexicana de Coca-Cola,
Informe de Responsabilidad Social 2007*

Como lo vimos en el episodio de conflicto sobre la venta de “comida chatarra” en las escuelas, Coca-Cola es otra de las empresas que pugnan por la autorregulación frente el embate de la crítica social. La retórica del campo de acción-saber antichatarra enfatiza los males que la empresa ha generado en la salud de México:

Si un producto en específico ha contribuido de manera significativa al deterioro de los hábitos alimentarios en México y a sus consecuencias, desde sobrepeso y obesidad hasta anemia y malnutrición, es el refresco Coca Cola. Somos el país con el mayor consumo de este producto en el mundo y el segundo en sobrepeso y obesidad. Los mexicanos somos los que más calorías consumimos a través de bebidas en el mundo. A la vez somos testigos del alto consumo en niños de pecho desnutridos que beben Coca Cola en su biberón en el sur del país, de niños con anemia bebiendo altas cantidades de refresco en el norte del país, de los niños en las escuelas con alto índice de

sobrepeso y obesidad hidratándose con estas bebidas azucaradas. (Dicho de Alejandro Calvillo, epc 6)

Mediante protestas públicas y contracampañas EPC multiplica sus denuncias contra la refresquera. La organización se lanza contra el uso de un edulcorante prohibido en EU; denuncia las prácticas monopólicas de la empresa; exhibe el fraude que la empresa hace a sus trabajadores; y revela la colusión de las autoridades para no prohibir la venta de refrescos en las escuelas.¹⁶⁷ No obstante, frente a estas críticas –que presentan una imagen sumamente negativa de la empresa–, en la retórica de Coca-Cola se afirma que la compañía le apuesta a que sus consumidores vivan positivamente; para ello apela a su dispositivo de RSE.

Bajo el lema «Viviendo positivamente es un compromiso para que la sustentabilidad forme parte de nosotros y de todo lo que hacemos», la empresa busca marcar la diferencia en su forma de trabajar para contribuir al desarrollo social, el equilibrio ecológico y para propiciar una vida activa y saludable (cc 1). Ante la crítica social en su contra, por ser una de las empresas que más contribuye a incrementar la tasa de sobrepeso y obesidad entre la población infantil mexicana, Coca-Cola apela a crear «nuevas forma de pensar» para promover un estilo de vida saludable y activo. Desde una perspectiva «positiva» y propositiva –y no restrictiva como la de EPC– Coca-Cola quiere fomentar un consumo responsable. La empresa ofrece un «portafolio de productos» en el que incluye «opciones que contribuyen a mantener adecuados

¹⁶⁷ En agosto del 2007 EPC denunció la presencia del edulcorante ciclamato de sodio en Coca Zero. Aunque Coca Cola argumentó que era totalmente seguro, meses después lo sustituyó. En el mismo año EPC congratuló a la Comisión Federal de Competencia (Cofeco) por la multa contra prácticas monopólicas de Coca-Cola, tras comprobar que estaba realizando contratos de venta exclusiva de sus productos en tiendas de abarrotes en toda la República, con el fin de desplazar a la competencia. EPC denunció que la empresa The Coca Cola Export Corporation, desde hace 20 años, viene defraudando a sus trabajadores al no otorgar en forma completa el reparto de utilidades. Finalmente, sobre el programa Movimiento Bienestar (lanzado por Coca-Cola al interior de las escuelas con el apoyo de la ex secretaria de educación), EPC presentó un documento de la propia empresa con el que mostraba este programa como una estrategia para posicionar sus productos entre los escolares; ello, a pesar de que la empresa, a escala internacional, se había comprometido a no promocionar sus productos a personas menores de 12 años (epc 6).

niveles de peso corporal, así como bebidas fortificadas que, por ejemplo, cubren déficits vitamínicos o apoyan aspectos específicos, como la salud de las articulaciones. Con ello, argumentan los representantes de la refresquera, los consumidores podrán elegir lo que mejor les conviene (cc 1).

En contraste con lo planteado por el campo de acción-saber crítico, la empresa quiere que sus consumidores estén sanos –¡claro, para que sigan consumiéndolo!, dirían los críticos. Por ello es que Coca-Cola «cuenta con una larga historia de fomento a las actividades físicas y los estilos de vida saludables». A lo largo de su trayectoria –enfatisa–, ha puesto en marcha programas como el Movimiento Bienestar, «una estrategia a largo plazo para procurar el bienestar emocional y físico» de trabajadores y consumidores; el Programa Apúntate a Jugar, que la compañía realiza desde 2007, para fomentar la activación en estudiantes mexicanos; así como la Copa Coca-Cola que impulsa a jóvenes futbolistas (cc 1, cc 2).¹⁶⁸ Con esto, la refresquera quiere promover un estilo de vida saludable. El objetivo no es que la población deje de consumir cierto tipo de bebidas, sino que tenga una dieta equilibrada, complementada con actividad física.

Ante las cifras por todos conocidas –«cerca del 70% de los mexicanos son obesos o tienen sobrepeso» reverbera la empresa–, Coca-Cola le apuesta a que los consumidores de sus productos, además de tener una alimentación balanceada, hagan ejercicio. La empresa enfatiza la importancia que «la actividad física desempeña en la prevención de la obesidad y las enfermedades crónicas como la diabetes, los padecimientos cardiovasculares y diferentes tipos de cáncer cuya incidencia ha aumentado en los últimos años y preocupa a las autoridades

¹⁶⁸ El Movimiento Bienestar (iniciado en 2007) busca, entre otros objetivos –proporcionar orientación alimentaria, informar sobre la importancia de la hidratación y promover el bienestar emocional–, fomentar la actividad física en las escuelas (Coca-Cola, la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte y la SEP implementaron el programa Zafos no jugar). La Copa Coca-Cola es, según la empresa, el torneo de fútbol intersecundarias en las ramas varonil y femenil más importante de México (cc 2).

sanitarias» (cc 1).¹⁶⁹ El objetivo de Coca-Cola es crear consumidores responsables que puedan «disfrutar» sus bebidas. Esto es, consumidores que tengan una alimentación balanceada y que hagan ejercicio. Consumidores que puedan «elegir la bebida de su preferencia» sin que eso les implique un riesgo para su salud. La responsabilidad de la empresa para lograr tal cometido tiene tres vertientes. La primera le implica elaborar productos de calidad: «refrescos, aguas, tés, bebidas bajas en calorías o con cero calorías, energéticas, deportivas, sin gas y vitaminadas, además de jugos y néctares que hidratan, nutren y benefician a personas de todas las edades y estilos de vida». La segunda conlleva impulsar la actividad física entre sus consumidores. La tercera busca fomentar una alimentación balanceada a través de dos vías: la información y la filantropía. Información nutrimental para quienes tienen la posibilidad de consultar y seguir sus recomendaciones. Combate a la desnutrición, mediante su brazo filantrópico, para aquellas comunidades marginales o de bajos recursos económicos. Con estos dichos y acciones Coca-Cola intenta bajar el volumen de la voz crítica a la par que busca frenar la regulación estatal. En resumidas cuentas, el argumento de Coca-Cola puede parafrasearse de la siguiente forma: la crítica social miente y busca aprovecharse de cualquier situación para que las piezas se acomoden a su favor; mientras que la regulación estatal es innecesaria debido al compromiso de la empresa por autorregularse.¹⁷⁰

¹⁶⁹ En 2007, meses antes de que iniciara el proceso regulatorio estatal sobre la venta de “comida chatarra” en las escuelas, la refresquera firmó un acuerdo con la Secretaría de Educación Pública, las compañías embotelladoras asociadas y la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade) para promover la actividad física en más de 4,000 escuelas públicas primarias del país.

¹⁷⁰ Vale mencionar la opinión desplegada en un boletín de prensa de Coca-Cola sobre las actividades de EPC: «no se trata de la protección del interés público, sino de un evidente interés de tomar ventaja aprovechando la situación». Ello en alusión a la crítica de la organización contra la campaña publicitaria de Schwepes en Reino Unido –durante el brote de la influenza AH1N1 (bautizada como “gripe mexicana”)–, en la que mostraba a una persona con sombrero de charro dentro de un vagón de Metro totalmente vacío y a la gente viéndolo desde fuera con temor (epc 6).

Narrativas sobre el riesgo: Obesidad, hábitos alimenticios y “comida chatarra”

Analizando este episodio de conflicto, vimos la confrontación de dos campos de acción-saber en torno a la regulación de la venta de “comida chatarra” en las escuelas. Dos campos con perspectivas no sólo disímiles, sino hasta contradictorias. Una apela al control externo (del Estado), otra al autocontrol (de las empresas y los propios consumidores). Pero, pese a estas distinciones, también hay coincidencias. Ambos campos comparten la misma preocupación: los riesgos a la salud por la ingesta excesiva de grasas y azúcares. En lo que enunciadores y destinatarios de ambos campos coinciden es en la necesidad de atender la «epidemia del sobrepeso y la obesidad» y, con ello, solucionar el problema económico que le implica al gobierno y a la sociedad atender las enfermedades derivadas.

Al Estado le preocupa, sobre todo, el gasto que implica atender esa epidemia: «Hay países del mundo donde los sistemas de salud han quebrado porque ya no aguantan la presión de las complicaciones de las enfermedades crónicas, y la forma que tiene la progresión de la diabetes y las complicaciones en México nos hace temer que esto pudiera darse en un futuro no muy lejano» (dicho del Secretario de Salud citado por Vega, 2010-03-25b). El gasto anual del gobierno para atender de forma directa las enfermedades asociadas a la obesidad es de 42 mil millones; a lo cual se deben sumar los 25 mil millones por los días laborales perdidos por incapacidad. Cifras que se pueden duplicar en diez años si no se atiende el problema. En 2008, el Secretario de Salud manifestó la urgencia de «incidir en la obesidad ya que en México entre ocho y diez por ciento de las muertes prematuras, es decir, las personas que mueren antes de los 75 años, se debe a consecuencias de la obesidad, problema que tiene un costo anual para el sector salud de 55 mil millones de pesos». En ello coinciden analistas: Los niños obesos «son una bomba de tiempo para el gobierno»; el presupuesto se diluye en los gastos para atender diabetes, hipertensión y enfermedades cardiovasculares (García de León y Delaunay, 2008-08-11).¹⁷¹

¹⁷¹ En 2003 la Organización Mundial de la Salud (OMS) lanzó la primera alarma al identificar la obesidad como una enfermedad, aconsejando regular el contenido de los alimentos procesados. En México no es sino hasta 2006, con los «alarmantes resultados» de la Encuesta Nacional de Salud,

Con esta preocupación –compartida por el Estado, las organizaciones críticas y las empresas– se teje una narrativa sobre el riesgo (económico y de salud) que implica el sobrepeso y la obesidad. Los campos de acción-saber retoman las estadísticas que el Estado elabora. La epidemia del sobrepeso y la obesidad afecta al 70% de los mexicanos así como a 26% de los niños de cinco a once años y que, de no detenerse, puede reducir la expectativa de vida ganada en tres generaciones. Ambos campos recurren a la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006, para llamar la atención sobre el asunto: Uno de cada cuatro alumnos de primaria presenta obesidad o sobrepeso; mientras que entre la población de 12 a 19 años, uno de cada tres lo presentan. En total, cuatro millones de niños padecen obesidad en el país; de continuar esta tendencia, en 10 años el 90% de los mexicanos padecerán este mal.

Pero, mientras los agentes confrontados coinciden en estos datos –difícilmente podría ser de otra forma–, el manejo de esta información varía. El campo antichatarra enfatiza que conforme los niños avanzan en la primaria, ganan más kilos: la escuela convierte a uno de cada dos niños en obesos porque en ella los infantes consumen alimentos con bajo valor nutricional y alto contenido calórico. Desde el campo de acción-saber crítico, el problema de la obesidad infantil es el alto contenido de azúcar, grasas y sal que consumen los niños en las escuelas, la llamada comida chatarra. En contraste, en el campo de acción-saber industrial el problema radica en la falta de información y educación; así como en los malos hábitos de vida y alimenticios.

En estos diferentes acentos narrativos, se entrelazan las “soluciones” que en cada campo se plantea. A continuación veremos dos de ellas. Una tiene que ver con la aseveración, desde el campo crítico, sobre la adicción a la comida chatarra; situación que justifica, como solución del problema, el control estatal sobre su venta

cuando se comienza a hablar de este problema. La encuesta reveló que el 70% de la población total tiene problemas de peso, 40% obesidad y 30% sobrepeso, por ello, se empezó a hablar de epidemia, ya no sólo de enfermedad. Desde 1999 la tasa de obesidad infantil, en menores de cinco a once años de edad, incrementó 33% (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

en las escuelas. Otra se relaciona con la solución que, mediante la normatividad blanda, la industria y el gobierno dieron a la venta de refrescos y bebidas *light* en las escuelas.

Porque no puedes comer sólo una... La adicción a la comida chatarra

Nuestro trabajo presenta la evidencia más completa de que la obesidad y la drogadicción están basadas en los mismos sistemas neurobiológicos. Paul J. Kenny

Haciendo eco de investigaciones como la presentada por Paul J. Kenny y Paul M. Johnson en la revista científica *Nature Neuroscience* (núm. 13, marzo 2010) sobre la relación entre obesidad y drogadicción; la crítica social enfatiza que la comida “chatarra” es altamente adictiva.¹⁷² La respuesta a por qué este tipo de alimentos, los menos recomendables para la dieta infantil, son los que más se publicitan y los que llenan las cooperativas escolares está en su carácter adictivo –se afirma en el campo crítico. La *adicción* a los alimentos que representan un daño para la salud puede ser controlada por la voluntad de un adulto pero no por un niño; ellos simplemente obedecen a sus deseos o ansiedad por consumir algún «producto densamente energético disfrazado de sabor» (Calvillo, 2010-01-17). Sobre el argumento de la industria a favor de que los consumidores sean los que decidan libremente qué producto adquirir, la crítica social objeta al explicar que los niños no tienen la posibilidad de descartar tales productos porque con ellos se enerva su voluntad. Por más información que se les brinde, los niños-adictos seguirán consumiendo “chatarra”; tal como pasa con los adictos a las sustancias tóxicas. En general, los adictos saben que tales sustancias son nocivas, pero su tóxico-dependencia les impide alejarse de ellas.

¹⁷² En su investigación, Kenny y Johnson aseguran que: «la obesidad puede ser una forma de comer compulsivamente. Otros tratamientos en desarrollo para otras formas de compulsión, como la adicción a las drogas por ejemplo, podrían ser muy exitosos en el tratamiento de la obesidad» (Allen, 2010-03-29).

Al ingerir alimentos altos en azúcares, grasas y sal –destaca la retórica crítica– se produce un aumento de endorfinas –químico producido por el cerebro que produce placer–; ello también genera la necesidad de querer consumir más. Así se crea la adicción. Según el campo crítico, la industria procesadora actúa de manera premeditada en contra de la salud de los niños y la población. Su estrategia es «añadir sal a algún alimento rico en azúcar y grasa» para poderle «añadir más azúcar sin que se detecte un sabor demasiado dulce». Ello, dicen, propicia la adicción a tales productos. La comida chatarra es tan adictiva como la morfina, la heroína o la cocaína –concluye esta retórica (Calvillo, 2010-01-17).

La voz de quienes demandan la regulación estatal para prohibir la venta de alimentos procesados y bebidas azucaradas en escuelas, equipara la ingesta de “comida chatarra” como un problema de salud pública tan grave como la drogadicción:

Sí se puede quitar (la comida chatarra), pero es una lucha continua a la que nos tenemos que enfrentar porque la normatividad está muy abierta y se deja a la elección de los alumnos; pero ante el problema de salud pública que tenemos con los jóvenes no se puede dejar a su elección. Es como el problema de las drogas, no lo podemos dejar a la elección del muchacho, se le tiene que quitar de raíz. (Dicho de una inspectora escolar, citada por Valle, 2010-01-17)

Desde esta perspectiva, pese a que los niños y jóvenes sigan los consejos del Osito Bimbo para tener una vida positiva al estilo Coca-Cola, llena de sonrisas tipo Sabritas, no dejarán de ser adictos a la “chatarra”. Pese a que hagan ejercicio y coman frutas y verduras, la adicción los perseguirá de por vida... serán adultos obesos con menos esperanza de vida que un niño sano –no adicto. Por ello, la “solución” para este campo de acción-saber es que el Estado prohíba, mediante una regulación dura –jurídica–, la venta de estos productos en las escuelas así como su publicidad para el público infantil.

A pesar de estos argumentos, la regulación estatal fue en sentido contrario. Los poderes ejecutivo y legislativo se “conformaron” con una regulación blanda que recomendara a las empresas mejorar sus contenidos y reducir sus presentaciones;

que estableciera la obesidad y el sobrepeso como un problema de salud pública; y que estipulara que las autoridades competentes deben vigilar –pero no prohibir– la venta de los criticados productos en las escuelas. Cuando pudieron eliminar la venta de bebidas con alto contenido de azúcares –como jugo, yogur, leche saborizada o bebidas de soya– no lo hicieron. Con la reforma a la Ley de Salud, los legisladores pudieron haber cambiado la caracterización de tales bebidas para que dejaran de ser consideradas como alimentos líquidos y que, con ello, no se vendieran en las escuelas. No obstante, la presión de la industria rebasó las “buenas intenciones” de los legisladores.

Ahora bien, si reflexionamos sobre la solución propuesta por el campo crítico, no podemos dejar de preguntarnos si es la prohibición de “comida chatarra” la solución para enfrentar el riesgo que implica la obesidad y el sobrepeso. ¿Acaso la prohibición estatal frenará los intereses económicos de esa potente industria? Retomando el símil de la adicción, así como la prohibición de las drogas no ha sido la solución para tan complicado problema; tampoco parece que la prohibición de “comida chatarra” sea un remedio viable. Después del proceso regulatorio, la crítica social tendrá que pulir su retórica y sus justificaciones para enfrentar, de una manera más efectiva, el avance de la industria de alimentos procesados y bebidas azucaradas. Si bien, en este episodio de conflicto la crítica social ha sido desarmada, también ha sentado las bases para que ésta rearticule su retórica antichatarra.

Si el agua es poca... toma una Coca

Dado que el agua no es la única fuente de hidratación, en Coca-Cola ofrecemos una amplia gama de bebidas –tés, refrescos, jugos, bebidas deportivas, funcionales y energizantes, así como opciones bajas en calorías o sin ellas– adecuadas a cada consumidor y cada momento.

*Industria Mexicana de Coca-Cola
Informe de Responsabilidad Social 2007*

La venta de comida chatarra, la falta de agua potable y las pocas horas de ejercicio son, según un estudio del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), factores que favorecen la obesidad en niños (Vega, 2010-01-27). Pese a las buenas intenciones

de los gobernantes –tanto el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria, como la propuesta de reforma del senado, plantean la necesidad de que en cada escuela del país haya bebederos de agua potable–; las condiciones socioeconómicas y la disposición política para mejorar la infraestructura educativa muestran lo contrario. En las escuelas no se favorece el consumo de bebidas saludables porque –según informa el INSP– el 50% de los centros educativos no tiene agua potable (Vega, 2010-01-28). Los programas gubernamentales actuales apenas se dan abasto para implementar o mejorar, aunque de manera insuficiente, la raquítica o inexistente infraestructura escolar. Sobre todo en las entidades más pobres del país –Chiapas, Veracruz, Guerrero y Oaxaca–, estos programas están enfocados en mejorar las escuelas, donde las hay, dotándolas desde pizarrones y computadoras, hasta techos y pisos de cemento (INCIDE Social, 2009).

Ante este panorama, cubrir necesidades como abasto de agua potable o acceso a espacios recreativos adecuados, rebasan la capacidad o imaginación gubernamental. Ahí es donde embona a la perfección la justificación para que las refresqueras sigan comercializando sus productos. ¿Qué líquido consumirán los niños de esas escuelas? Jugos, néctares, tés, bebidas sin gas y, por supuesto, una Coca –aunque sea *light*. La industria refresquera como Coca-Cola es consciente de la carencia de agua en el planeta. Por eso ofrece «productos que hidratan y nutren», productos que alivian la sed de quienes no tienen agua potable. De esta narrativa abrevan ambos campos, el de la crítica social y el de la RSE. Las organizaciones anticorporativas auguran un árido futuro si la industria refresquera continúa extrayendo y comercializando el agua del planeta. En contrasentido, esta industria augura un futuro optimista, lleno de sonrisas y oportunidades, si se aprovecha de manera sustentable el recurso hídrico.

Si, como plantea Coca-Cola, «el agua es la vida del planeta» (cc 1); la falta de agua es la vida de la industria refresquera en México. Gracias a esta carencia, en las escuelas y comunidades mexicanas donde no hay disponibilidad de agua potable, adultos y niños consumen refrescos. Por ello no es raro que en México el refresco se consuma como líquido vital: un habitante bebe un promedio anual de 160 litros. De hecho, México ya es el país donde se consume más Coca-Cola. Ello le reporta a esta

industria ventas anuales de 12,700 millones de dólares (García de León y Delaunay, 2008-08-11).

Pero, pese a la falta de agua pueda beneficiar a la empresa refresquera, también es cierto que los riesgos globales de desabasto de agua en un futuro próximo también han hecho que la industria, en general, y Coca-Cola, en particular, busque «devolverle al planeta el agua que se usa para elaborar los productos». De ahí que la empresa esté uniendo fuerzas con organizaciones como el *World Wildlife Fund* (WWF) para promover el buen uso del agua. Buen uso como el que, por supuesto, esta empresa tiene –según su dicho– con la lógica triple-erre: reducir-reciclar-reponer. Lograr un manejo eficiente del agua en sus operaciones mundiales (reducir); reciclar aguas residuales para regresar al medio ambiente toda el agua que se utiliza; así como desarrollar proyectos sociales para proteger y preservar los recursos naturales de agua, así como proporcionar acceso al agua potable (reponer).¹⁷³

Con esta narrativa la industria refresquera, en voz de Coca-Cola, si bien no se complace del “desastre” de que regiones enteras –en México y el mundo– no cuenten con agua potable, sí aprovecha ello para extender su mercado. El que sus productos sean, literalmente, la “última Coca del desierto”, le da a las refresqueras control sobre una población sedienta; pero también las hace ser parte del riesgo globalmente compartido de la escasez del recurso hídrico. Riesgo que, no obstante, comparten con mayores ventajas que las poblaciones que padecen cotidianamente la falta de agua potable. Las vastas regiones marginadas que conforman las *wastelands* del capitalismo, sufren con mayor rigor tal desabasto. En esas regiones es donde las multinacionales, frente a Estado débiles, advierten una oportunidad de negocios. La inversión en países pobres y emergentes es para los gigantes industriales una oportunidad para extender su dominio capitalista. Como es obvio, el que las grandes multinacionales inviertan en los mercados más pobres del mundo, no implica una actitud filantrópica o caritativa, sino una visión de negocios. Los

¹⁷³ Desde 2005 Coca-Cola desarrolla un programa para de implementar nuevos modelos de gestión de cuencas en México (como la cuenca San Pedro Mezquital o la cuenca del río Grande). En él se involucran gobiernos, sector privado y comunidades.

pobres en el mundo «son angustiosamente numerosos»; situación que, no obstante, puede ser rentable para las multinacionales que ahí decidan invertir (Prahalad y Hammond, 2007):

Al estimular el comercio y el desarrollo en la base de la pirámide económica, las multinacionales podrían mejorar radicalmente las vidas de miles de millones de personas, y ayudar al establecimiento de un mundo más estable y menos peligroso. Alcanzar esta meta no requiere que las multinacionales encabezen iniciativas globales de desarrollo social por razones caritativas. Sólo necesitan actuar en su interés propio, porque existen enormes beneficios de negocios que obtener ingresando a los mercados en desarrollo. (Prahalad y Hammond, 2007: 47)

Esto nos muestra cómo los agentes capitalistas dependen de los no-capitalistas para reproducir su lógica de acumulación (Sanyal, 2007). Con ello, si bien se estaría promoviendo el “desarrollo” de regiones consideradas como redundantes (*wastelands*), no se deja de lado que dentro de estas regiones se reproduzca el binomio acumulación-desigualdad del capitalismo. Ahí están, entre otras industrias, las grandes refresqueras “aliviando” la sed de poblaciones que no tienen acceso al agua potable. Esta industria se presenta como solución para los problemas del mundo subdesarrollado; un mundo donde el Estado ha sido incapaz de garantizarle a su población el abasto de agua potable... situación que, pese al optimismo o miopía gubernamental, amplias regiones de México comparten. De igual forma que ante el desabasto de agua los productos ofertados por la industria refresquera son la mejor solución para una población sedienta y un Estado desecado; ante el desabasto de alimento la industria agrobiotecnológica se presenta como la solución para una famélica población y un desnutrido Estado.

Efectos de poder del dispositivo RSE de Bimbo y Coca-Cola

Según las hipótesis planteadas, con el dispositivo ético de responsabilidad social las empresas buscan *frenar* las demandas de la crítica social anticorporativa y *eliminar* la regulación estatal. Este dispositivo les sirve para mostrarse públicamente como «ciudadanas responsables» y como agentes que promueven el bienestar social; como

configuraciones regidas por una ética propia. Bajo esta lógica la regulación estatal resulta redundante y hasta contraproducente. Los casos analizados confirman que, ante la amenaza de regulación estatal –prohibir la venta de “comida chatarra” en las escuelas y su publicidad– la industria de alimentos procesados y bebidas azucaradas apela a la autorregulación ética. La regulación del Estado, no obstante, no desaparece. Como parte de las tendencias de la nueva gobernanza global, el Estado se suma a la normatividad blanda para no entorpecer el desarrollo económico. Pese a que en el primer impulso los agentes gubernamentales habían sido enérgicos al plantear la prohibición –a toda costa– de tales productos en las escuelas; al final, el proceso legislativo y la regulación del ejecutivo favoreció el interés industrial. La normatividad, conformada por una serie de recomendaciones y un listado de preocupaciones sobre la salud de los niños y adolescentes, no prohibió la venta en centros educativos de bebidas azucaradas –excepto los refrescos– como tampoco botanas, panes, galletas y golosinas.

Ante esto, y frente a la reacción de la crítica social, las empresas se «comprometen» a mejorar sus productos y reducir porciones; además de que apelan a la responsabilidad de los consumidores. Los niños y padres de familia deben ser responsables de tener una dieta balanceada (que incluya, por supuesto, sus productos) además de hacer ejercicio. Con ello –aseguran industriales y gobernantes– se combatirá la obesidad y el sobrepeso de niños y jóvenes. La RSE de estas empresas está en sintonía con la regulación *light* del Estado. La prohibición, implicada en una normatividad dura, no es la solución. La idea es que las empresas mejoren sus productos y que los consumidores no sustituyan una dieta sana con botanas, galletas o golosinas, sino que la complementen; además de que incrementen su actividad física.

El problema de esta “solución” –revira la crítica social– se presenta cuando la población marginada consume sólo comida chatarra porque es más barata y quita el hambre; o cuando los padres o tutores no están interesados o no tienen las posibilidades de crear en sus hijos estos hábitos. Además, las organizaciones anticorporativas desconfían de las “buenas intenciones” de las empresas; ellas sólo están interesadas en hacer más dinero. ¿Por qué mejorarían la calidad de sus

productos si esto les implicará mayores gastos y menores ganancias? Como el Estado no prohibió la venta de “comida chatarra”, para la crítica social, las cosas siguen igual: las escuelas continuarán siendo «fábricas de niños obesos».

Una confrontación similar la encontramos, como veremos en el siguiente capítulo, en el episodio de conflicto sobre la prohibición o liberación de semillas y productos transgénicos en México. Se lanzan argumentaciones opuestas entre organizaciones antitransgénicas, organismos gubernamentales y la industria agrobiotecnológica. En ese caso, a diferencia del aquí analizado, el Estado mexicano reforzó su derecho duro. Si bien, con ello, atendió una de las demandas centrales de la crítica anticorporativa (incrementar el control estatal sobre el mercado), también le abrió la puerta a los transgénicos y, en especial, a la industria transnacional. Ello es valorado de forma positiva –desde la agroindustria– por sus beneficios económicos y ambientales; pero también es despreciado –desde la crítica social– por los riesgos a la salud humana, el deterioro del medioambiente y la devastación de la economía campesina.

Capítulo 4. Monsanto en México: RSE y promoción de la biotecnología agropecuaria

En el capítulo anterior, veíamos el uso del dispositivo de RSE como un mecanismo de autocontrol de la empresa para justificar el freno a la regulación estatal; y también como un mecanismo que promueve el autocontrol de los consumidores. En ello encontramos un efecto del dispositivo de RSE. Pero recordemos que, como hipótesis de esta investigación, este dispositivo ético es también concebido como un mecanismo de legitimación social de las prácticas capitalistas. Pero, ¿por qué una empresa debe justificarse ante la sociedad? No sólo porque con su actividad refuerza la desigualdad socioeconómica –situación intrínseca a la lógica capitalista–, sino porque su actividad resulta polémica para algún sector social. Por eso es que en el capítulo anterior exploramos el conflicto en torno a la venta de “comida chatarra” en las escuelas. Ahí, el dispositivo RSE fue útil para que la industria de alimentos procesados y bebidas azucaradas justificara su permanencia en las escuelas pese a la polémica social sobre el riesgo a la salud de los niños.

En este capítulo exploraremos otro episodio de conflicto, donde se enfrenta la visión promotora contra su detractora en torno al uso de biotecnología en la producción agrícola. Como veremos, esta nueva tecnología ha despertado las más crudas críticas; similares –para algunos– a las generadas en la revolución industrial. Específicamente analizaremos la disputa desencadenada por la legislación sobre bioseguridad en México. En este escenario se enfrentaron dos campos de acción-saber: el de la industria agrobiotecnológica y el de la crítica social anticorporativa. Y si bien, el resultado del proceso legislativo favoreció a la industria al abrir la puerta a las semillas transgénicas, la crítica social difundió una imagen negativa de las empresas semilleras. Tal es el caso de Monsanto, empresa líder en la producción de semillas, pero también en acumular contradestinatarios. Y como la imagen pública importa para que las empresas extiendan su control sobre el mercado; el uso del dispositivo RSE parece ser un mecanismo útil para reconstruir la imagen social de una controvertida empresa.

En los siguientes apartados examinaremos el uso de este dispositivo ético frente al escenario adverso que construye su crítica social; así como las relaciones que Monsanto (como enunciador) entabla con sus prodestinatarios y paradestinatarios. Veremos cómo, no sin tropiezos, la primera década del nuevo siglo, los pasos de Monsanto en su carrera biotecnológica se convirtieron, en aceleradas zancadas. Por una parte, buscó apoyo gubernamental, respaldo científico y anuencia de los productores; y, por la otra, se empeñó en desacreditar a su crítica social agudizando la ofensiva en episodios de conflicto como el de la legislación mexicana sobre bioseguridad.

El análisis presentado no pretende iluminar “la verdad” sobre la bioseguridad de los organismos genéticamente modificados, sino alumbrar las versiones que de ella tienen dos campos de acción-saber contrapuestos –esto es, sus *veridicciones*.¹⁷⁴ Por una parte, el que involucra a la industria biotecnológica agrícola (Monsanto y AgroBio) y, por otra, el que está integrado por organizaciones ambientalistas que critican la producción transgénica (particularmente, Greenpeace). En el análisis del conflicto en torno al uso de OGM en México escucharemos las distintas argumentaciones; le daremos la palabra a los diversos agentes involucrados: organizaciones sociales críticas, agentes gubernamentales y empresarios. Quienes avalaron la legislación sobre el uso de estos organismos al presentarla como una alternativa para la sustentabilidad alimenticia y la biodiversidad; así como, quienes estuvieron en contra criticándola por ser una reglamentación perjudicial para la soberanía nacional, el equilibrio ecológico y la seguridad alimentaria, pero favorable a de empresas multinacionales, como Monsanto –de ahí que la denominaran “Ley Monsanto”.

¹⁷⁴ Estas versiones de “su verdad” es lo que, como vimos en la introducción, Foucault identificó como *veridicciones*. No tienen que ver con la existencia de una verdad *en sí*, sino con la forma en que los sujetos sociales construyen el saber (como juegos de verdad) en las relaciones de poder que permean todo el tejido social.

Nueva gobernanza global: gubernamentalización de la sociedad y el mercado

En el proceso legislativo sobre bioseguridad empresas y organizaciones críticas construyeron retóricas para sus distintos destinatarios. Las empresas y las organizaciones críticas buscaban reforzar el apoyo de sus prodestinatarios así como convencer a los indecisos (paradestinatarios) a que se sumaran a su campo de acción-saber. Los contradestinatarios de la industria agrobiotecnológica conforman el campo de acción-saber de la crítica social antitransgénica. Es un grupo conformado por organizaciones ecologistas que, según Monsanto, «se oponen a la biotecnología agrícola» citando o tergiversando «objeciones relacionadas con la inocuidad y objeciones filosóficas»; pero que suelen estar alejadas de «la verdad» (mon 1). Ellas son las que difunden información en su contra. Pero no es a ellas a las que la multinacional quiere convencer de lo contrario, sino a los paradestinatarios. Con el dispositivo RSE –cimentado en recursos éticos, medioambientales, filantrópicos, y de derechos humanos–, busca reafirmar la creencia de sus prodestinatarios –aliados gubernamentales y empresariales– e intenta persuadir a los paradestinatarios –agencias reguladoras internacionales, gobiernos y posibles clientes–; al tiempo que deslegitima la crítica de sus contradestinatarios (véase figura 4.1).

Como parte de la reconfiguración de la nueva gobernanza global –con la desestatización del gobierno y la gubernamentalidad de la sociedad y el mercado–, el Estado se convierte en un paradestinatario que, finalmente, tomará partido por alguno de los enunciadores (empresas u organizaciones críticas). La denuncia central de la crítica social es que, en este episodio de conflicto, el Estado tomó partido por el campo agrobiotecnológico; favoreciendo, con ello, a Monsanto y sus prodestinatarios. Veamos, enseguida, cómo se entretajeron estas relaciones durante el proceso legislativo sobre bioseguridad en México.

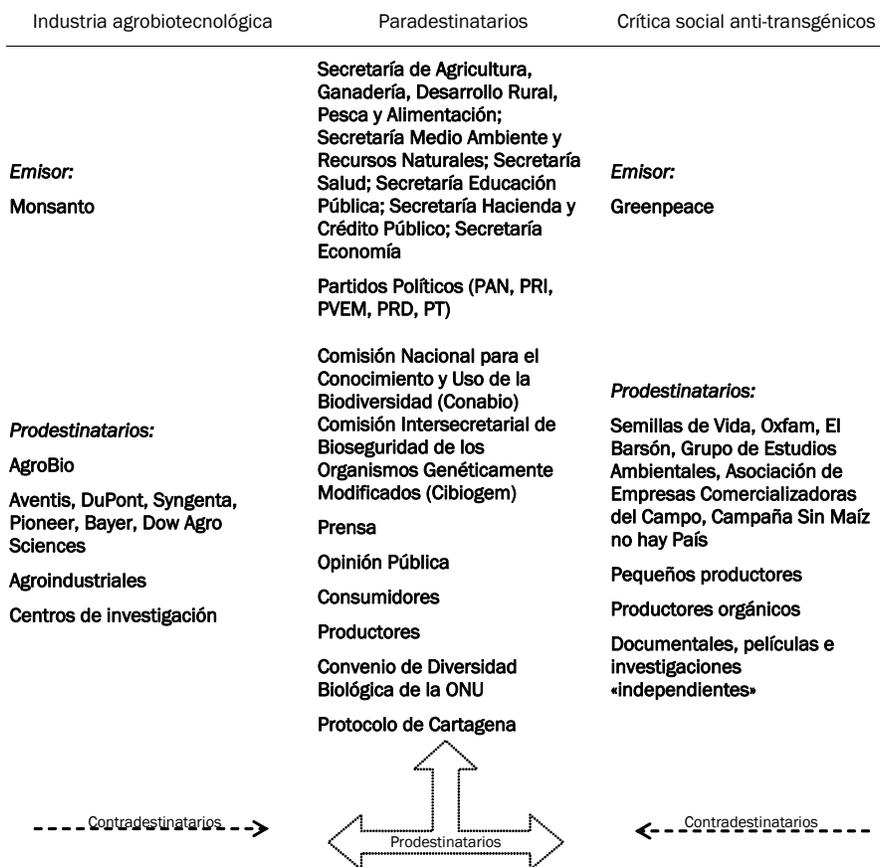


Figura 4.1 Relación entre enunciadores y destinatarios cada campo de acción-saber

Legislación sobre Bioseguridad y Organismos Genéticamente Modificados

Ante el avance de las aplicaciones biotecnológicas en la producción agropecuaria, a principios del nuevo siglo, el gobierno mexicano se vio en la necesidad de legislar al respecto. Con la entrada en vigor, en diciembre de 1993, del Protocolo de Cartagena –firmado en el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica de Naciones Unidas–, se sentaron las bases, en la agenda internacional, sobre la seguridad de la biotecnología.¹⁷⁵ El gobierno mexicano firmó el Protocolo en 2000 y lo ratificó en el

¹⁷⁵ Según el Protocolo de Cartagena sobre seguridad de la biotecnología, la seguridad de la biotecnología «atañe a la necesidad de proteger la salud humana y el medio ambiente frente a posibles efectos adversos de los productos de la moderna biotecnología»; ello con el fin de aprovechar

2003; y para seguir lo estipulado por el Protocolo, comenzó un largo proceso legislativo. La primera iniciativa sobre bioseguridad y OGM fue propuesta, en un primer momento –en 2002–, desde la Cámara de Senadores (con impulso de científicos e industriales del ramo) por el legislador del PRD Rodimiro Anaya, presidente en aquel entonces de la Comisión de Ciencia y Tecnología del Senado.¹⁷⁶ Ahí, sin siquiera darle lectura, fue aprobada por unanimidad. Tal iniciativa fue turnada a la Cámara de Diputados donde –en diciembre de 2004– se redactó un dictamen al cual, según acusaron sus críticos, en último momento se le agregaron argumentos favorables a la industria. Dictamen que, no obstante, fue aprobado por mayoría (con votos de PAN, PRI y PRD). Pese a su aprobación, el dictamen votado en la Cámara de Diputados el 15 de diciembre de 2004, generó controversias al interior de los partidos; particularmente en el principal partido opositor de izquierda (PRD).

La crítica social que había desencadenado el proyecto de dictamen, hizo que varios diputados de ese partido lo objetaran. Situación que, sin embargo, no generó una postura unificada; ello se hizo evidente con el voto a favor de 31 diputados y 1 senador (Hernández, 2005-03-08). No obstante, los posicionamientos individuales en su contra continuaron. El legislador perredista, Adrián Chávez, criticó que el dictamen aprobado en el Congreso había sido modificado a última hora para incluir argumentos impulsados por Monsanto, Aventis, DuPont, Syngenta, Pioneer y el

el «gran potencial» que tiene esta tecnología para «promover el bienestar de la humanidad, particularmente en cuanto a satisfacer necesidades críticas de alimentación, agricultura y cuidados sanitarios» (CDB, 2000).

¹⁷⁶ En 1999 el PVEM había ya propuesto una iniciativa de ley sobre bioseguridad; misma que no prosperó. En ese año se efectuaron las primeras acciones gubernamentales sobre el tema; con ello también se posicionó la crítica social antitransgénica en el debate público. La cuestión de los transgénicos empezó a ser discutida en los medios de comunicación; se creó, por decreto presidencial, la Comisión Intersecretarial de Bioseguridad (Cibio gem) como encargada de los asuntos relacionados con los OGM; Conacyt y Conabio prepararon un informe sobre biotecnología agrícola; el gobierno federal definió una moratoria de facto para los experimentos de maíz transgénico; Greenpeace denunció la presencia de maíz transgénico en México; se aprobó, en el Senado, una iniciativa de reforma a Ley de Salud para incluir etiquetado obligatorio a los alimentos elaborados con OGM (misma que se quedó en el tintero) (Colín, 2008-05-13).

Consejo Coordinador Empresarial (Garduño y Méndez, 2004-12-14). Ello porque, según el dicho de otro diputado del partido de izquierda PT, Joel Padilla Peña, «los poderes supranacionales» que se impusieron a la hora de redactar la iniciativa y el dictamen de ley «están interesados en que se apruebe una ley débil y flexible, que les arroje enormes ganancias financieras con la biotecnología, concediéndole poca importancia a los impactos ambientales, sociales y económicos. Ese es el interés verdadero de las empresas como Monsanto, Novartis, Aventis y DuPont: liberar, producir, importar y exportar productos transgénicos a nuestro país» (citado por Garduño y Méndez, 2004-12-15).

Pese a esta tenue oposición, finalmente el dictamen de ley fue regresado al Senado para su aprobación final en febrero de 2005. La ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados (LBOGM) fue criticada por tener «graves omisiones» en, al menos «dos temas trascendentales»: el etiquetado de productos derivados de transgénicos (artículo 101) y la falta de mecanismos para hacer que las empresas respondan por afectaciones a terceros (artículo 121). Al respecto, senadores de todas las fracciones parlamentarias (PAN, PRI, PRD y PVEM) habían presentado propuestas para mejorar el artículo 101, a fin de «garantizar el etiquetado de transgénicos y sus derivados así como el derecho de los ciudadanos a elegir sus alimentos»; y el artículo 121, estableciendo «un régimen de responsabilidad objetiva» para garantizar que quienes utilicen organismos genéticamente modificados reparen los daños que puedan generarse. Estas recomendaciones, no obstante, fueron desestimadas porque el pleno las consideró improcedentes «por procedimiento».¹⁷⁷

El 2 de mayo de 2005 entró en vigor la LBOGM; misma que fue reglamentada tres años después (el reglamento de la LBOGM entró en vigor el 24 de marzo de 2008).

¹⁷⁷ Ante ello, GPM hizo notar la incongruencia de apelar al *procedimiento*, cuando el dictamen no había sido elaborado conforme al mismo: «El dictamen con el cual se aprobó la ley Monsanto no fue elaborado por los senadores. Ninguna de las comisiones involucradas en la dictaminación –Estudios legislativos segunda, Ciencia y tecnología y Medioambiente– se reunieron previamente para elaborarlo. El propio presidente de la comisión de ciencia y tecnología, Armando Chavarría, cuestionó en el pleno varias veces ¿quién elaboró el dictamen?, sin obtener respuesta alguna. Pese a esta grave irregularidad, la mayoría del senado votó a favor de la ley Monsanto» (gpm 7).

Ese reglamento fue criticado por el campo antitransgénico por haber sido «elaborado a puertas cerradas» y porque «retoma y empeora todos los aspectos negativos de la ley, para facilitarle a las transnacionales los trámites para vender sus semillas transgénicas en el país, legalizando así la contaminación» de las mismas (Ribeiro, 2008-03-29). Ante la publicación de este “nocivo” reglamento –se aseguraba en el campo de acción-saber crítico–, la «única posibilidad» de contrarrestar la «contaminación genética» masiva era elaborar un régimen de protección especial de maíz sustentado en el principio precautorio (Ampugnani, 2008-04-08). Esta única posibilidad de salvación, no obstante, se desvaneció cuando el gobierno federal modificó la LBOGM para incluir este régimen como parte del propio reglamento.

En 2009 las autoridades mexicanas eliminaron la necesidad de establecer un Régimen Especial de Protección al Maíz, al incorporarlo en el propio reglamento de la ley (Ribeiro, 2009-03-14).¹⁷⁸ Mediante un Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 7 de marzo, se reformaron, adicionaron y derogaron diversas disposiciones del Reglamento de la LBOGM.¹⁷⁹ Ello puso fin a la moratoria establecida en 1999, posibilitando la siembra experimental de maíz en el norte del país. Pese a las denuncias de la crítica social –sobre la debilidad del Estado frente al

¹⁷⁸ En abril de 2008, la Sagarpa había presentado las disposiciones del Régimen de Protección Especial del Maíz. Éstas fueron criticadas por GPM debido a que eran sólo elementos jurídicos que omitían determinar los centros de origen y evitaban establecer un sistema de biomonitoreo y seguimiento de transgénicos en el ambiente.

¹⁷⁹ El Decreto derogó el artículo transitorio del Reglamento de la LBOGM, el cual ordenaba la publicación de un Régimen de Protección Especial al Maíz con el fin de preservar las variedades de maíz existentes en todo el país, así como establecer los centros de origen y diversidad de este grano. En su lugar –en el artículo 73– se implementó una estrategia de comunicación y consulta pública –en la página electrónica del Sistema Nacional de Información sobre Bioseguridad de la Cibogem– sobre los casos que se someterían a un proceso de autorización. En este decreto quedó estipulado que las secretarías de Agricultura y de Medio Ambiente serían las encargadas de establecer las medidas de bioseguridad «caso por caso». Situación que, según GPM, favorece a las semilleras (gpm 7).

chantaje de Monsanto– finalmente se aprobó la siembra experimental de maíz transgénico.¹⁸⁰

Después de que la industria presentara nuevas solicitudes sobre las que –siguiendo las modificaciones al reglamento– se hizo una consulta pública por Internet, y se autorizó el cultivo no comercial de 25 variedades de maíz transgénico en el valle del Yaqui, Sonora; Culiacán y Los Mochis, Sinaloa; así como en el norte de Tamaulipas.¹⁸¹ Esto, aseguró Fabrice Salamanca (director de AgroBio –asociación que aglutina a empresas como Monsanto, Bayer, Syngenta y DuPont, principales representantes de la industria biotecnológica–) favorecerá la producción tecnificada en el norte del país, haciéndola más competitiva: «Basta ver la región fronteriza de Tamaulipas para darnos cuenta de la diferencia que existe entre los productores que solamente están divididos por el río Bravo, ya que mientras ellos utilizan maíz transgénico y con menos gastos, los productores mexicanos batallan». Con liberalización de los transgénicos, esta situación cambiaría, favoreciendo la producción mexicana. En el mismo sentido se manifestó Perfecto Solís Alanís, presidente de los productores de maíz en Tamaulipas: «No es posible que durante muchos años los productores gringos estén produciendo maíz y frijol con semillas

¹⁸⁰ Para Greenpeace «la violación a la Ley de Bioseguridad habla de un intento desesperado de las autoridades mexicanas por cumplir con las exigencias de la industria biotecnológica para liberar su maíz transgénico en el centro de origen del maíz. Las autoridades han caído en el chantaje de las empresas transnacionales, como Monsanto, que amenazan con no invertir 200 millones de dólares en investigación del uso de su biotecnología en nuestro país, cuando ni duplicando esa suma se podrá reparar el grave daño a la humanidad por permitir la contaminación de nuestro maíz» (Aleira Lara, Coordinadora de la campaña de Agricultura sustentable de Greenpeace México; gpm 7).

¹⁸¹ Cuando el gobierno federal publicó este decreto, Monsanto anunció que incrementaría 40% su inversión en México para desarrollar maíz transgénico. Monsanto invirtió 300 mil dólares en la primera etapa de experimentación; y, como es obvio, de ello espera incrementar sus ingresos (Chávez, 2009-05-20). Monsanto invierte en México 10 millones de dólares al año en productos híbridos (es decir, aquellos que son enriquecidos con sus propios genes) (Martínez, 2009-02-17). La empresa desarrolla híbridos mejorados en México desde finales de los ochenta, con el trabajo de más de 50 investigadores mexicanos. Sus centros de investigación están ubicados en Jalisco, Nayarit y Guanajuato (Chávez, 2008-09-02).

modificadas, las cuales después venden a México, y a los productores nacionales se les haya negado el uso de estos productos» (citados en Notimex, 2009-04-12).

El 26 de enero de 2010 la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), organismo dependiente de la Secretaría de Salud (SSa), expidió las autorizaciones sanitarias para la importación y comercialización en México de ocho variedades genéticamente modificadas de maíz, algodón, soya y alfalfa para su uso y consumo humano y animal, así como para su procesamiento industrial.¹⁸² Con esta aprobación, ya son 77 las variedades biotecnológicas autorizadas para su consumo en México; mismas que empezaron a ser autorizadas desde 1995. Debido a que las Secretarías de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) y de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) no han autorizado la siembra de transgénicos en México, estas autorizaciones son sólo para importar y comercializar tales productos para su uso y consumo en México.¹⁸³ Con ello, si bien se da un paso importante, el presidente de AgroBio lamenta que en México todavía no se permita la siembra comercial de transgénicos. Ello –dice– genera déficit productivo e incremento de las importaciones de Estados Unidos y Canadá (AB 1):

México tiene que importar cada año 10 millones de toneladas de maíz, principalmente transgénico, desde los Estados Unidos, lo que representa una tercera parte del total del consumo nacional. El rechazo a la adopción de la biotecnología en México, que ha demostrado ser segura y benéfica para los agricultores, sólo nos vuelve más dependientes al tener que importar el maíz de otros países por no poder producirlo en México. (AB 8)

¹⁸² Cuatro variedades de maíz (dos de Monsanto, una de Syngenta y una de Dow AgroSciences y Monsanto), dos de algodón (una de Bayer CropScience y una de Syngenta), una de soya (de DuPont Pioneer) y una de alfalfa (de Monsanto).

¹⁸³ Los organismos genéticamente modificados han sido utilizados «regularmente», dice AgroBio, «dentro de la cadena agroalimentaria mexicana desde hace más de una década y sirven como insumos para la elaboración de alimentos procesados de consumo humano cotidiano y para alimentos balanceados en la industria pecuaria» (AB 1).

Esto, según remarca Salamanca, contrasta con lo proyectado por las potencias emergentes –China e India–, donde ya se «están desarrollando cultivos transgénicos para su consumo interno, lo que reducirá los mercados potenciales de exportación de Europa y Norteamérica» (AB 3). Por ello es que el campo de acción-saber agrobiotecnológico vio en la LBOGM un primer paso para que los productores mexicanos pudieran competir en el mercado mundial.

Empero este optimismo no es del todo compartido por organizaciones gubernamentales. A decir de los integrantes de la Cibiogem, la obtención de permisos para la liberación de semillas genéticamente modificadas (en sus tres fases: experimentación, prueba piloto y comercialización) es un proceso sumamente complicado. La LBOGM es una de las regulaciones más duras en el mundo. Los laboratorios (públicos o privados) que quieran comercializar sus semillas deben cubrir «demasiados requisitos». Ello se ha traducido en un obstáculo para que los laboratorios públicos obtengan permisos y autorizaciones; a lo más que llegan es a dar aviso del manejo confinado de OGM.¹⁸⁴ Empresas como Monsanto, DuPont, Bayer, Aventis, Dow Agro Sciences y Syngenta son las que tienen mayores posibilidades de cubrir las exigencias legales para comercializar sus semillas patentadas. Entonces, pese a que se autorice la siembra comercial de transgénicos, la dependencia a compañías extranjeras continuará.

Esto nos muestra que, independientemente de la injerencia o no de las transnacionales, el resultado de este proceso legislativo benefició a la industria agrobiotecnológica y reforzó la dependencia a las empresas extranjeras. Cabe mencionar que si alguna de estas empresas obtiene el permiso para iniciar la experimentación y las pruebas piloto requeridas; es casi imposible que no obtenga la autorización para su comercialización. La experimentación y el pilotaje están a cargo de la propia empresa; quien entrega los resultados a la dependencia gubernamental correspondiente (Sagarpa, Semarnat o Salud) para su evaluación y visto bueno final –el experimento y la prueba piloto no son replicados por las instancias gubernamentales o por una tercera parte no interesada. Ello garantiza que las

¹⁸⁴ Información obtenida en Día de Puertas Abiertas de la Cibiogem (10 de septiembre de 2010).

empresas entreguen resultados “limpios” para que las autoridades, finalmente, los avalen.

Control y legitimación: relación de los enunciadores con sus destinatarios

La crítica antitransgénica habla del control de Monsanto como un «nuevo colonialismo» o un «neofeudalismo». Monsanto –dicen sus críticos– está extendiendo su control (social, económico y político) no sólo en sus relaciones comerciales en el mercado global; sino también en la arena estatal, promoviendo leyes favorables a su expansión; e, incluso, en el campo social, donde crea o apoya económicamente a organizaciones sociales y académicas, nacionales e internacionales, que respaldan su dicho. Por su parte, Monsanto y sus prodestinatarios arguyen que Greenpeace busca controlar a la opinión pública desinformándola sobre los efectos de la biotecnología agrícola.

En este apartado distinguiremos las relaciones que, en sus respectivos campos de acción-saber –agrobiotecnológico y antitransgénico–, Monsanto y Greenpeace establecen con sus destinatarios: organizaciones sociales, empresas, gobiernos, agencias internacionales, consumidores, prensa y opinión pública. Asimismo, veremos cómo se entreteje la retórica entre ambas partes: entre quienes apoyan la producción transgénica y quienes la repudian.

Biopiratería: Monsanto y los productores agrícolas

El campo de acción-saber antitransgénico critica a Monsanto por querer controlar al ser humano a partir de su alimentación; mediante la producción de semillas transgénicas, pero también con la privatización de prácticas agropecuarias.¹⁸⁵ Una de las estrategias de Monsanto –según sus críticos– es amenazar a productores

¹⁸⁵ Esta crítica se ilustra con el dicho de un agrónomo argentino entrevistado por Robin (2008): « Las semillas son el primer eslabón de la cadena: quien controla las semillas controla la oferta de alimentos y, por tanto, a los seres humanos».

sospechosos usar semillas patentadas sin haber pagado por ellas (en una especie de biopiratería). Mediante métodos de control identificados como «la policía de los genes», la empresa busca cobrarle regalías a todo aquél productor que siembre o tenga en sus campos de cultivo alguna semilla patentada; con esto, además, Monsanto trata de controlar que los campesinos, como lo dijera su presidente y director –Hugh Grant–, no guarden semilla de una cosecha para la siguiente. La advertencia es clara en el *Manual de uso* que Monsanto da los productores que compran su semilla:

Si Monsanto piensa razonablemente que un productor ha plantado semillas guardadas de su cosecha y que contienen la característica genética, entonces Monsanto pedirá las facturas y si no, verificará de otra manera que los campos han sido sembrados con semillas compradas recientemente. Si no se proporciona esta información en un plazo de treinta días, Monsanto inspeccionará y hará pruebas en todos los campos del productor para determinar si ha plantado semillas salvaguardadas. (Robin, 2008: 308)¹⁸⁶

Para extender su control social sobre los agricultores, además de estas tácticas, a finales de los noventa la empresa de Missouri buscaba controlar el propio ciclo reproductivo de las semillas. En 1998 la empresa Delta & Pine obtuvo la patente de «control de la expresión vegetal» de los genes; técnica que permite modificar a las plantas para producir granos estériles, con lo que se le impediría a los agricultores volver a plantar una parte de su cosecha. Esta tecnología, designada por sus críticos como «Terminator», empujó a que Monsanto buscara adquirir la empresa de Mississippi. Organizaciones ecologistas se movilizaron en su contra para evitar el uso de las semillas Terminator.¹⁸⁷ Ante la presión social ejercida, en octubre de 1999,

¹⁸⁶ Cabe mencionar que «Monsanto utiliza 75 empleados y un presupuesto anual de 10 millones de dólares con el único fin de investigar y enjuiciar productores. Hasta ahora, esta empresa ha demandado a productores en 25 de los 50 estados de EU. La sentencia legal promedio en contra de los productores y a favor de Monsanto es de 412 mil dólares. En una demanda judicial, la empresa le ganó más de 3 millones de dólares a un grupo de productores de Texas» (gpm 7).

¹⁸⁷ En 2006 había más de 300 organizaciones registradas en contra de las semillas Terminator. En mayo de 2007 ya eran más de 600. Algunas de estas organizaciones son: Greenpeace, Vía

Monsanto se comprometió públicamente a no comercializar tales semillas (gpm 7). Asimismo, y ante la controversia desatada entre los Países Parte, en el año 2000, el Convenio de Diversidad Biológica de la ONU (CDB) adoptó una moratoria de facto sobre el uso de tecnologías de semillas estériles –también conocidas como Tecnologías de Restricción del Uso Genético (TRUG). No obstante, en el marco de la reunión de alto nivel del CDB –en Curitiba, Brasil (del 20 al 31 de marzo de 2006)– Monsanto matizó su compromiso anterior. Mantendría esta tecnología fuera de los cultivos alimenticios, abriendo así «la posibilidad de usar esta tecnología en algodón, tabaco, cultivos farmacéuticos y pastos». Monsanto afirma que con las nuevas versiones de las TRUG «no descarta el desarrollo potencial y uso de algunas de esas tecnologías en el futuro», estudiando los riesgos y beneficios de esta tecnología «caso por caso» (gpm 7). Lo que la semillera explora es la creación de una tecnología que permita «crear variedades en las que la semilla resultante no fuese estéril, pero que no portara el rasgo biotecnológico» (Mon 1).

Según Monsanto, el control sobre la “piratería” de su semilla mejorada con tecnología patentada, afecta su inversión en investigación y desarrollo. El cobro de regalías, además de significarle una ganancia –arguye–, ayuda a promover más investigación para proveer de semillas mejoradas que afronten los riesgos del calentamiento global. Más adelante veremos cómo Monsanto, mediante el brazo filantrópico de su RSC, busca atenuar las críticas en contra del cobro de patentes mediante programas sociales para países y productores pobres.

Finalmente, cabe mencionar que la acusación de piratería circula en doble vía. Mientras Monsanto demanda a los productores agrícolas el pago de regalías por el uso de semillas patentadas; organizaciones sociales antitransgénicas (como Greenpeace) califican las acciones de la multinacional también como biopiratería. Éste es el caso de lo acontecido en la India, donde Monsanto extrajo una variedad de trigo –que había sido desarrollada por granjeros indios para mejorar la calidad de su

Campesina, Friends of Earth, Oxfam, Comercio Justo México, Third World Network (lista disponible en www.banterminator.org/endorsements).

pan—, registrándola en mayo de 2003 bajo el nombre de *Chapati Chor*. Después de protestas y de la oposición legal impulsada por Greenpeace (desde febrero), en octubre de 2004 «la Oficina Europea de Patentes (EPO, por su sigla en inglés) revocó la patente que había otorgado para la variedad de trigo indio Nap Hal» a Monsanto. La acción de Monsanto, según el doctor Ashesh Tayal, consejero científico de Greenpeace India, «fue claramente un intento de biopiratería de Monsanto y pudo haber establecido una nueva y peligrosa tendencia. La revocación de la patente en su totalidad refuerza la victoria para los granjeros de la India y es una lección para aprender que nosotros necesitamos ser mucho más proactivos para proteger nuestro conocimiento tradicional» (gpm 7).

Estado mexicano: ¿sucursal de Monsanto?

Como vimos con las críticas desplegadas en el episodio de conflicto sobre la legislación de la bioseguridad de los OGMs, la influencia de Monsanto en los gobiernos es otra de las denuncias de sus contradestinatarios. En el campo de acción-saber antitransgénico se denuncia el control que tiene la agroindustria, en especial Monsanto, sobre el gobierno y la sociedad civil.

Con la estrategia de «puertas giratorias» (*revolving doors*) —argumentan los críticos— hay un intercambio entre ex funcionarios gubernamentales y directivos de la empresa. El objetivo de esta contratación combinada es favorecer los intereses de la empresa en las decisiones gubernamentales. Tal es el caso, en EUA, de ex empleados de Monsanto contratados por la agencia de protección ambiental (*Environmental Protection Agency-EPA*) y la de administración farmacéutica y de alimentos (*Food and Drug Administration-FDA*). Pero este fenómeno no sólo ocurre en el vecino país del norte. También sucede en México, donde a organizaciones críticas han denunciado «el cinismo con que funcionarios públicos usan ‘la puerta

rotatoria' para pasar de puestos gubernamentales a cargos en estas empresas» (gpm 7).¹⁸⁸

Al respecto, directivos de Monsanto reconocen la estrategia de la puerta giratoria, pero afirma que ello no obedece, como dicen los críticos a «la colusión entre Monsanto y el gobierno»; es simplemente un comportamiento *natural* en los mercados de trabajo. Por «la simple verdad» de que «la gente con frecuencia cambia de trabajo para encontrar puestos que concuerden con sus experiencias, capacidades e intereses. Tanto el sector público como el privado se benefician cuando los empleadores tienen acceso a gente con la mejor experiencia y las mejores calificaciones». Por ello, continúa la retórica de Monsanto, «es perfectamente entendible que alguien dentro del gobierno que haya concluido que la biotecnología es una tecnología positiva y benéfica pase a trabajar para una compañía de biotecnología, al igual que alguien que piense de manera diferente y encuentre empleo dentro de una organización que se oponga a la biotecnología agrícola (Mon 1).

El campo antitransgénico también critica el control social de la industria biotecnológica para crear organizaciones que, simulando ser “ciudadanas” –entre comillas para enfatizar el engaño–, buscan favorecer los intereses comerciales del sector:

Las compañías transnacionales fundan organizaciones ‘civiles’ como AgroBio para defender sus intereses comerciales y participar como ‘ciudadanos’ en órganos como el CCM [Consejo Consultivo Mixto de la Cibiogem], mientras funcionarios de gobierno actúan como empleados de dichas compañías, anteponiendo los intereses corporativos privados al bien común. Exfuncionarios públicos de alto nivel trabajan para estas compañías: el ejemplo más claro es el de Fernando Lerdo de Tejada ex procurador federal del consumidor y actual director de la agencia Estrategia total que encabeza las campañas de relaciones públicas y cabildeo de Monsanto. (Adelita San Vicente, julio de 2009; gpm 7)

¹⁸⁸ Dicho de Cati Marielle del Grupo de Estudios Ambientales (GEA), organización integrante de la campaña Sin país no hay maíz.

El control de la industria sobre el gobierno y la sociedad, según sus críticos, se ilustra con la labor de la Comisión Intersecretarial de Bioseguridad de los Organismos Genéticamente Modificados (Cibiogem).¹⁸⁹ Cuando el gobierno federal modificó el reglamento de la LBOGM al eliminar la necesidad de tener un régimen de protección de maíz para aprobar la siembra experimental del mismo, Greenpeace y otras organizaciones denunciaron la colusión gubernamental con la industria biotecnológica. De acuerdo a denuncias de Greenpeace, en marzo de 2009, pese a que la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio) recomendó tener cautela en la liberación del maíz transgénico; el gobierno federal eliminó las barreras legales para autorizar las solicitudes de las empresas semilleras.¹⁹⁰ Para facilitar esta acción, el gobierno federal obtuvo el respaldo de la secretaría ejecutiva de la Cibiogem. Ello desencadenó un desencuentro con esa comisión intersecretarial. Greenpeace y otras organizaciones ecologistas –Asociación de Empresas Comercializadoras del Campo (ANEC), Grupo de Estudios Ambientales (GEA) y Semillas de Vida–, que formaban parte del Consejo Consultivo Mixto (CCM), renunciaron al mismo, denunciando la «evidente» tendencia de la Cibiogem a «cumplir con los intereses de la industria biotecnológica» y a descuidar la bioseguridad de nuestro país (gpm 7).¹⁹¹ Con su renuncia, las organizaciones

¹⁸⁹ La Cibiogem, órgano del Poder Ejecutivo Federal, está integrada por los titulares de las Secretarías de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Medio Ambiente y Recursos Naturales; Salud; Educación Pública; Hacienda y Crédito Público; y la de Economía; así como por el director general del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Esta comisión intersecretarial (que agrega a casi todas las secretarías de Estado) cuenta con un secretario ejecutivo designado por el presidente de la República; así como con el apoyo de tres órganos técnicos consultivos: el Comité Técnico, el Consejo Consultivo Científico y el Consejo Consultivo Mixto.

¹⁹⁰ El titular de la Conabio –José Sarukhán– alertó al gobierno federal sobre «el desafío de liberar maíz genéticamente modificado en las actuales situaciones de control no garantizadas, ya que no se cuenta con un sistema de monitoreo eficaz y eficiente que sea capaz de abordar complicaciones y complejidades de una situación como la que se presenta» (citado en gpm 7, boletín del 27 de enero de 2010).

¹⁹¹ El CCM está conformado por representantes de asociaciones, cámaras o empresas de los sectores privado, social y productivo (www.cibiogem.bog.mx).

buscaban, por una parte, develar la costosa «farsa» de una participación confabulada y, por la otra, fortalecer su imagen pública como defensoras del bien colectivo:

Esta renuncia obedece a la gran responsabilidad ciudadana que para nosotras significa la representación social, no podemos estar fingiendo una participación, nuestro deber hacia nuestro país y los miles de ciudadanos que nos han manifestado su oposición a la introducción de maíz transgénico nos obliga hoy a renunciar públicamente a esta encomienda. Hoy la pregunta es si es justo mantener aparatos tan costosos sólo para justificar una supuesta participación. No queremos ser parte de esta farsa y mucho menos cometer algún ilícito. (Comentario de Adelita San Vicente, de Semillas de Vida, 18 de marzo de 2009; gpm 7)

En julio siguiente, cuando la CibioGem publicó una convocatoria para cubrir los lugares dejados por las organizaciones disidentes, GPM y sus prodestinatarios reforzaron su campaña de desprestigio contra tal Comisión. Argumentaron que el CCM y las organizaciones que respondieron a su convocatoria le estaban haciendo el juego al poder Ejecutivo para «simular la participación ciudadana» y, con ello avalar sus decisiones en materia de bioseguridad. Decisiones que –acusaron– desprotegen el medioambiente, la salud humana y animal, la soberanía alimentaria, los derechos de los agricultores y los recursos fitogenéticos de la Nación (gpm 7).

Al respecto, Reynaldo Ariel Álvarez Morales (secretario ejecutivo de la CibioGem) lamentó las acusaciones que Greenpeace y Semillas de Vida hicieron sobre la relación “sumisa” de la Comisión con la industria biotecnológica. Ello –dijo– crea un ambiente de desconfianza que no contribuye a generar información fidedigna sobre la siembra de OGM. «Lo que nosotros queremos» aseguró el secretario, es «abrir la experimentación para encontrar resultados y tomar las mejores decisiones» (citado por Regil, 2009-04-14). Y, si bien –aseveró Álvarez–, «en la CibioGem no somos promotores de la biotecnología[...], sí creemos en darle una oportunidad a esta tecnología[...] merecemos la oportunidad de probar que el país no quiere ser libre de transgénicos porque esta tecnología sí tiene un potencial extraordinario». Para el secretario ejecutivo de la CibioGem, la oposición de organizaciones como GPM es respetable, pero lamentablemente porque –dice– no está sustentada en información científica. Además, es una opinión no generalizada; es la opinión de «unos cuantos

que publican», pero no es la «opinión pública» (comentarios en el Día de Puertas Abiertas, 10 de septiembre de 2010).

Este desencuentro explica que en la siguiente convocatoria las organizaciones críticas ya no estuvieran interesadas en participar en el CCM. En la reconfiguración del CCM, el «sector social» quedó “representado” por organizaciones alejadas del campo de acción-saber crítico; por organizaciones que, incluso, se caracterizan por tener fuertes vínculos gubernamentales o partidistas. Un ejemplo lo tenemos con la Confederación Nacional Campesina de Indígenas y Productores Rurales, A.C., la cual ha crecido gracias al apoyo del gobierno federal. En 2004, esta organización había sido considerada como «pequeña».¹⁹² No obstante, con el respaldo gubernamental –desde entonces es beneficiaria del Programa de apoyo a las organizaciones sociales agropecuarias de la Sagarpa– ha crecido hasta ser una organización importante para el gobierno. En 2009, fue designada como parte de la Iniciativa Mérida del Gobierno Federal; y, en septiembre de 2010, fue una de las organizaciones invitadas a la Reunión de Diálogo convocada por la SRE –como parte de la preparación para la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (realizada en noviembre de 2010).¹⁹³ Otra organización que forma parte del CCM, y que se ha caracterizado a lo largo de sus treinta años de historia por sus vínculos gubernamentales, es el Movimiento Nacional Indígena. Actualmente es una Agrupación Política Nacional¹⁹⁴ que busca «constituirse en instrumento de colaboración con las instituciones públicas y el sector privado para contribuir al

¹⁹² Son organizaciones campesinas «pequeñas» aquellas que «tienen poca influencia en la toma de decisiones; su presencia pasa desapercibida por las otras organizaciones ya que su espacio de expresión y réplica es muy limitado por la falta de recursos materiales, financieros y técnicos, además de carecer de una identidad política» (Rudy y Jiménez, 2007: 23).

¹⁹³ Véase: Directorio de la Iniciativa Mérida en www.iniciativamerida.gob.mx; Padrón de beneficiarios del Programa en www.sagarpa.gob.mx; así como la Relatoría sobre la Reunión de Diálogo en www.participacionsocial.sre.gob.mx. Última consulta: 5 de septiembre de 2010.

¹⁹⁴ Figura asociativa que le permite, desde 2002, recibir recursos públicos (vía el IFE) para coadyuvar en el «desarrollo de la vida democrática y de la cultura política» del país (también véase www.ife.org.mx).

bienestar social y el desarrollo sustentable» (movimientonacional indigena.blogspot.com). Su historia se remonta a la década de los setenta, cuando se realizó el primer Movimiento Nacional Indígena gracias al «apoyo gubernamental» (Pérez, 2000: 366). Otra organización del CCM que tiene relación con el partido del gobierno federal (PAN) es la Federación de Organizaciones Sociales; su Coordinadora es la diputada federal panista, Alba Leonita Méndez Herrera (consorcio.org.mx).

Fue así como, después de que GPM identificara a la CibioGem como prodestinataria de la industria agrobiotecnológica, la representación del sector social se diluyó. El «sector social» del organismo encargado de coordinar las políticas públicas sobre OGMs en México ya no incluye a las organizaciones opositoras. Por una parte, porque ellas mismas no quieren ser parte de lo que denostan como una «farsa»; y, porque a la propia CibioGem no le interesa tener en su seno al “enemigo”. Si bien, su secretario ejecutivo plantea que las puertas del organismo están abiertas para organizaciones como Greenpeace, también asegura que ellas no participarán más porque ello les implicaría no poder usar la información que se discute en el CCM.¹⁹⁵ La relación entre ambas partes es de oposición; el diálogo no tiene cabida.

Con lo anteriormente planteado, hemos visto que la estrategia de cada campo es mostrar públicamente los mejores argumentos para convencer a los paradestinatarios que la perspectiva propia es la “correcta”. Para lograrlo, otro de los mecanismos es reutilizar las declaraciones de agencias internacionales –de Naciones Unidas o de centros de investigación mundialmente reconocidos–; con ello se pretende legitimar la retórica del campo de acción-saber propio y deslegitimar la del adversario.

¹⁹⁵ Uno de los requisitos para participar en los Consejos Consultivos de la CibioGem (el Científico o el Mixto) es la confidencialidad de la información discutida.

Los organismos internacionales como mecanismos de legitimación

En el episodio de conflicto sobre bioseguridad y OGM –de la misma forma que el analizado en el capítulo anterior–, los agentes enunciadores aluden a lo declarado por organismos internacionales, como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), para legitimar sus acciones y dichos. Resulta interesante ver cómo ambos campos de acción-saber (el agrobiotecnológico y el antitransgénico) refieren a los mismos organismos internacionales para justificarse y criticar al otro. No obstante, cuando estos organismos se pronuncian a favor de alguna de las partes –es decir, cuando pasan de paradesinatarios a prodestinatarios–, la contraparte elimina de su dispositivo la otrora legitimación de la agencia internacional. Esto lo podemos ver en el desarrollo de la agenda internacional sobre bioseguridad de los OGM. En la década de los ochenta, cuando empresas como Monsanto comenzaron a hacer experimentos transgénicos (recombinación de moléculas de ADN), apenas se empezaban a configurar en la arena internacional los campos de acción-saber sobre el tema (a favor y en contra de los OGM).¹⁹⁶ Entonces los organismos internacionales de Naciones Unidas se manifestaron más como paradesinatarios que como prodestinatarios de alguna de las partes. Es por ello, que la siguiente década fueron considerados por cada uno de los nacientes campos como agentes de legitimación. Tanto el dispositivo de RSE de la industria agrobiotecnológica como el del campo de acción-saber crítico recurrieron a los análisis y las declaraciones de estos organismos internacionales para respaldar sus saberes y acciones. En el Protocolo de Cartagena ambos campos vieron la posibilidad de justificar su propio dispositivo. Los críticos aluden a él para defender el principio de precaución –derivado de la

¹⁹⁶ Se habla de *transgénesis* cuando se recombinan genes de especies diferentes (por ejemplo insertar genes de salmón en algún vegetal); y de *ingénesis* cuando el intercambio genético es dentro de una misma especie (de una variedad a otra para producir organismo híbridos). Cabe puntualizar que la transgénesis no implica una “cruza” de diferentes especies; es la combinación de material genético (uno o dos genes) de una especie en el ADN de otra.

Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo–; y la agroindustria para convencer sobre el potencial de esta nueva tecnología.¹⁹⁷

Cuando, en 2004, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) informó sobre los aportes de la biotecnología para atender las necesidades de los pobres, los directivos de Monsanto no tardaron en colgar en su portal de Internet tales comentarios. Con un tono optimista, el entonces director de la FAO (Jacques Diouf) había comentado que los OGM eran capaces de ‘aumentar por todas partes la productividad agrícola’ y de ‘reducir los daños medioambientales causados por los productos químicos tóxicos’ (Robin, 2008: 441). Esta declaración fue un punto a favor de Monsanto; la FAO se convirtió en prodestinatario de la industria biotecnológica y contradestinatario de los ecologistas. No obstante, cuatro años después, la misma agencia patrocinó una evaluación sobre los conocimientos agrícolas aplicados en el planeta (*Evaluación Internacional del Conocimiento, Ciencia y Tecnología en el Desarrollo Agrícola*). En ella se había concluido que «los cultivos transgénicos no significan una contribución sustancial a la solución de los problemas fundamentales que enfrenta la agricultura hoy en día» (gpm 7). Con ello, la agencia de Naciones Unidas se acercaba a los prodestinatarios del campo antitransgénico. Empero, en el marco del día mundial de la Tierra –en abril de 2008– cuando la ONU había dado a conocer este informe, las críticas no tardaron en salir: Estados Unidos, el Banco Mundial y otros partidarios de la segunda revolución verde criticaron el reporte, «tachándolo de unilateral y falto de equilibrio» (gpm 7). Tal vez por ello, ese mismo año la FAO y la OCDE publicaron el *Panorama Agrícola 2008-2017* en el que presentan la biotecnología agrícola como solución a la creciente demanda de semillas (para alimentación y para biocombustibles) (OECD-FAO, 2008: 30).

¹⁹⁷ La Declaración de Río, firmada en junio de 1992 en el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, incluye 27 principios para que los Estados aprovechen los recursos naturales de sus propios territorios cuidando las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras (ONU-DPS).

Este caso muestra cómo las agencias internacionales, al conformarse como campos tan diversos, unas veces son vistos como prodestinatarios de la industria agrobiotecnológica; pero otras, como sus contradestinatarios y aliados de las organizaciones antitransgénicas. Representan, por ello, el mejor ejemplo de un paradestinatario. Otro organismo internacional que de ser paradestinatario para ambos emisores, se convirtió en contradestinatario del campo protransgénico y, en consecuencia, prodestinatario de la crítica social, fue la Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte (CCA). En seguimiento del artículo 13 del ACAAN (Acuerdo de Cooperación Ambiental de América del Norte, convenio paralelo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en materia de medio ambiente), y en respuesta a la solicitud de comunidades de Oaxaca y diversas organizaciones ambientalistas, realizó un «estudio independiente» sobre los efectos del maíz transgénico en México.¹⁹⁸ El 14 de mayo de 2004, el Grupo Asesor sobre Maíz y Biodiversidad instruido por el Secretariado de la CCA dio a conocer su informe preliminar para recibir comentarios de los Gobiernos Parte en los siguientes 60 días.¹⁹⁹ Ello no fue posible debido a que –según la versión de los Gobiernos– Greenpeace se adelantó a hacer público el informe en su versión preliminar. Esta «violación del procedimiento» –en palabras de los representantes del gobierno canadiense– hizo que el informe estuviera incompleto y que recibiera comentarios negativos de los tres países. La versión final incluyó los comentarios críticos de los tres gobiernos como una adenda, pero no modificó el cuerpo del texto.

¹⁹⁸ El Artículo 13 del ACAAN confiere al Secretariado de la CCA autoridad para iniciar investigaciones independientes y preparar informes sobre cualquier asunto ambiental en el ámbito de su amplio programa de trabajo (CCA, 2004).

¹⁹⁹ Ante la polémica que despertó el estudio realizado por el investigador de la Universidad de Berkley, Ignacio Chapela, sobre la presencia de transgenes en el maíz mexicano, el 24 de abril de 2002 veintiún comunidades indígenas de Oaxaca y tres grupos ambientalistas mexicanos –Greenpeace México, el Centro Mexicano de Derecho Ambiental (Cemda) y la Unión de Grupos Ambientalistas (Ugam)–, respaldados por más de 90 organizaciones e instituciones de los tres países miembros del TLCAN, solicitaron al CCA la realización de un «estudio independiente» para determinar la seguridad del maíz transgénico; y el impacto de la propagación de transgenes en razas nativas –más de 50 variedades nativas– y silvestres –teocintles– (gpm 4).

Después de que la CCA presentara a las partes el borrador de informe para sus comentarios, en el marco del Foro Sin maíz no hay país, las organizaciones demandantes y Greenpeace denunciaron que tal informe no se había hecho público. Liza Covantes, coordinadora de la campaña de ingeniería genética de Greenpeace México, dijo que la CCA había cedido «a la presión del gobierno estadounidense y de las empresas agrobiotecnológicas».²⁰⁰ Fue entonces cuando “se filtró” la versión preliminar y apareció en la prensa una carta crítica del gobierno estadounidense al respecto. Entonces Greenpeace había manifestado desconocer su contenido.²⁰¹ Pese a que GPM no aceptó haber difundido la versión preliminar, sino que alude a ella como una filtración de la prensa, la estrategia fue favorable para el campo de acción-saber crítico debido a que la redacción del informe se prestaba a interpretaciones muy diversas y hasta contradictorias (véase Anexo 4).²⁰² Mientras en unos párrafos habla de la esperanza que representa en el mundo la modificación genética, en otros hace alusión a las cuestiones que la ciencia no ha resuelto sobre el maíz transgénico. Por una parte asegura que no hay razón alguna para prever que un transgen altere la biodiversidad del maíz, pero por otra parte hace votos para que se destinen recursos para conservar la diversidad genética de las razas locales de maíz mexicano y del teocintle. Asimismo, de un lado dice que la percepción cultural

²⁰⁰ El integrante de una de las organizaciones demandantes dijo: «Hoy ese informe está listo pero los gobiernos de los tres países han pospuesto la decisión de publicarlo. Desde este foro hacemos un llamado a la CCA y a los ministros de medio ambiente de México, Canadá y Estados Unidos a decir cuándo van a dar a conocer este informe y las recomendaciones pertinentes para detener la contaminación de nuestro maíz» (Pablo Uribe, coordinador de litigio del Cemda; gpm 7).

²⁰¹ En el boletín del 21 junio de 2004 GPM plantea lo siguiente: «No conocemos el contenido del informe, sus recomendaciones, ni si está siendo modificado para hacerlo más cómodo para los intereses de los gobiernos y las corporaciones. Lo que sabemos es que la investigación realizada por la CCA confirma lo que las organizaciones civiles, ecólogos y genetistas de maíz hemos advertido: existen riesgos y una gran incertidumbre pues no se dispone del conocimiento suficiente para evaluar los impactos del maíz transgénico en la salud y en el medio ambiente.

²⁰² Característica que el propio informe reconoce cuando, en su Presentación se lee que los capítulos «no pretenden reflejar las opiniones del Grupo Asesor, el Secretariado o el Consejo de la CCA» ya que «en los textos pueden reflejarse diferentes interpretaciones e incluso perspectivas contrastantes» (CCA, 2004).

que se tiene sobre las amenazas de los OGM es independiente de los efectos potenciales o reales, científicamente estudiados; pero del otro lado, apela a que se mantengan las prácticas agrícolas tradicionales y a adoptar prácticas de reproducción que preserven las variedades locales. Finalmente, mientras aduce a respetar acuerdos no restrictivos de comercio internacional, también propone al gobierno extender la moratoria en la importación de semillas transgénicas.

Estas contradicciones hacen del informe de la CCA un texto maleable a los intereses de quien lo use. Ello lo podemos ver en los argumentos dados sobre los efectos de los transgenes en la diversidad del maíz.²⁰³ Por una parte, la CCA plantea que no hay razones para temer que los transgenes tengan algún efecto –positivo o negativo– sobre la biodiversidad de la gramínea:

[...]los transgenes se agregarían a la mezcla dinámica de genes presentes en las razas locales, entre los que se incluyen los genes convencionales de cultivares modernos. Así, la introgresión de unos cuantos transgenes individuales difícilmente tendrá algún efecto biológico significativo en la diversidad genética de las variedades criollas de maíz. (CCA, 2004)

Por otra parte, el informe de la CCA afirma que «la agricultura, no importa la forma en que se le practique, reduce el nivel general de la biodiversidad en relación con lo que era su condición prístina». Pero, en una tercera argumentación que contrasta con las otras dos, la CCA plantea que «el problema específico de la erosión genética en el maíz es producto de la interacción de muchos factores socioeconómicos, y en ello los efectos potenciales, directos e indirectos, del maíz transgénico no resultan claros» (CCA, 2004).

Ante la maleabilidad del texto, es interesante ver cómo una vez que GPM conoció el sentido –o, mejor dicho, los contrasentidos– de las recomendaciones del informe de la CCA, matizó su crítica hacia el Grupo Asesor y los redactores del informe. De considerarlos sus contradestinatarios, en tres meses empezó a referirse a ellos como prodestinatarios. Si en junio de 2004 había reprochado la conformación del Grupo Asesor por no ser independiente y por estar vinculado a intereses de la

²⁰³ En el Anexo 4 se presentan otros argumentos contrastantes del texto.

industria biotecnológica, en octubre la organización celebraba que «pese a esta fuerte presencia de los intereses corporativos, la honestidad y rigor de los científicos independientes se impone y la investigación de la CCA reconoce la contaminación genética del maíz mexicano» (gpm 7). Greenpeace México avaló las recomendaciones del informe de la CCA y las hizo suyas. Las utilizó como una justificación para su crítica contra las semillas transgénicas y para exigirle al gobierno ampliar la moratoria al maíz experimental y frenar la introducción de OGM (gpm 7).

Tal vez por ello es que la voz crítica de GPM hace un silencio en torno a las «contradicciones» que vislumbran los Gobiernos Parte y los industriales en torno al documento.²⁰⁴ Si bien, como veíamos antes, tales discordancias obedecen a que el texto formula diversas premisas, *ninguna de ellas concluyentes*; lo relevante es que GPM hace una lectura *ad hoc* del informe. El campo crítico aprovecha la maleabilidad del discurso para lograr el efecto de convencimiento y justificación deseado. Así tenemos que mientras el Informe de la CCA no habla de “contaminación” sino de introgresión; GPM afirma que «los capítulos del informe de la CCA [...] reconocen la contaminación transgénica del maíz y señalan que ésta se propagará si se deja sin supervisión» (gpm 7).²⁰⁵ Y, si bien, el informe tampoco es concluyente sobre la amenaza a la biodiversidad del maíz en México con la propagación de transgenes; GPM lee lo contrario. El uso de la información conforme a los propios intereses no es estrategia exclusiva de la crítica social; lo encontramos en los dos campos. Ambos hacen del saber un recurso de poder.

²⁰⁴ Las contradicciones fueron advertidas por gobiernos e industriales. Por una parte, los tres gobiernos criticaron que algunas de las recomendaciones de la CCA no estuvieran sustentadas en evidencia científica y que fueran contradictorias (gpm 7). Por otra parte, los industriales mexicanos «representantes de toda la cadena alimenticia», en una carta (con fecha del 28 de octubre de 2004) –dada a conocer por GPM–, se inconformaron por la extralimitación del CCA y por las inconsistencias del informe presentado por su grupo asesor (gpm 5).

²⁰⁵ El informe sólo una vez menciona la palabra “contaminación”; para aclarar que «para muchas personas en el México rural, la introgresión de un transgen en el maíz es inaceptable y se le considera una ‘contaminación’» (gpm 4).

Guerra de des-información: la ciencia como recurso de poder

Ambos campos de acción-saber se amparan en el saber científico para legitimar sus dichos. Bajo la premisa de que “la ciencia” por sí misma es –o debería– ser un saber imparcial y esterilizado, en los dos campos se denosta la palabra del adversario porque es ciencia mala, ciencia sucia, ciencia manipulada, ciencia interesada, ciencia falsa. De cada lado se acusa al otro por el mal uso de *la ciencia* para construir una retórica con *supuestas* bases científicas, ganar adeptos y extender el control social propio. Se quiere debilitar al adversario que mal informa a la opinión pública y se quiere convencer a los paradesinatarios de que el dicho propio es el “verdaderamente científico”. Desde el dispositivo anticorporativo se plantea que Monsanto busca desinformar a la gente para que caiga en la “trampa” del consumo transgénico.²⁰⁶ De igual forma los prodestinatarios de la industria agrobiotecnológica sugieren que la crítica social difunde información falsa.

Después de que se aprobara la siembra experimental de maíz en México, Fabrice Salamanca –director de AgroBio– denunció la acción de «algunos grupos de activistas» quienes difundieron «información sesgada con el objetivo de seguir deteniendo la experimentación» mediante una «campaña de desinformación» con la que buscan «atemorizar a la opinión pública sobre los supuestos ‘daños irreversibles’ que conlleva el emplear esta tecnología» (Salamanca, 2009-03-30). Ante el conflicto creado, a principios de 2010, por la liberación del cultivo de maíz genéticamente modificado en México, AgroBio deslegitimó las investigaciones hechas por el Comité Independiente para la Investigación e Información sobre Ingeniería Genética; cuyos resultados alertaban sobre daños en hígado y riñones de mamíferos que pueden provocar tres variedades de maíz genéticamente modificado de Monsanto (MON810,

²⁰⁶ Esto se ilustra con el dicho de la periodista francesa M. Robin (2008): «Estamos en una guerra de información, pues Monsanto –trasnacional líder en la producción de organismos genéticamente modificados (OGM), la cual comercializa 90 por ciento de sus productos– gasta mucho dinero para desinformar de manera sistemática».

MON863, NK603). Este estudio, catalogado como «científico e independiente» en el campo de acción-saber crítico (gpm 7), fue tachado –por AgroBio– de «información sin sustento científico ni metodológico» que busca «desinformar a la opinión pública» (AB 2).

Ante los apelativos «las ratas de Monsanto» o «los cerdos de Monsanto» contruidos por una retórica que juega con la imaginación para describir a una empresa “sucias”, carente de ética y valores; Monsanto busca construir una imagen pública inmaculada.²⁰⁷ Para ello, recurre al apoyo de sus prodestinatarios. En México, AgroBio –como contraparte de Greenpeace–, busca difundir información «sustentada científicamente» para minimizar las críticas sociales contra los OGM.²⁰⁸ Frente a las críticas de Greenpeace sobre los daños en la salud de roedores alimentados con maíz transgénico, en enero de 2010 AgroBio llamó a confiar en una ciencia autorizada, en una *ciencia real* que ya aprueba los transgénicos; y a desconfiar de aquellos rumores que no están sustentados en «ninguna evidencia científica admisible».²⁰⁹ El saber es poder, hecho que Monsanto y sus contradestinatarios no ignoran; no dejan de aprovechar cualquier oportunidad para ganarle terreno al campo de acción-saber que se erige en su contra. Las acusaciones se entretajan en ambos sentidos. Mientras el campo de acción-saber crítico argumenta que la

²⁰⁷ En diversas ocasiones Greenpeace México, Greenpeace Internacional y la prensa afín han hablado, en doble sentido, de las «ratas de Monsanto» al dar a conocer que el maíz transgénico (Mon863), patentado por Monsanto y autorizado en México, desde 2003, para el consumo humano ha provocado daños en ratas (gpm 7). De la misma forma, la organización ecologista internacional no dudó en hablar «los cerdos de Monsanto» para referir el intento de la transnacional por patentar la crianza de cerdos y su progenie, en agosto de 2005.

²⁰⁸ Greenpeace México define a AgroBio como una asociación orientada a «crear un ambiente favorable» para los transgénicos.

²⁰⁹ Al respecto, la organización protransgénicos arguyó que los productos aprobados para sembrarse, consumirse o comercializarse ya han sido sometidos a «rigurosas pruebas sanitarias» garantizadas por científicos y agencias reguladoras de los distintos países. Por lo que llama a la opinión pública a ignorar la difusión engañosa de un estudio «supuestamente independiente y novedoso» que es usado por «las organizaciones activistas» para «frenar el acceso de agricultores y consumidores a estas tecnologías en diversos países» (AB 2).

industria biotecnológica se vale de la ciencia para legitimarse, haciendo que ésta quede al servicio de sus “mezquinos intereses”; el campo de acción-saber protransgénico plantea que evidencias científicas reales respaldan la seguridad de organismos genéticamente modificados; y, por el contrario, aduce que los estudios mostrados por la crítica social están hechos por “supuestos científicos” que responden sólo a “intereses incendiarios” de los activistas.

De un lado, el campo de acción-saber antitransgénico recrea las historias de veto y linchamiento contra científicos que dijeron la “verdad” sobre los transgénicos; relatos que cimientan las veridicciones de este campo. Las historias de dos científicos desprestigiados por el poder de Monsanto sirven a la crítica social para ilustrar la manipulación de Monsanto sobre la producción de saber en torno al uso de la biotecnología. Una científica italiana (Manuela Malatesta) fue obligada a abandonar su centro de investigación (Universidad Urbino) porque realizó un estudio sobre los efectos de la soya transgénica en el que revelaba resultados distintos a los mostrados por la multinacional.²¹⁰ Un científico mexicano radicado en EUA (Ignacio Chapela), si bien, no tuvo que abandonar su centro de trabajo (Universidad de Berkley), tiene vigilancia las 24 horas porque representa un peligro de desinformación. Su investigación sobre el maíz mexicano disparó y arraigó la controversia sobre la presencia de transgenes en campos de Oaxaca.²¹¹

²¹⁰ La investigadora repitió un experimento realizado por Monsanto en 1996, encontrando resultados muy diferentes sobre los efectos de la soya transgénica en los hígados, páncreas y testículos de las ratas. Ante la censura y el veto –Malatesta perdió su laboratorio y equipo, teniendo que iniciar nuevamente en otra universidad, pero ahora con una “mala reputación” a costas–, la científica plantea que ahora sí le preocupan los transgénicos: «al principio yo estaba persuadida de que no planteaban problema, pero ahora los secretos, las presiones y el miedo que los rodean me hacen dudar» (entrevistada por Robin, 2008: 268)

²¹¹ Después de que, en 2001, Chapela descubriera que entre el 3 y el 10% del maíz mexicano que se siembra en Oaxaca estaba contaminado por semillas transgénicas y de que publicara estos resultados en la revista *Nature* (en coautoría con David Quist), el investigador de origen mexicano fue blanco de críticas de otros científicos quienes criticaron el hallazgo como «misticismo disfrazado de ciencia» (dicho de un exalumno de Chapela entrevistado en 2002; citado por Robin, 2008: 367). Ante

Del otro lado, el uso del saber-poder de la ciencia le sirve a Monsanto para avalar sus productos. Ello se demuestra, por ejemplo, con un artículo publicado en la revista *Science* que avala la leche proveniente de vacas tratadas con la hormona de crecimiento rBGH, producida por Monsanto. Este artículo, según sus críticos, es «una manipulación» (Robin, 2008: 154). La crítica social plantea que Monsanto logró imponer sus productos fácilmente por tratarse de un tema complicado que sólo los científicos entienden. El control de Monsanto no sólo es sobre la sociedad –con la creación de organizaciones *ad hoc*– y el gobierno estatal –con la estrategia de *revolving doors*–, sino sobre el campo académico –en la construcción de saber «científico». Monsanto ha buscado extender su control hacia los científicos mediante tres estrategias: 1) Construir opiniones a favor de los OGM en foros internacionales. 2) Alentar investigaciones en las que se desacreditan aquellas que muestran resultados contrarios a sus intereses. 3) E, incluso, censurar las publicaciones “inconvenientes” y vetar a aquellos científicos que se muestran críticos a los OGM.

Sobre el proceso legislativo, el campo de acción-saber crítico denunció el papel que científicos mexicanos jugaron a favor de los intereses de la industria biotecnológica.²¹² Para impulsar la legislación sobre bioseguridad y OGM en México, la ciencia –según los críticos– se convirtió en dogma. En lugar de una «discusión amplia, serena y sensata», el proceso legislativo estuvo plagado de desinformación, lo cual facilitó que los argumentos fueran manipulados, de manera dogmática, para servir a intereses, visiones y pasiones alejados de la ciencia. Ello porque «hoy los

la controversia surgida –en la que se identifica al científico de Berkley como cercano a grupos «eco-radicales» (Greenpeace, Amigos de la Tierra o la Asociación de Consumidores Orgánicos); y ante la negativa de los autores de retractarse–, la revista *Nature* se retractó de la publicación del artículo (Robin, 2008: 372). La revelación de Chapela, no obstante los intentos por callarlo, propició que –según lo informa la Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA)– esta controversia echara raíces en México (gpm 4).

²¹² Particularmente se habla de Francisco Bolívar Zapata quien, a nombre de la Academia Mexicana de las Ciencias (AMC), se pronunció a favor de los OGM y asesoró a los diputados de la Comisión de Ciencia y Tecnología. Ello inconformó a otros científicos integrantes de la AMC; quienes se quejaron públicamente de no haber sido consultados sobre la decisión de apoyar la iniciativa de ley.

biotecnólogos han convertido a la biotecnología en una especie de religión, porque se han (auto) erigido, sin comprobarlo, en una suerte de apóstoles de la supervivencia, de redentores del hambre de los pueblos rurales, de salvadores de la agricultura ineficiente [...] y han elevado sus innovaciones a un estatus de dogma». Fue así como –se enfatiza–, la voz que se reprodujo en el proceso legislativo fue la de un dogma que, a la manera de una «ciencia corporativizada», sirvió a las estrategias e intereses económicos de Monsanto, DuPont, Bayer, Dow Agro Sciences y Syngenta (Toledo, 2004-12-16).²¹³

Contra las críticas de «ecologistas radicales» y científicos ligados a ellos, Monsanto asegura que impulsa investigaciones en diversas universidades para generar más conocimiento –conocimiento “verdadero”–, sobre los OGM. La inversión de Monsanto en investigación es criticada en el campo antitransgénico por ser una estrategia de control para producir conocimiento “falso”; y es promovida por la empresa como una de sus principales acciones para desarrollar agricultura sustentable:

Monsanto proporcionará \$10 millones de dólares durante los próximos cinco años a universidades y otras organizaciones del sector público, buscando aumentar la producción de arroz y trigo, que no se encuentran dentro del enfoque comercial de la compañía, pero que son importantes para la seguridad alimentaria de millones de personas, en especial en Asia. (Mon 1)

Mientras el campo de acción-saber biotecnológico aprueba la inversión en investigaciones porque ello representa un compromiso con el saber y el avance científico; la crítica social lo contempla como la penetración de la industria en la ciencia. El saber es poder para ambos campos.

El campo de acción-saber de la industria biotecnológica busca desacreditar la información que, mediante sus contracampañas, las organizaciones ambientalistas o ecologistas, difunden contra los transgénicos. Quienes lo integran afirman que tal información es engañosa y hasta pseudocientífica. No obstante, cuando alguno de

²¹³ Dicho de Víctor M. Toledo (especialista del Centro de Investigaciones en Ecosistemas de la UNAM y Premio Nacional al Mérito Ecológico 1999).

estos «activistas» se pronuncia a favor de la biotecnología (esto es, cuando deja de ser contradestinatario para convertirse en paradestinatario y hasta prodestinatario de esa industria) los enunciadores del campo protransgénico no dudan en aplaudir tan dichoso suceso. En el Festival de las Ideas realizado en Bristol, Reino Unido, a principios de 2010, Stewart Brand «uno de los padres del movimiento ambientalista» habló del futuro del ambientalismo y «se pronunció a favor de los organismos genéticamente modificados como una herramienta para mitigar la creciente demanda de alimentos provocada por el aumento en la población mundial y el cambio climático». Brand habló de los mitos del ambientalismo y aceptó «que si bien alguna vez se opuso al uso de transgénicos en la década de los años noventas, hoy reconoce en ellos el mayor avance visto en materia agrícola, así como una opción para alcanzar la mejora necesaria en los rendimientos que brinde la capacidad de alimentar a la población mundial». (AB 4) AgroBio retoma las palabras de Brand, las hace suyas y las despliega en contra el campo de acción-saber antitransgénico:

En su participación en este encuentro, donde destacados pensadores exponen sus trabajos, Brand hizo un fuerte llamado a los ecologistas a informarse a profundidad sobre los principales problemas a los que se enfrenta el mundo en la producción de alimentos y sus posibles soluciones, dejando fuera cualquier dogma. (AB 4)

Acontecimiento que causó similar gozo a la industria biotecnológica fue la declaración que, en 2008, hiciera uno de los fundadores de Greenpeace, Patrick Moore. Él manifestó su apoyo a los transgénicos argumentando –según lo cita AgroBio– que «la campaña de miedo respecto a la biotecnología está basada en una fantasía, y en una completa ausencia de lógica y de razonamiento científico» (AB 4). Como vemos, nuevamente, el saber es poder para ambos campos. Pero el saber no sólo remite a lo “científico”, también a lo “tradicional”. Ahí encontramos el bastión de la lucha antitransgénica en México. Especialmente sobre el saber tradicional, con una milenaria raigambre cultural, de la “semilla sagrada”: el maíz. Veamos ahora la apuesta del campo de acción-saber crítico al saber tradicional para evitar el avance «imperialista» de Monsanto.

El maíz mexicano: símbolo de lucha contra el imperialismo transgénico y el proyecto económico de la agroindustria

El maíz

Cuando brota el embrión del maíz, siento que se prolongan nuestros días, es nuestro corazón que germina y crece, es el pozol, es la tortilla, es el mundo, es la vida.

Juan Gregorio Regino

(poeta mazateco)

No es extraño encontrar en el campo de acción-saber crítico alusiones culturales del maíz: poemas, mitos y «evidencia histórica» de la resistencia indígena ante el embate de 500 años de colonialismo y neocolonialismo. Bajo esta retórica el maíz no sólo es un asunto de desarrollo económico, es la semilla del propio desarrollo cultural de México; es alimento para el cuerpo y el alma; es el corazón de la lucha por la autonomía (étnica y alimentaria); es, en suma, una metáfora de la variedad de milenarias culturas de las que han arrancado frutos, quebrado ramas, pero no han secado raíces. Desde este ángulo se critica el proyecto «abiertamente opuesto» de concebir al maíz, sin su raigambre histórica y cultural, «exclusivamente en términos de mercancía y en función de intereses que no son los de los sectores populares» (dicho del antropólogo indigenista, Guillermo Bonfil Batalla; citado por Esteva, 2003: 22).

Esta contraposición simbólica se expresa también en el manejo y los usos de esta gramínea. En las comunidades indígenas y campesinas, según lo documentan los estudios antropológicos, el maíz crece en la milpa con diversas plantas e insectos que son aprovechados para el consumo familiar.²¹⁴ Asimismo, el maíz es aprovechado de forma integral (granos, hojas, tallos, espigas y hasta el agua de nixtamal): para la alimentación (humana y animal); como insumo para la construcción; en la fabricación de artesanías u objetos rituales; para elaborar combustibles y abono; así como para curar males del cuerpo y el alma (Esteva,

²¹⁴ La milpa se basa en el policultivo de maíz, frijol, calabaza, tomate y chile; así como en cultivos asociados como quelites; y en el equilibrio con insectos como los chapulines (Marielle, 2003: 273).

2003: 22). En contraste, el manejo del maíz en los campos agroindustriales se hace de forma intensiva y sin alternar con otros cultivos (monocultivo). Asimismo, los insectos y plantas que en la milpa pueden ser aprovechados en la dieta familiar, son considerados plagas. Los usos industriales del maíz, son tan diversos como los atribuidos a las prácticas “tradicionales”. Incluyen una variedad de productos alimenticios y no alimenticios: papel, tela, abrasivos, adhesivos, baterías, agentes ligantes, cartón, combustibles, limpiadores, detergentes, tintes, vendajes quirúrgicos, material aislante o plásticos, son sólo algunos de ellos (Barkin, 2003: 167).²¹⁵

Con este recurso cultural se refuerza la crítica antitransgénica y la lucha contra Monsanto. Mediante la organización de acciones de resistencia como la Red en defensa del maíz nativo o la campaña Sin maíz no hay país, este campo de acción-saber fundamenta su crítica en el derecho ancestral que tienen «los pueblos, tribus y naciones indígenas» como los únicos «dueños y guardianes de las semillas y animales, bosques, selva, agua y plantas». Los pueblos indígenas y campesinos son «los responsables y herederos de la perpetuidad de las diferentes clases de maíz que existen a lo largo y ancho de todo nuestro territorio mexicano», lo que los acredita como «los verdaderos y más experimentados guardianes de los recursos naturales que existen en nuestro país» (Red en Defensa del Maíz Nativo, 2008-07-10):

Con el maíz hemos aprendido a soñar un país en que quepamos todos. Así como fuimos criando miles de variedades de maíz, adaptadas a las condiciones de cada lugar, así como florecieron en estos territorios muy distintas culturas, cada una con su carácter propio, todas sustentadas en el maíz, soñamos en construir un país abierto a todas las formas de ser y pensar que tienen los mexicanos. (Marcos Sandoval, intelectual Triqui; Sandoval, 2003: 66)

²¹⁵ La creciente demanda de semillas para la generación de biocombustibles es otro de los factores que presionan por mayor producción agrícola. No sólo es que la biotecnología agrícola y sus expectativas productivas apunten hacia la satisfacción de necesidades alimenticias; otra fuente de ganancia para esta industria es la demanda de semillas para biocombustibles (OECD-FAO, 2008). Pero también la alimentación carnívora del ser humano es aludida como uno de los factores que incrementa la demanda de semillas en el mundo (Bourne, 2009).

Desde esta perspectiva, la defensa del maíz no transgénico en México se sobrepone a una historia de resistencia indígena y campesina contra una colonización en la que, por lo menos, se identifican tres etapas: la española, la criollo-mestiza y la transnacional. En ella, los símbolos de poder contra el colonialismo –autonomía y soberanía– cobran marcada relevancia. En esta lucha, los campesinos e indígenas son dibujados, primero, como los defensores de las muy diversas culturas originarias y, después, como los «guardianes de la riqueza genética». El maíz ha sido «el soporte de la resistencia indígena durante más de 500 años» (Serratos, 2009). Son los pueblos indios, y no las empresas transnacionales, los que deben asegurar el cuidado de aquellas semillas –doradas, blancas, rojas, azules, moradas– que les dieron vida a sus ancestros; las cuales reflejan y alimentan la diversidad cultural y biológica del México actual (Sandoval, 2003).

A este argumento cultural se le agrega uno económico: los campesinos no tienen la capacidad para «financiar el paquete tecnológico (diseñado para grandes superficies de monocultivo que cuentan con riego, maquinaria, fertilizantes y herbicidas) indispensable para que los transgénicos ‘sean altamente productivos’. De ahí que esa propuesta tecnológica resulte excluyente para los campesinos de autoconsumo, que son la mayoría» (gpm 14). La lucha antitransgénica responde, mediante un recurso cultural, al embate económico de la agroindustria y el gobierno estatal. Un gobierno que se ha empeñado, según sus críticos –véase, por ejemplo, Esteva y Marielle 2003–, en mirar a la agricultura tradicional como un obstáculo para la modernización del país. Gobierno partidario de un modelo de desarrollo con el que se ha intentado, de manera fallida, tecnificar y modernizar el campo mexicano, expulsando a los pequeños productores.

Esta lucha también evidencia la confrontación de dos miradas hacia el campo. *Dos lógicas de producción opuestas*: la producción a pequeña escala de la milpa para abastecer el consumo familiar e, incluso, el mercado local; y la producción agroindustrial que satisface el mercado nacional y global. La primera –dicen en el campo crítico– abona a la autonomía económica local/nacional y al equilibrio ecológico; mientras que la segunda refuerza la dependencia económica y la destrucción medioambiental. Estas dos lógicas productivas ponen énfasis en distintos

aspectos. Mientras que, por un lado, se le da resonancia al significado cultural de esta práctica (cultivo de maíz); por el otro, se valora su rentabilidad económica. Ello explica por qué los campesinos mexicanos siguen sembrando maíz, aun cuando ello les implique trabajar fuera del campo para mantener la producción familiar en sus milpas. (Barkin, 2003: 157). Ellos siembran maíz no sólo para satisfacer una necesidad económica (alimentaria o de comercialización), sino porque es parte de su cultura:

El maíz es una manera de ser y de vivir, que nos relaciona a la vez con nuestra Madre Tierra, con los dioses y con todos los demás, con los vivos y con los muertos. Nos relaciona con nuestros abuelos, con los que acumularon el saber del maíz a lo largo de miles de años. Nos relaciona con nuestras familias y nuestros vecinos, como expresión profunda de nuestra forma de convivencia. Nos relaciona con el mundo al que regalamos el maíz, que salió de aquí para llegar hasta el último rincón de la Tierra. (Dicho del intelectual Triqui, Marcos Sandoval –Sandoval, 2003: 65)

Esto, visto desde la otra perspectiva –desde la lógica del capital– se antoja incongruente, irracional. Mantener la siembra de maíz en la milpa resulta una actividad anti-económica, carente de visión empresarial. Implica un gasto para la economía familiar; resta, no suma. El maíz, desde este ángulo, no es un negocio; no genera riqueza; y, lo que es más, reproduce la pobreza. Pese a que el maíz es el principal producto del campo mexicano –50% de la superficie se utiliza para la producción de este grano–; «México tiene uno de los rendimientos promedio más bajo del mundo: 2.8 toneladas por hectárea» (Martínez, 2009-02-22).

Aquí se contraponen dos miradas. Una que valora la agricultura no sólo en términos económicos, por la producción masiva de alimentos; sino también porque ella contribuye a preservar el paisaje, proteger el medio ambiente, asegurar la provisión de alimentos de calidad y el bienestar animal. Otra que privilegia la agroindustria: modernización, eficacia, competitividad y producción a gran escala.²¹⁶ El maíz, visto

²¹⁶ El cultivo comercial de maíz transgénico comenzó desde 1996 en Estados Unidos. En 2009, veinte países sembraban una extensión total de 37.3 millones de hectáreas (AB 9). México importa cada año

desde la lógica del capitalismo agroindustrial, no es valorado por su contenido cultural, sino por su rendimiento productivo. Los grandes productores mexicanos que cultivan maíz para el uso industrial, promueven la comercialización de semillas transgénicas porque con ellas recibirán beneficios productivos —«con mejor control de plagas y menor impacto ecológico», se asevera—; lo cual se traducirá en ganancias económicas y beneficios ambientales —como los ya reportados en Estados Unidos, Argentina, Brasil, Paraguay, Canadá, Sudáfrica, China o India— (Brookes & Barfoot, 2009).²¹⁷

La RSE como respuesta a la exigencia regulatoria anticorporativa

La RSE es, como vimos en capítulos anteriores, un dispositivo ético empleado por corporativos globales el cual está inscrito en la lógica internacional de una nueva relación entre el Estado, la sociedad y el mercado. Esta lógica —nueva gobernanza global— se traduce en la gubernamentalización de la sociedad y el mercado; y, en la consecuente, desestatización del gobierno. El Estado se reconfigura; y, con ello, la conducción de la vida pública y privada; así como la relación entre lo nacional y lo

10 millones de toneladas de maíz, principalmente transgénico, desde los Estados Unidos, lo que representa una tercera parte del total del consumo nacional (AB 8).

²¹⁷ Eso es lo que, en 2009, el Consejo Estatal Agropecuario de Chihuahua solicitaba: agilizar los permisos para la siembra experimental de maíz (entre ellos el de Monsanto), para poder sembrar 70 mil hectáreas con semilla resistente a la sequía y con ello incrementar la producción y evitar pérdidas. De esta manera se estaría sustituyendo la semilla que ya se importa y se reducirían los costos de producción hasta en 25% porque si bien la semilla transgénica puede costar el doble que la importada, con ésta «se utilizarían menos pesticidas y bajarían los pagos de luz por el riego» (dicho de Rubén Chávez Villagrán, presidente del Consejo Estatal Agropecuario de Chihuahua; citado por Chávez, 2009-03-26). Según Chávez Villagrán, el 98% de la semilla utilizada para sembrar maíz amarillo es de importación debido a que tiene mejores rendimientos que la de México (Chávez, 2009-03-26). Ello explicaría la presencia de maíz transgénico en tierras de cultivo ubicadas en el municipio de Cuauhtémoc (situación denunciada por GPM y la crítica social); las semillas híbridas importadas contienen hasta un 5% de «presencia adventicia»; es decir, piedra o semillas transgénicas (Pérez, 2009-02-12).

internacional. Con el episodio de conflicto analizado hemos visto que la crítica social de Monsanto ganó prodestinatarios. Ante las críticas desencadenadas por su historia y por el proceso legislativo en México, a continuación veremos el uso del dispositivo RSE con el que Monsanto busca adelantarse o responder a la ofensiva en su contra.

El dispositivo ético de RSE y la reconstrucción de una empresa con una “negra historia”

Le solicitamos que nos juzgue no solamente por lo que sucedió en el pasado, sino también por nuestro compromiso de mantener y mejorar nuestra integridad en el futuro.

Monsanto, *Hablemos claro*

De la vida y obra de personajes con reputación dudable, suele decirse que la historia los juzgará y ésta les cobrará la factura. Parece que esto también puede aplicarse a empresas que, como la multinacional estadounidense Monsanto y la alemana Hoechst, las persigue su “negra historia”. A Monsanto se le juzga actualmente por haber surgido como una industria química productora de sustancias tan tóxicas como la base del agente naranja –empleado en la guerra de Vietnam–: «¿Podemos confiar en el fabricante del agente naranja para manipular genéticamente nuestra comida?» se cuestiona *Business Ethics* (Robin, 2008: 284). Lo mismo ocurre con Hoechst, gigante farmacéutico alemán que desarrolló insulina artificial para diabetes (lo que reemplazo «un engorroso y caro proceso ‘natural’ en el que se extraía insulina del páncreas de millones de cerdos sacrificados»). No obstante, su pasado la conmina: es una compañía de la que no se puede fiar porque en la Segunda Guerra Mundial produjo el gas para Auschwitz (Theil, 2009: 26). Ambas empresas son presentadas –injustamente, dicen algunos– bajo la luz de la maldad (Theil, 2009: 27); o en su cruda realidad –dicen otros– para alumbrar su irresponsabilidad y falta de ética.

Empresas que como éstas tienen en su pasado facturas que pagar, deben limpiar su imagen pública para seguir existiendo. Monsanto es un claro ejemplo del uso de la RSE como un dispositivo ético para reforzar su expansión capitalista. Con este

dispositivo la empresa semillera intenta proyectar la imagen de una empresa cercana a los intereses de los agricultores; comprometida con el cuidado del medioambiente y cuya integridad le permite cumplir las expectativas de sus accionistas, socios, distribuidores, proveedores y clientes (Mon 1). Según lo explica el presidente y director general de Monsanto en Latinoamérica Norte (Jesús Madrazo Yris), a la compañía le interesa seguir trabajando para aportar productos que sean la «semilla» que favorezca «el crecimiento para un mundo mejor» (Mon 1). La filial latinoamericana de la multinacional está interesada en ser reconocida como una compañía que «mejora la calidad de vida a través de sus innovaciones en la agricultura» (Mon 2).²¹⁸ Para mostrar «los mejores frutos de la tierra» y construir una imagen que borre aquella que la crítica social ha dibujado, Monsanto Latinoamérica Norte publicó, en 2008, su Primer Reporte de Responsabilidad Social (Mon 2). La RSE es, argumenta la retórica de Monsanto, una «condición clave» para que alguna empresa se constituya «como una de clase mundial». Por ello «es un concepto que se difunde hoy a la velocidad de la luz» (Mon 2).

Con el dispositivo RSE los directivos de la empresa consolidaron el proyecto revolucionario de Robert B. Shapiro (exdirector del corporativo central). Ante el embate de la crítica social y la “negra historia” de una empresa que había crecido fabricando químicos peligrosos; en 1995, cuando Shapiro asumió la dirección ejecutiva, empezó a construir la imagen de un «nuevo Monsanto». Shapiro generó una «revolución cultural» de la otrora empresa química para transformarla en una empresa biológica; de ser una empresa identificada con la muerte y el peligro, quería construir la imagen de una empresa de vida que da «alimentación, salud y esperanza» para «salvar el mundo» (citas de Shapiro, en Robin, 2008: 282-89). Él hizo renacer a Monsanto, gestando un «nuevo negocio en torno al concepto de desarrollo sostenible». Esos fueron los primeros pasos para construir un dispositivo de RSE fuerte e incuestionable que “limpiara” la historia de la empresa y proyectara

²¹⁸ La región América Latina Norte está integrada, para Monsanto, por: México; Centroamérica y el Caribe (excepto Cuba); Venezuela; Colombia; Ecuador y Perú. Aquí trabajan más de 1700 empleados permanentes y un promedio de 2300 temporales (Mon 2).

la imagen de una compañía cimentada en la integridad de valores, la sustentabilidad, la calidad de vida y el compromiso social. Ética empresarial y respeto de derechos humanos y laborales; cuidado medioambiental y sustentabilidad; así como filantropía y compromiso con las comunidades son los pilares que trazan la RSE de Monsanto para reconstruir su imagen pública. Veamos, para concluir el capítulo, dos de los pilares de este dispositivo ético. El brazo filantrópico, con el que la multinacional busca justificar el cobro de regalías por sus semillas patentadas; y el ecológico, con el que Monsanto le apuesta al «desarrollo sustentable» mediante a agrobiotecnología.

El recurso filantrópico de la RSE y el cobro de patentes

La filantropía corporativa, como parte de la responsabilidad social de Monsanto, es un pilar central para reconstruir su imagen pública. La empresa está interesada en realizar alianzas con organizaciones sociales y gobiernos para construir oportunidades que impulsen el desarrollo social, la educación científica, la protección medioambiental así como mejores opciones nutricionales. A través de su fundación (*Monsanto Fund*), creada en 1964, dona recursos –autorizados por su Comité Ejecutivo y provenientes de sus empleados– para que la gente de las comunidades donde operan pueda «realizar sus sueños» y «recuperar la esperanza y la fuerza» necesarias para «generar un desarrollo genuino y en ascenso» (Mon 2). En las regiones del mundo más pobres –en las *wastelands* del capitalismo– impulsa proyectos de ayuda humanitaria con organizaciones sociales que buscan solucionar la hambruna. En colaboración con los principales exponentes del filantropocapitalismo mundial –con las fundaciones de Bill y Melinda Gates; Howard Buffett y la familia Rockefeller–, y mediante la Fundación de Agricultura de África –*African Agricultural Technology Foundation* (AATF, por sus siglas en inglés)– y el Centro Internacional para el Mejoramiento del Maíz y el Trigo (CIMMYT) busca desarrollar maíz tolerante a la sequía. El cual –asegura la retórica de Monsanto– «estará a disposición de los

agricultores, libre de regalías». ²¹⁹ Asimismo, con los gobiernos de Kenia, Uganda, Tanzania y Sudáfrica participa en una asociación pública-privada denominada: Maíz con Uso Eficiente del Agua para el África –*Water Efficient Maize for Africa* (WEMA, por sus siglas en inglés)– (Mon 1).

En México, mediante su programa Educampo, *Monsanto Fund* colabora con la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural (Fundar), organización creada en 1963 por la Unión de Empresarios Católicos y que actualmente recibe «apoyo permanente» de Grupo Bimbo (gb 1). ²²⁰ Este proyecto brinda educación social y capacitación para el trabajo de familias campesinas vulnerables de siete municipios del estado de Chiapas. ²²¹ La intención es que los campesinos se incorporen a la vida económica del país y, para ello, reciben preparación en tres ámbitos: mejoramiento de la persona, incremento de su productividad en el cultivo de maíz y vinculación con el mercado. Con este programa buscan conformar «grupos de trabajo solidario» entre los agricultores; implementan procesos de capacitación para la aplicación de los paquetes tecnológicos de la empresa; distribuyen los insumos necesarios para la siembra; y acercan a los productores con la empresa Maseca para garantizar la comercialización de su producción maicera. La autosustentabilidad es la idea que cimienta este proyecto y la relación –por cinco años– con los campesinos. Si bien en un principio –los primeros dos años– los campesinos reciben el 100% de

²¹⁹ En este proyecto Monsanto y el CIMMYT proporcionarán la tecnología mientras que la Fundación Bill y Melinda Gates y la Fundación Howard Buffett proporcionarán los fondos. Recordemos que el CIMMYT surgió como un programa piloto, en 1943, en México con recursos de la Fundación Rockefeller (www.apps.cimmyt.org).

²²⁰ Cabe mencionar que el presidente de Fundar describe a esa organización como «comprometida con el desarrollo sostenido», la cual «impulsa salidas a la pobreza con modelos productivos basados en la educación social y el desarrollo humano de los individuos y sus familias» (Becerra, 2009-07-23).

²²¹ Educampo es una iniciativa de la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural y la decidida colaboración de Monsanto y la Comercial Mexicana, con el apoyo como proveedores de Bayer, General de Seguros, y Fertilizantes y Productos Agrícolas. Y como comprador del grano a Maseca. (Informe 2008 de RSE).

financiamiento; éste disminuye el tercer año a la mitad y los dos últimos años desaparece, sólo se mantiene la asistencia técnica.²²²

Asimismo, en la región Mixteca (Oaxaca, Puebla y Guerrero) Monsanto, junto con la Fundación Ayú y el Instituto para el Desarrollo de la Mixteca, desarrollan el proyecto Agricultura de Traspatio. Con él se busca reducir la desnutrición, aliviar la erosión de la tierra y generar ingresos para las familias mediante la venta de los excedentes de la producción. Las actividades están orientadas a «mejorar las condiciones del traspatio como sistema intensivo de producción de alimentos, porque es una explotación completamente orgánica, ecológica y auto sustentable» (Mon 2). Con este proyecto –dice Monsanto– «se han beneficiado a 155 familias, es decir, aproximadamente a 1,100 personas de la región Mixteca Oaxaqueña y Valles Centrales» (Mon 2).

El recurso filantrópico del dispositivo RSE de Monsanto muestra la nueva lógica configuracional entre Estado, mercado y sociedad. Estos proyectos sociales muestran las alianzas entre estos tres sectores para contribuir a mejorar las condiciones sociales de una población específica y, con ello, afrontar los riesgos relacionados con la pobreza y el desabasto de alimentos. Este recurso también le sirve a la multinacional para adelantarse y responder a las críticas que lo presentan como un monstruo capitalista e inhumano. La empresa es, para las organizaciones antitransgénicas, voraz e insaciable frente a los campesinos y agricultores. En 1980, cuando el Tribunal Supremo de Estados Unidos declaró válido patentar los microorganismos genéticamente modificados, Monsanto –que pasaba sus peores momentos debido al embate de la crítica social, el desplome del valor de sus acciones en Wall Street y la inminente llegada de los genéricos de su producto

²²² Según lo reporta el informe de RSE, en los primeros cinco años de operación de Educampo se incorporaron a 7,600 agricultores de Chiapas y Veracruz, logrando incrementar sus ingresos hasta alcanzar tres salarios mínimos además de que se mejoró la productividad de 38,000 hectáreas de cultivo. En 2008-2009, con donativos de dos empresas (Comercial Mexicana y Sabritas) Fundar apoyó a 2900 productores de Chiapas y Jalisco, los cuales cosecharon 70 mil toneladas de maíz; misma que fue comprada por Maseca y Sabritas. Por su parte, Monsanto aportó los recursos humanos para el soporte técnico y financiamiento de la semilla (Becerra, 2009-07-23).

estrella, el herbicida *Roundup*– vio una luz en el horizonte de las semillas transgénicas: las patentes.²²³ Fue entonces cuando se abrió la puerta para que Monsanto obtuviera regalías por el uso de sus OGM. Entre 1983 y 2005, logró obtener 647 patentes relacionadas con plantas. Esto, en el mediano plazo, se convirtió en el refuerzo económico (la «tasa tecnológica») que la empresa necesitaba ante la adversidad financiera del fin de siglo. Pero esto también avivó la crítica social en su contra.

Alegato constante en el campo de acción-saber crítico es aquél que va contra el cobro de regalías a campesinos; sobre todo hacia aquellos cuyos cultivos han sido «contaminados» por semillas transgénicas. Monsanto se defiende declarando que el pago de patentes ayuda a promover más investigación para desarrollar nuevas técnicas de «agricultura sustentable»; la cual, como veíamos en argumentos anteriores, beneficia a agricultores y al medioambiente. La conclusión es sencilla: Monsanto cobra a agricultores –de países ricos y pobres–²²⁴ para desarrollar más investigación que, a la postre, beneficiará a todos:

Sin la protección de las patentes habría muy pocos incentivos para que las compañías privadas buscaran y reinvirtieran en innovaciones. Monsanto invierte más de \$2 millones de US dólares diarios en investigación y desarrollo, lo que a la postre beneficia a campesinos y consumidores. Sin la protección de las patentes esto no sería posible. (Mon 1)

Así de simple, «la agricultura, como cualquier otro negocio, es competitiva y los agricultores necesitan un campo de juego equitativo» (Mon 1). ¿Pero qué pasa cuándo la agricultura no es un negocio? Ahí donde, como México (o, peor aún, en África), existen campesinos que no lucran con sus cultivos. Ahí es donde organizaciones sociales apuntan su crítica contra el posible –futuro– cobro de

²²³ Posteriormente, la Oficina Europea de Patentes de Munich también declaró válido patentar organismos vivos.

²²⁴ Aunque esto tiene excepciones. Monsanto también desarrolla tecnología de la que, según promete, no cobrará regalías. Tal es del caso, como veíamos, de las semillas resistentes a la sequía para África.

regalías a campesinos pobres. Pero, ahí es donde Monsanto desarrolla su brazo filantrópico argumentando que:

[...] uno de los valores centrales para Monsanto es el compartir conocimientos y tecnología para ayudar a los agricultores en los países en desarrollo. Esto lo realizamos mediante asociaciones públicas-privadas que combinan las virtudes y la experiencia de nuestras organizaciones respectivas y nos permiten beneficiar a los agricultores de escasos recursos de una forma en la que ninguno de nosotros lo podría hacer por sí mismo. (Mon 1)

Ello lo hizo en 2005; donó semillas ante una «grave sequía y seria escasez de alimentos» en Malawi. También ha provisto de fondos, «por más de una década», a organizaciones de investigación del sector público en diferentes países pobres para perfeccionar los cultivos de frijol de vaca, yuca, arroz, papa dulce y papaya. Y si bien, Monsanto afirma que estos esfuerzos no forman parte de su programa comercial de investigación y desarrollo, sino que encarnan su vivo interés filantrópico y humanitario; la crítica social opina lo contrario. Son un intento más de la transnacional por ampliar su «imperialismo biotecnológico»;²²⁵ un «neofeudalismo» que mantiene a raya a los pequeños productores, serviles a sus intereses económicos. Como vemos, la crítica es insaciable; cada acción de la transnacional da pie a que el campo de acción-saber crítico reoriente su ataque.

El recurso medioambiental de la RSE y la biodiversidad

El cuidado del medioambiente y el desarrollo sustentable es otro recurso del dispositivo de RSE de Monsanto. Su «apuesta por el medioambiente» se desarrolla merced a la aplicación de la biotecnología en la agricultura. Con la promoción de una «agricultura sustentable» –según la retórica de Monsanto– se podrá combatir la escasez de alimentos, la hambruna e incluso los disturbios generados por la falta de alimento en diversas ciudades alrededor del mundo:

²²⁵ «Debido a la inevitable contaminación –sea por polen en los campos, por mezcla en el almacenado, distribución o venta y hasta por granos que caen durante el transporte– los transgénicos son los cultivos más imperialistas de la historia» (Ribeiro, 2008-08-02).

Mientras el mundo se enfrenta a una creciente demanda de alimentos, de fibra y de energía, un cambio climático y recursos naturales cada vez más limitados parecen sugerir un futuro frío y sombrío. Sin embargo, mediante los desarrollos sustentables en la agricultura de todo el mundo, el cuadro parece muy diferente. Ese futuro sostiene que podemos producir más y conservar más. (Mon 1)

Resulta interesante ver cómo aquí la retórica de la compañía apela a la agricultura sustentable más que a la biotecnología o la modificación genética. Monsanto habla de una agricultura innovadora que se adapte «rápidamente en las próximas décadas» a las actuales condiciones –población en constante crecimiento que requiere alimento y energía– pero que también proteja a «un planeta que ya se encuentra herido» (Mon 1). Esa es la agricultura que promueve la empresa de Missouri y estos son sus compromisos: Desarrollar mejores semillas; conservar los recursos; así como ayudar a mejorar la vida de los agricultores.²²⁶

El mundo a futuro que vislumbra Monsanto, si se adapta la biotecnología a la agricultura, es uno de «abundancia y bienestar» (Mon 2). El mantenimiento de la biodiversidad es elemento central del cuidado medioambiental de la empresa. Para ello promueve diversos programas. Por ejemplo, con *Conservation International* (CI), desarrolla un proyecto para «promover la coexistencia» de una agricultura sustentable –biotecnológica– y la conservación del hábitat en dos áreas de sabana, bosque y hábitat silvestre en Brasil.²²⁷ También con los donativos hechos al Centro Internacional de Agricultura Tropical, la empresa busca mejorar «de forma

²²⁶ Sobre estos tres rubros Monsanto se compromete a: 1) duplicar la producción en países donde los agricultores tienen acceso a elegir estas semillas actualmente o las que se anticipan; 2) desarrollar investigación para que sus semillas (maíz, soya y algodón) utilicen menores cantidades de tierra y reduzcan el uso de energía, fertilizantes y agua; 3) tratar de manera justa a todos los agricultores: grandes y pequeños; con y sin recursos: «Para los agricultores de escasos recursos, Monsanto tiene el compromiso de compartir su experiencia de forma tal que les proporcione acceso a una tecnología agrícola más moderna» (Mon 1).

²²⁷ Según lo reporta en su página Web, ahí contribuirá con \$6.5 millones de dólares durante los próximos cinco años, trabajando conjuntamente con CI, para «educar a los agricultores en prácticas de sustentabilidad y restaurar los corredores de vida silvestre» (Mon 1).

convencional» semillas de frijol, arroz, papa y maíz para contribuir a mitigar el hambre y la pobreza además de cuidar el medioambiente y luchar contra el cambio climático (Mon 1).

Con estos proyectos, Monsanto manifiesta su compromiso con la abundancia y la biodiversidad:

Más allá de la esperanza de cosechas exitosas que viven en el corazón de los hombres y mujeres comprometidos con la tierra, en Monsanto edificamos la certeza de las comunidades humanas que esperan que junto a ellos, seamos capaces de hacer florecer el árbol de la vida con abundancia. (Mon 2)

Esta certeza y optimismo sobre un futuro abundante no es compartido por la crítica social. Ahí se plantea que la *coexistencia* de transgénicos con cultivos convencionales o con el mantenimiento del hábitat natural –situación necesaria para la abundancia y diversidad–, es *imposible*: los cultivos transgénicos, a la larga, arrasarán con la abundancia y biodiversidad del hábitat y los cultivos convencionales. En su investigación-documental, Marie-Monique Robin habla del exterminio del entorno que los productores intensivos hacen mediante la deforestación de bosques y selvas. Por ejemplo –nos dice la periodista francesa– en territorio argentino, el cultivo intensivo de soya ha empujado la frontera agrícola hacia la estepa de arbustos de Santiago del Estero –donde todavía emergen algunos quebrachos, árboles para madera en peligro de extinción–: «Cada año se arranca de media el 0,81% del bosque, frente al 0,23% a nivel mundial» (Robin, 2008: 398). En sentido opuesto están declaraciones de los prodestinatarios de Monsanto; según Ricardo Jacobo Arias –de AgroBio– la aplicación de la agrobiotecnología «ha evitado la tala de árboles y extinción de selvas y bosques para crear nuevas extensiones de tierra con el fin de ser cultivadas para producir alimentos» (Jacobo, 2009-06-22).

En México, reconocido como centro de origen y diversidad del maíz, a Monsanto también le interesa mantener esa «diversidad genética activa y viviente de maíz». En su retórica argumenta que si bien los productores indígenas y campesinos «han mejorado y resguardado por miles de años un tesoro genético conformado por decenas de razas y miles de variedades criollas», también son ellos «los productores más pobres y amenazados del campo mexicano». Situación que se combina con la

«migración y la homogeneización de patrones culturales, que ponen en riesgo esta riqueza milenaria». Por ello es que Monsanto, empresa interesada en «la protección y multiplicación de la biodiversidad» dio vida al Proyecto Maestro de Maíces Mexicanos (PMMM), junto con la Confederación Nacional de Productores Agrícolas de Maíz de México (CNPAMM):

Este proyecto contiene en su visión y misión una alternativa capaz de generar viabilidad y calidad de vida para los productores, proteger las regiones de cultivo de estos maíces en los centros de origen para su preservación en bancos nacionales de germoplasma (conservación *in situ*), junto a procesos de investigación y desarrollo orientados a la generación de productos, empresas y estrategias de comercialización, en beneficio directo de los productores indígenas y campesinos que los han resguardado. (Mon 2)

El PMMM –según el informe de Monsanto– está conformando por redes de productores de los estados de Puebla, Tlaxcala, Estado de México y Oaxaca, quienes fungirán como «custodios de las razas y criollos de maíz». Con él se intenta construir un banco de germoplasma «de y para los productores» con el fin de caracterizar la diversidad genética de las razas y variedades para identificar su potencial alimenticio, bioquímico e industrial. Monsanto busca que el PMMM tenga autoridad, legitimidad y credibilidad; así como recursos financieros que le aseguren establecer «un proceso de desarrollo tangible y creciente para las comunidades productoras y que sus únicos beneficiarios sean los custodios indígenas y campesinos» (Mon 2).

Esta retórica no convence al campo de acción-saber crítico, desde donde se ve con muy malos ojos el convenio firmado (el 18 de abril de 2007) por la CNPAMM –filial de la Confederación Nacional Campesina (CNC)– y Monsanto. Con la firma de este acuerdo se formó un fondo para desarrollar el PMMM, combinando recursos económicos y en especie del gobierno, de Monsanto y de la CNPAMM. Este fondo –según GPM– «aparentemente sería para preservar libres de maíces transgénicos a varios estados de la República y para fortalecer bancos de germoplasma del maíz». Ello le resulta sospechoso a la organización ya que «no es creíble que una empresa como ésta quiera proteger desinteresadamente las variedades nativas del maíz mexicano». De ahí que GPM no dude en calificar como «preocupante ingenuidad» el

que la CNPAMM-CNC, firmaran «este convenio discrecional sin mostrarlo ni consultarlo con otras organizaciones» (gpm 7).²²⁸

La reacción del campo de acción-saber antitransgénico al PMMM fue la campaña que diversas organizaciones y GPM lanzaron el 25 de junio siguiente. La campaña nacional en defensa de la soberanía alimentaria y la reactivación del campo mexicano –también conocida como Sin maíz no hay país, ¡pon a México en tu boca!–, fue planteada en oposición «a la liberación del maíz transgénico en México y a la cooptación de algunas organizaciones campesinas a manos de Monsanto». Una de las acciones públicas de protesta de esta campaña fue la siembra de maíces nativos en el Zócalo, jardineras, glorietas y áreas verdes de los cuatro puntos cardinales de la capital del país. Esta campaña buscaba generar la presión social suficiente como para impulsar en el Senado la promulgación de un derecho constitucional a la alimentación así como una Ley de planeación para la soberanía y seguridad agroalimentaria y nutricional; además de promover, en el plano internacional, que el maíz mexicano fuera reconocido como parte de la lista de Patrimonio oral e intangible de la humanidad, por la UNESCO (gpm 7).²²⁹

Pese a que con el recurso ambientalista del dispositivo de RSE, Monsanto pretende frenar las innumerables críticas que se desplegaron en su contra por la LBOGM; la

²²⁸ Cabe mencionar que en declaraciones públicas (difundidas el 9 de julio), los dirigentes de la CNC, Cruz López Aguilar, y de la CNPAMM, Carlos Salazar, aseveraron que las siembras experimentales de maíz transgénico «no serán una amenaza para México si se cumple con el Protocolo de Cartagena y la Ley Federal de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados» (gpm 7). Argumentos inviables –según GPM– por la falta de rigor legal de México que garanticen el cumplimiento del Protocolo de Cartagena.

²²⁹ En 2008 esta campaña –que ya sumaba a más de 300 organizaciones– se extendió a la siembra de frijol. Con el dicho «Sin maíz no hay país, sin frijol tampoco ¡Pon a México en tu boca!», y en el marco de la apertura comercial de la producción agrícola como parte del TLCAN, a partir de enero de ese año, las organizaciones refrendaron su lucha contra los cultivos transgénicos. Asimismo, en octubre siguiente –en el día mundial de la alimentación– organizaciones de esta Campaña (como la Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras del Campo, El Poder del Consumidor y Greenpeace) denunciaron la importación ilegal de semillas de maíz transgénico de Monsanto en cultivos de Chihuahua.

crítica es incólume. Con el maíz, como hemos visto, Monsanto toca una fibra demasiado sensible para la cultura mexicana y da elementos para que su dispositivo ético sea cuestionado. Sin embargo como esta semilla resulta altamente rentable, Monsanto no duda en incentivar a la introducción de maíz transgénico en México. Con ello –según su retórica– se afrontarán los desafíos que depara el futuro próximo: la escasez de alimento, agua y energía. Desafíos que también vislumbra la crítica social. En lo que difieren ambos campos es, como hemos visto, en las posibles soluciones. Mientras desde un extremo se le apuesta a la agricultura intensiva con biotecnología; desde el otro se propone la producción local y a pequeña escala con ecotecnología. Al parecer el Estado, según lo muestra el proceso legislativo que dio vida a la LBOGM, se adhiere a la “solución” de Monsanto. Su normatividad dura –pese a las demandas de la crítica social– le está abriendo la puerta a la producción transgénica. Recordemos las palabras del secretario ejecutivo de la Cibiosem: A México no le interesa ser un país libre de transgénicos. Afirmación que se antoja anticipada en demasía si vemos que el panorama sobre los posibles riesgos por el uso de transgénicos no es certero; y, también, si pensamos en las implicaciones económicas que la introducción de esta tecnología le puede representar a los campesinos pobres de este país, incapaces de pagar las regalías de estos paquetes biotecnológicos.

Narrativas sobre el riesgo: Transgénicos y sustentabilidad

Ante los retos que depara el futuro, el campo de acción-saber protransgénico encomia un cambio de opinión sobre los OGM para afrontar el riesgo del desabasto alimenticio.²³⁰ El hecho de que «cada vez son más las comunidades científicas y los organismos internacionales» los que se suman a este esfuerzo, aprobándolo como

²³⁰ AgroBio retoma la estimación que, para el año 2050, hizo la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE): «la población mundial ascenderá a 9,300 millones de habitantes, lo que agravará la demanda de alimentos y elevará la necesidad de conservar y aprovechar mejor nuestros recursos naturales» (AB 4).

una solución viable para enfrentar el hambre, la escasez de agua y el cambio climático, representa –se dice en este campo– un buen augurio para que México avance por el camino de la biotecnología agrícola. En la arena de disputa que enfrenta al campo de acción-saber de la biotecnología con el de las organizaciones antitransgénicas podemos ubicar un espectro conceptual que contrapone los organismos *naturales* o *biológicos* frente a los *genéticamente modificados*.

De un lado –desde los defensores de la biotecnología y las empresas que la aprovechan– se habla de organismos genéticamente enriquecidos; es decir, aquellos que mediante *procesos científicos* mejoran los componentes naturales. Mientras que del otro lado –desde las organizaciones que los critican– se habla de ellos, despectivamente, como organismos mutantes, antinaturales y alimentos Frankenstein. Unos afirman tener el control sobre las alteraciones genéticas, otros critican que éstas sean incontrolables y que puedan generar mutaciones en las especies tratadas. Mientras los biotecnólogos hablan de afrontar los riesgos que depara el futuro (como el cambio climático); los críticos aseveran que aquellos son los responsables de los riesgos del futuro. Lo que para unos es algo que no afecta la biodiversidad –«introgresión transgénica»–, para los otros es un riesgo de «contaminación»; lo que unos tildan de absurdo temor, para los otros es una triste y peligrosa realidad.

Ambos campos se alinean a las narrativas sobre el *riesgo global*. No obstante, difieren en su contenido semántico y su significado social. Mientras la crítica social habla del riesgo aludiendo a la intoxicación que generan los OGM; la industria biotecnológica hace lo suyo cuando habla del incierto futuro y sus retos, además de que descalifica el sentir del contrario designándolo como «tecnoangustia ecologista» (Theil, 2009: 25) o como un «rechazo irracional» al avance tecnológico (AB 8). Lo que para unos es un miedo irracional a la tecnología o un pensamiento anquilosado y apocalíptico; para otros es una práctica precautoria y sensata que cuida la dignidad del ser humano, los animales y las plantas. Pese a estos matices, ambos recurren al *miedo* y el *riesgo* para interpelar a los paradestinatarios y para reforzar las creencias de sus respectivos prodestinatarios. Veamos cómo se entretajan estas narrativas de las que se desglosan dos “soluciones” para enfrentar el riesgo advertido.

Agrotecnología vs ecotecnología: La autosuficiencia alimentaria y sus dos visiones de desarrollo

Ante un panorama alarmante –en el que se estima que, de continuar los patrones de consumo actuales (el 70% del agua potable se consume en la agricultura), para el año 2025, dos de cada tres personas en el mundo vivirán en condiciones de sequía o escasez de agua–, los campos de acción-saber protransgénico y antitransgénico se alinean a las narrativas sobre el riesgo global que representa el desabasto de recursos. En ambos campos se habla de la necesidad de generar programas sustentables de desarrollo.²³¹ No obstante, la solución para unos es la condenación para los otros. Mientras la solución sustentable es, para unos, la producción agrícola intensiva mediante el uso de biotecnología que satisfaga las demandas del mercado global; para otros, la solución está en lo opuesto: en una agricultura orgánica a pequeña escala y para el consumo local. El campo de acción-saber de la biotecnología agrícola afirma que ésta es una tecnología eficiente en comparación con otras, que de forma inadecuada, usan el agua (AB 7); lo que contribuye a disminuir el calentamiento global.²³² En contraste, Greenpeace postula lo contrario: «lo que esta tecnología significa en realidad es contaminación de variedades criollas, envenenamiento de suelos y cuerpos de agua y pérdida de potenciales mercados» (gpm 7).

Como el objetivo de la agricultura intensiva y el uso de transgénicos –arguye GPM– «es extraer el mayor valor económico posible de cada parcela y aumentar la producción en el corto plazo»; ello, en el largo plazo, no es sustentable. La erosión de los suelos y la resistencia de plagas se agudizan con los monocultivos intensivos.

²³¹ En esto retoman lo recomendado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: Es indispensable adoptar «programas concretos de sustentabilidad para revertir las tendencias actuales de consumo excesivo de agua» (AB 7).

²³² Los prodestinatarios de la industria no dudan en afirmar que con los cultivos biotecnológicos, en 2008, se evitó la emisión de 14,400 millones de kilogramos de CO₂ (cifra equivalente a retirar 7 millones de automóviles de la circulación) (AB 11).

Con esto, además de que no se atiende la producción a mediano y largo plazos, tampoco se satisfacen las necesidades de las comunidades locales, al no proveer seguridad alimenticia ni una dieta saludable y diversa. La «huella de daño ecológico» de la agricultura industrial es ya demasiado grande para ser ignorada. La solución –afirma la retórica antitransgénica– es la agricultura orgánica:

Este es el momento de reconocer que las promesas de la agricultura industrial y la ingeniería genética son falsas. Es tiempo de apoyar una verdadera revolución agrícola que satisfaga las necesidades de las comunidades locales y el ambiente, reestablezca la tierra y permita a los pobres combatir el hambre, los desplazamientos, el agotamiento de su cultura y recursos. Los gobiernos deben empezar a hacer su trabajo. (Comentario de Aleira Lara, coordinadora de la Campaña de agricultura sustentable y transgénicos de Greenpeace México; gpm 7)

Este campo de acción-saber critica la creencia del “milagro transgénico” como solución de la pobreza. La pobreza requiere otras soluciones: «soluciones estructurales, no semillas transgénicas». La «verdadera solución» a la crisis, no son los transgénicos –dice Aleira Lara. La solución está en «la creación de políticas diseñadas con y para los pequeños productores»; los cuales representan cerca del 80 por ciento en México. Son ellos, además, quienes han demostrado tener la capacidad para abastecer el consumo nacional con «mejores prácticas agrícolas y con el uso de semillas de variedades nativas» (gpm 7). En contra de lo afirmado por el campo protransgénico, GPM argumenta que la introducción de OGM generará «mayor empobrecimiento de los campesinos mexicanos» y mayor dependencia a las empresas extranjeras (gpm 7).

En sentido opuesto, la retórica protransgénica defiende que con la biotecnología agrícola se podrá pasar de la seguridad alimentaria a la autosuficiencia alimentaria (AB 5). En este campo de acción-saber se plantea que el hambre y la pobreza de regiones marginales del capitalismo (*wastelands*) –como África–, son consecuencia de que «no han sido alcanzadas por ninguna de las aplicaciones de la ciencia moderna». El que en África y otras regiones pobres, se conserven los métodos «tradicionales» o «premodernos» de producción agrícola –ironizan los partidarios de la biotecnología– los hace improductivos y pobres, pero eso sí, *de facto* orgánicos

(Paarlberg, 2009: 5). Bajo esta óptica, la defensa que hacen organizaciones sociales en contra de la biotecnología agrícola porque «destruye la ‘agricultura tradicional’», resulta injusta y carente de ética. La agricultura orgánica resulta costosa y por tanto inalcanzable para toda la población; por lo que no puede considerarse una solución viable para el hambre y la pobreza (Paarlberg, 2009). Asimismo, prodestinatarios de este campo de acción-saber enfatizan que al no haber diferencia entre los componentes de un producto orgánico, uno convencional y uno transgénico, pero sí entre sus costos de producción –los primeros dos son más costosos y por tanto, menos productivos– la solución para esta problemática es la agricultura biotecnológica (Dangour, et.al., 2009).

OGM: de la excepción a la regla

El campo de acción-saber protransgénico mira con optimismo el futuro de la industria biotecnológica aplicada a la agricultura. AgroBio plantea que para 2015 se comercializarán 120 cultivos con modificaciones genéticas, frente a los 30 existentes en 2008.²³³ Según este pronóstico, la mitad se producirá en Asia y en América Latina; la otra mitad en Estados Unidos y la Unión Europea. Maíz, algodón, soya y cáñola seguirán siendo los cultivos transgénicos más recurrentes mientras que las modificaciones genéticas más comunes serán la resistencia a plagas, la tolerancia a herbicidas y de calidad –durabilidad– de producto.²³⁴

Este optimismo hacia la expansión agrobiotecnológica, como es obvio pensar, no es compartido por la crítica social. Desplazar la agroecología con las prácticas biotécnicas de la segunda revolución verde sería «sumamente perturbador», dice una

²³³ Estimaciones basadas en un estudio realizado por el Instituto para Estudios de Prospectiva Tecnológica y el Centro de Investigación Conjunta de la Comisión Europea.

²³⁴ En doce años, la adopción global de biotecnología aumentó 88%. En 2009 se reportaba que, en el mundo, 13.3 millones de agricultores se dedicaban a la producción y comercialización de cultivos genéticamente modificados; con una siembra estimada en 125 millones de toneladas. Mientras 15 países ya habían adoptado esta tecnología agrícola, otros 55 ya consumían productos genéticamente modificados (Pérez, 2009-02-12).

reconocida ecologista.²³⁵ Con ello, por una parte, se está estimulando la dependencia a insumos caros producidos lejos, los cuales sólo le reportan ganancias a las grandes empresas; y, por la otra, se están desplazando aquellos métodos ecológicos que aprovechan los recursos y capacidades locales. Bajo esta óptica, la solución es frenar el «monocultivo de la mente» propiciado por las revoluciones verdes e impulsar la producción agrotecnológica (Bourne, 2009).

Pero esta solución no se vislumbra sencilla. Integrantes del campo crítico manifiestan que los cultivos transgénicos acabarán contaminando los demás cultivos (orgánicos y convencionales). Contemplan que la agroindustria debe desaparecer. No se puede –como lo propusiera el estudio *Evaluación internacional de la ciencia y la tecnología agrícolas para el desarrollo*, impulsado por el Banco Mundial y la FAO – impulsar la agroindustria y también promover la producción a pequeña escala. La solución –para el campo antitransgénico– es eliminar la producción de OGM. En ese sentido se pronuncia Greenpeace España al asegurar que, según lo demuestran los casos de Cataluña y Aragón, la «coexistencia» de cultivos transgénicos y convencionales –defendida por gobiernos y por la propia industria biotecnológica– no es posible: «la contaminación de cultivos es un hecho».²³⁶ Desde esta retórica se asegura que «la estrategia de la industria semillera» es contaminar; con ello pretenden generar «una situación irreversible que elimine cualquier alternativa de cultivo y que obligue al conjunto de la sociedad a aceptar unos umbrales de presencia de OMG crecientes» (gpm 10).

²³⁵ Vandana Shiva, ganadora del *Right Livelihood Award* –también conocido como Premio Nobel Alternativo; y coordinadora del proyecto *Soils, Food and Healthy Communities* (desarrollado en la región septentrional de Malauí).

²³⁶ Esta opinión es compartida por el emblemático agricultor canadiense demandado por Monsanto por sembrar cáñola transgénica. Percy Schmeiser, en el marco del foro Las voces campesinas frente a los transgénicos (realizado en México en febrero de 2009, en torno a la reunión del Protocolo de Cartagena sobre bioseguridad), aseguró que la coexistencia entre semillas transgénicas y convencionales es imposible; la contaminación transgénica es inevitable, ejemplo de lo cual es que en Canadá ya no hay semillas convencionales de cáñola (Enciso, 2009-02-10).

La solución, ante ello, es la *prohibición estatal* de los insumos transgénicos. En este capítulo hemos visto que en México, el campo de acción-saber antitransgénico demandaba que el Estado solucionara el problema de los transgénicos mediante la elaboración de leyes duras. Leyes y reglamentos que prohibieran la importación de semillas genéticamente modificadas o de productos con transgenes. Pero, ante el avance de la producción transgénica en el mundo ¿cuán viable es que un país le cierre la puerta a los OGM? Si bien algunos países europeos se presentan como tierras “no contaminadas” por los transgénicos; si consideramos, por ejemplo, el caso español entrevemos que esa posibilidad se desvanece. En aquel país, los últimos años hubo ciertos avances en materia de regulación estatal sobre los OGM; sin embargo, esta «mejora legal» –según Greenpeace España– no se tradujo en una mejora «práctica» (gpm 10). El que el gobierno español hubiese retomado la legislación europea sobre trazado y etiquetado de OGM no garantizó su aplicación.²³⁷ Ello porque no se puso en marcha un sistema «real y eficaz» que garantizara el etiquetado y la trazabilidad. En aquél país Greenpeace ha denunciado que el maíz autorizado por el gobierno se comercializa «a ciegas». Primero, para los agricultores, ya que en las etiquetas no se indica que se trata de semillas transgénicas o genéticamente modificadas, sino que se habla de tecnología Bt, maíz protegido contra taladros o tecnología *yieldgard*, palabras que no son identificadas con los OGM, salvo en el caso de agricultores más informados. Segundo, cuando, mezclado con variedades convencionales, es vendido en las cooperativas en un único montón de alimento animal. Es por ello que la producción de esos animales no se etiqueta como parte de una cadena de insumo transgénica. Ello demuestra cómo una regulación estatal dura se desvanece en la práctica: «Desde el campo hasta el plato, las empresas con intereses en transgénicos y las administraciones que las protegen han creado una situación en la que la contaminación ha pasado de ser una excepción a convertirse en la regla» (gpm 10).

²³⁷ Según estos reglamentos, «es obligatorio etiquetar todos los alimentos o los piensos que sean, contengan o se hayan producido a partir de OGM». Con ello, se dibuja un nuevo sistema de trazabilidad, para seguir la traza de los OGM y los productos producidos a partir de OGM a lo largo de la cadena de producción y distribución en todas las fases de su comercialización (gpm 10).

Con esto en mente, cabe preguntarnos si es la prohibición estatal la “solución” al problema denunciado por la crítica social sobre los transgénicos en el mundo. ¿O es, como lo argumentan sus promotores, una necesidad *luddista* de quienes no aceptan los avances tecnológicos en defensa de un pasado quimérico? ¿Acaso es inevitable el uso de esta tecnología? Lamentablemente, con esta investigación no podemos contestar tales interrogantes; lo que sí advertimos con la información analizada es una confrontación marcada por dos posturas difícilmente conciliables. Confrontación en la que cada parte busca deslegitimar al otro. Confrontación que, después de todo, resume la historia de la humanidad; esta afrenta no es más que uno de los tantos episodios de conflicto que mueven al mundo en el proceso de la civilización.

Efectos de poder del dispositivo de RSE de Monsanto

Como se había apuntado de forma hipotética, el dispositivo ético de la responsabilidad social ha despertado interés porque con él las empresas multinacionales pueden frenar y hasta eliminar la regulación estatal que demandan las organizaciones anticorporativas; y, con ello extender su control social, político y económico. Pero, al analizar el episodio de conflicto sobre legislación mexicana en bioseguridad advertimos que la regulación estatal no disminuye y, menos aún, desaparece. El marco regulatorio sobre manejo de transgénicos en México, si bien no prohíbe el manejo de OGM, sí es uno de los más estrictos en el mundo para controlar su –ya inminente– uso. No obstante, el cumplimiento de tantos requisitos resultó benéfico para la industria agrobiotecnológica transnacional. Esta regulación dura, que es anunciada –desde el Estado y la agroindustria– como la “solución” ante el riesgo que representa el desabasto de recursos, la pobreza del campo mexicano y el deterioro ambiental; ha sido criticada por el activismo ecologista por ser un medio para favorecer a las grandes empresas transnacionales, en detrimento de las pequeñas empresas nacionales y la producción campesina local.

En este contexto crítico, el dispositivo RSE le representa a Monsanto una forma para paliar la crítica en su contra; pero contradictoriamente, con él también se alimenta esta crítica. Si Monsanto y la industria multinacional agrobiotecnológica se extiende

a pasos agigantados por los países del globo; las organizaciones antitransgénicas no menguan su avance transnacional. Los activistas ecologistas siguen, como sombras, el andar de las grandes empresas. En esta confrontación, la acción estatal también se ha visto afectada. Los agentes del Estado se ven compelidos a elaborar regulaciones tratando de conciliar intereses que, como en el caso aquí analizado, son difíciles –si no es que imposibles– de conciliar. Para ellos, la existencia de un dispositivo ético de autorregulación resulta benéfica porque, de tal manera, las empresas pueden dejar de ser vistas como monstruos voraces y enemigas del bien común. De esta forma, si una regulación –como la LBOGM– favorece a empresas como Monsanto, el Estado no perdería legitimidad social porque si bien tal regulación favorece a una u otra empresa; éstas, al ser socialmente responsables, benefician el desarrollo social y económico del país. Esta visión, como advertíamos, no es compartida por una crítica social confrontada, históricamente, con el Estado. Pero más allá de que estas posturas resulten irreconciliables, este episodio de conflicto nos permite vislumbrar una dinámica configuracional en la que se refuerzan los controles mutuos entre Estado, mercado y sociedad.

Conclusiones. Efectos de poder de la RSE

Al finalizar los capítulos analíticos (tercero y cuarto) ya distinguíamos algunos de los efectos de poder de la RSE. Ahora vamos a puntualizar tales hallazgos en contraposición con las hipótesis inicialmente planteadas (véase tabla 1). Considerando, como premisa básica, que el resurgimiento y la proliferación de la RSE se pueden explicar por los efectos de poder que tiene en la relación de la empresa con el Estado y la sociedad civil; los hallazgos de esta investigación corroboraron, en cierto sentido, las hipótesis planteadas; pero enriquecieron los argumentos iniciales.

1. Si bien, desde el principio se consideró la RSE como parte de la nueva gobernanza global (la cual introduce la regulación ética como parte central de la reconfiguración entre el Estado, el mercado y la sociedad); inicialmente se había pensado que la RSE tiene efectos negativos sobre la regulación estatal, al acotarla o eliminarla. Aunque esta reconfiguración apunta hacia la desestatización del gobierno y la gubernamentalidad del mercado y la sociedad, ello no implica que la regulación estatal desaparezca o disminuya. Los controles estatales se reorientan hacia el *derecho blando*, sin que por ello se elimine el *derecho duro*. El Estado crea nuevos marcos regulatorios ya sea de tipo flexible –como en el caso de la comida “chatarra”–; o estricto –como con la LBOGM–. Si con estas acciones el Estado no satisface las demandas de la crítica social, sino que la incrementa (sobre todo si tal regulación tiende a favorecer los intereses de las empresas), el dispositivo RSE resulta benéfico. Con él se busca mejorar la imagen de las empresas ante la sociedad.
2. Con esta investigación se descubrió que, si bien con el dispositivo RSE las empresas refutan las críticas en su contra, llegando a debilitar el dicho de las organizaciones anticorporativas; con su promoción como socialmente responsables también se alimenta la crítica social. Este hallazgo nos presentó un efecto de poder que inicialmente no se había considerado: El dispositivo

de RSE, al igual que el de la crítica social, abona en la conformación de una nueva cultura de la prevención-remediación ante un panorama presente y futuro erigido sobre el riesgo y la incertidumbre. Ambos dispositivos, el de RSE y el anticorporativo sustentan su retórica en las mismas preocupaciones: la sustentabilidad ante el desabasto de recursos; la justicia social ante la pobreza y la marginación; la salud ante los riesgos del sobrepeso y la obesidad. En lo que difieren los campos contrapuestos es en las “soluciones” propuestas.

Hipótesis	Hallazgos de la investigación
1. La RSE fomenta la autorregulación y disminuye a su mínima expresión la regulación del Estado sobre el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La RSE sí fomenta la autorregulación (ética). ▪ El control estatal no desaparece, sólo se transforma.
2. Con la RSE los capitalistas pueden deslegitimar a sus opositores, desacreditando y debilitando las críticas en su contra.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La RSE tiene efectos negativos sobre la crítica social al deslegitimar su dicho, la desarma. ▪ La RSE también tiene efectos positivos en la crítica social, la nutre. ▪ El dispositivo de RSE, junto con el de la crítica social, construye una cultura de la prevención-contención del riesgo o remediación del daño.

Tabla 1. Hallazgos de la investigación a la luz de las hipótesis

A partir de los casos analizados podemos concluir que la RSE opera como un dispositivo ético con el que los agentes del capital refuerzan su control económico, político y social sobre las relaciones configuracionales. No obstante, hemos visto que si bien, la RSE empuja el avance global del capitalismo; con la nueva gobernanza global expresada en el dispositivo RSE no necesariamente se acota la regulación estatal y tampoco se minimiza la crítica social anticorporativa. Recordemos que el análisis de los efectos de poder de la RSE se realizó considerando las dimensiones del horizonte de emergencia de este dispositivo. A continuación se desglosan los efectos poder de la RSE en relación con la reconfiguración de la relación Estado-mercado-sociedad; con la confrontación de la crítica social contra el capitalismo global; así como con la conformación de veridicciones sobre el riesgo (o daño) y la

mecánica de poder para contenerlo (o remediarlo). Ello permitirá sacar conjeturas sobre el creciente interés de la RSE en el mundo capitalista.

La crítica social anticorporativa como sombra del capitalismo

Los procesos de regulación examinados nos muestran la capacidad de control que empresas como Bimbo, Coca-Cola o Monsanto pueden tener sobre el aparato estatal y sobre todos aquellos que, de una manera u otra, intentan mermar su expansión económica. Pese a que las multinacionales buscan callar las voces críticas y la RSE podría parecer un instrumento efectivo; hemos visto que, históricamente, la crítica social se ha alimentado del desarrollo capitalista. Los recursos éticos que el capitalismo ha construido a lo largo de su desarrollo (como puede ser, ahora, la RSE) han sido referente de la crítica social; pero, al mismo tiempo, las propias críticas han alimentado la necesidad de construir nuevas justificaciones éticas. El efecto de la RSE en la relación de la empresa con las organizaciones anticorporativas podría parecer contraproducente, pero responde a lo que Boltanski y Chiapello (2002 [1999]) definieron como «espíritu del capitalismo». La RSE opera como una justificación ética del capitalismo frente a la configuración social; sobre todo si se consideran las críticas en su contra. Esta justificación, a manera de un nuevo «espíritu del capitalismo», se nutre pero, a su vez, fomenta la crítica anticorporativa.

Si la crítica social muere, el capitalismo pierde su *espíritu*; y, con ello, la posibilidad de ampliar su capacidad de control configuracional. Para que el capitalismo mantenga su lógica de expansión, requiere una *justificación ética* sustentada en ideas de *bien común* con las que, además de justificar las prácticas capitalistas, se promueva compromiso con su desarrollo y continuidad. La capacidad de supervivencia del capitalismo se puede explicar gracias a la «asimilación» de una parte de la crítica social. Ello, además de fortalecer a la empresa capitalista, ha contribuido a «desarmar» las fuerzas críticas (anticapitalistas y anticorporativas). Existe, así, una correlación entre el capitalismo y su crítica social: la crítica surge para debilitar al capitalismo, pero al ser absorbida por el espíritu del capitalismo, contradictoriamente, lo fortalece. No obstante, cuando desaparece esta crítica es el

mayor momento de fragilidad del capitalismo, ya que pierde los insumos de justicia necesarios para alimentar su espíritu; es entonces cuando la crítica social se revitaliza. La función de la crítica social es deslegitimar las justificaciones éticas construidas por el capitalismo; pero, indirectamente y sin quererlo, también las alimenta. De hecho, son las voces de organizaciones anticorporativas como El Poder del Consumidor o Greenpeace las que le informan al capitalismo, a empresas como Bimbo, Coca-Cola o Monsanto, sobre los peligros que le acechan.

Simplificando el proceso se puede pensar que cuando el capitalismo logra asimilar las demandas de sus detractores, la crítica social (desgastada ideológicamente por su uso y abuso) se reelabora y busca un momento de desorganización del capitalismo para volver a alzar la voz. Entonces exige mayor justicia y descalifica las justificaciones capitalistas anteriores. La tensión provocada por la regeneración de estas críticas engendra la necesidad de crear un nuevo espíritu del capitalismo. De esta forma se puede explicar la reemergencia de la responsabilidad social empresarial. Es la respuesta del capitalismo contra la crítica anticorporativa –altermundista– gestada a finales del siglo XX. Después de unos años, la vieja crítica anticapitalista desarmada en 1989, se reorganizó reelaborando las reivindicaciones de su antecesora a partir de nuevas categorías como el riesgo; ella alimentó la necesidad de crear un dispositivo ético para reforzar el capitalismo global.

La RSE ha sido la respuesta ante la crítica altermundista; pese a que con ella se buscaba debilitarla, los efectos de poder que denotan los casos aquí analizados nos muestran que la RSE ha reforzado la crítica anticorporativa. Por una parte, hemos visto que la formación discursiva de este dispositivo –en voz de empresas como Bimbo, Coca-Cola o Monsanto– nutre las narrativas de la crítica social. Por otra parte, apreciamos que pese a que en los procesos de regulación estatal no se atendieron todas las demandas de las organizaciones anticorporativas, la ofensiva empresarial no apabulló el empuje de Greenpeace México o El Poder del Consumidor. Esto también puede ser explicado al mirar otra de las dimensiones del horizonte de emergencia de la RSE: la gubernamentalidad de la sociedad y el mercado; y la desestatización del gobierno.

Gubernamentalidad: Entre la regulación estatal, la autorregulación del mercado y el control de la crítica social

Ya veíamos que como parte de la «nueva gobernanza global» se reacomodan las funciones y, por tanto, el flujo de poder entre el Estado, las empresas y las organizaciones sociales. El Estado ha dejado de ser el centro rector del control configuracional. Las empresas (sobre todo las grandes multinacionales) y las organizaciones sociales (sobre todo aquellas que se entretajan con redes de defensa transnacional) ganan fuerza, frente al Estado, en el juego de poder de la configuración social. Esta rearticulación no implica, como hemos visto con los procesos de regulación sobre “comida chatarra” y en la legislación sobre bioseguridad, la desaparición del Estado o de su control político, social y económico. Es una rearticulación en la que la fórmula de necesidad que relaciona al Estado con las empresas y las organizaciones civiles se modifica. Por una parte, se refuerza la regulación estatal del derecho blando –sin que desaparezca el derecho duro–; y por la otra, se multiplican los controles mutuos. Cada vez más voces y miradas vigilan y castigan la acción de los otros.

Pese a que el desenlace de los episodios de conflicto analizados favoreció las expectativas del mercado, la crítica social no pereció. Por el contrario, fortaleció su oposición. Si bien en el episodio sobre la “comida chatarra”, la norma blanda reforzó el control que las empresas tienen sobre la sociedad y el Estado; esto también fortaleció la indignación social y, por ende, la crítica anticorporativa. Bimbo y Coca-Cola no dejarán de vender sus productos en las escuelas, pero El Poder del Consumidor y sus prodestinatarios no bajarán la voz crítica en su contra; pugnando, además, para que el Estado “haga su trabajo”. Con ello, la retórica del dispositivo antichatarra, conjuntamente, despliega entre los consumidores una cultura de la prevención contra el *riesgo* de esos productos. En contraste, el episodio de conflicto sobre transgénicos, pese a haber atendido parcialmente la demanda de la crítica social para legislar su introducción y uso –aunque no su prohibición–, también favoreció los intereses del sector biotecnológico. Ello, no obstante, hizo que la “mirada fisgona” de organizaciones antitransgénicas intensificara su vigilancia. Si el gobierno mexicano le abrió la puerta a los transgénicos, beneficiando con ello a

multinacionales como Monsanto; Greenpeace y sus prodestinatarios pugnan por el castigo social. Bloquean la diseminación de transgenes por los campos mexicanos al tiempo que amplifican las voces *luddistas* que, en otras partes del mundo, arguyen contra los peligros de la nueva tecnología.²³⁸

Estos casos muestran la forma en que se entrelaza la *fórmula de necesidad* de la configuración social: empresas, Estado, crítica social y consumidores dependen del control y la resistencia de los demás. Las empresas apelan a su responsabilidad social retomando las críticas de sus adversarios; los Estados repliegan su control para adaptarse a los cambios globales del mercado; las organizaciones críticas y los consumidores le exigen a empresarios y gobernantes respeto de derechos y cumplimiento de obligaciones. Con protestas públicas, contracampañas y boicots las organizaciones anticorporativas le pisan los talones a las empresas y al Estado. Asimismo, con el dispositivo RSE las multinacionales le hacen frente a la ofensiva anticorporativa; mientras, el Estado flexibiliza su regulación para aligerar su carga económica.

Mediante un juego de control-dependencia-resistencia se rearticulan los agentes del Estado, el mercado y la sociedad; en esta interrelación se redefinen y negocian las responsabilidades públicas. En tal redefinición, ninguno de los agentes puede ser *el* responsable o *el* garante del bienestar común; como tampoco ninguno puede “apropiarse” del poder para controlar, de manera absoluta, a los demás. Si bien el poder parece concentrarse en algún nodo –en el mercado, como en los casos analizados–, esta concentración no es absoluta; es dinámica y cambiante. La

²³⁸ Si bien suele hablarse de *luddismo*, de manera despectiva, calificando de «seres confusos, patéticos, peligrosos y locos» a quienes se oponen a los cambios tecnológicos; según estudios revisionistas, el que –durante los primeros años de la Revolución Industrial (1811-1812) y bajo la bandera del Ned Ludd– los trabajadores manuales se opusieron a la instalación de hilanderías no implicaba un *miedo irracional* a la tecnología. La oposición estaba fundamentada en el temor de que su mano de obra fuera sustituida. Desde esta reinterpretación se habla de *ludditas* como aquellos que se opusieron a la introducción de nuevas tecnologías, pero no por estar «en contra de la tecnología ‘per se’, sino más bien contra los cambios sociales que la nueva tecnología producía y consolidaba» (Noble, 1983 [2000]: 11-17).

concentración de unos deviene, a la postre, en la concentración de otros. Si, otrora, los Estados acumulaban buena parte de los mecanismos del control social, económico y político; antaño este control lo tenía la iglesia Católica; y, en la actualidad, parece estar en manos de los grandes empresarios. Del control de un clero que ordenaba quemar a quienes no comulgaban con el credo propio; el control se concentró en quienes desde el Estado tenían la capacidad y legitimidad necesaria para exterminar a toda población que fuera considerada una amenaza para sus intereses. Con la actual reconfiguración, el control se concentra en aquellas elites económicas que abastecen los mercados mundiales.²³⁹

En esta cambiante concentración de poder, aquellos con menos recursos para controlar a los demás también extienden su control-resistencia. Los que entonces se oponían al desarrollo capitalista mediante el socialismo, o al poder imperial mediante las luchas nacionalistas; ahora pugnan por un capitalismo alternativo que respete los derechos humanos. En los casos analizados hemos visto la capacidad que organizaciones anticorporativas, como Greenpeace y El Poder de Consumidor, tienen para enfrentarse a gigantescos corporativos como Monsanto, Bimbo y Coca-Cola. Si bien, sus logros podrían parecer “insignificantes” porque, finalmente, no hicieron que el Estado prohibiera la venta de “comida chatarra” o la introducción de transgénicos, apreciemos –desde la propuesta de Hirschman (1986 [1982]: 105-106)– los resultados desde otros ojos. Enfoquemos la mirada en lo que se logró y no en lo que debería haberse logrado; y valoremos el magno esfuerzo que significa alzar la voz en contra del capitalismo global como la forma en que estas organizaciones extienden su de control configuracional.

Ahora bien, en esta transformación sociohistórica en la que se intercambian las posiciones de control, las retóricas también se modifican. Como lo advertimos en los

²³⁹ En este reacomodo de fuerza, no podemos dejar fuera las redes económicas de la droga y el crimen organizado; como tampoco la renovada ingerencia que, en los últimos años, ha tenido la iglesia Católica. Por una parte, los cárteles pugnan contra los demás agentes políticos, económicos y sociales para extender su control configuracional. Por la otra, el poder global del Vaticano disemina su influencia en quienes concentran el control social, político y económico.

episodios de conflicto, las demandas de unos se convierten en las justificaciones de otros. El espíritu de lucha anticorporativo es rearticulado por el dispositivo RSE para desdibujar la imagen negativa que la crítica ha hecho de las multinacionales. Con la RSE el gran capital conforma un nuevo espíritu con el que buscan justificar su expansión global pese a las consecuencias negativas de ello –marginación y desigualdad– y frente a la indignación social causada. Ello nos lleva a pensar en la tercera dimensión del horizonte de emergencia de la RSE, aquél desde el que se construye la idea de una sociedad en riesgo.

Cultura de la prevención/remediación y mecanismos de poder de las empresas y organizaciones anticorporativas

Como parte del horizonte de emergencia de la RSE veíamos que, en las últimas décadas, comenzó a construirse una nueva forma de pensar y actuar en torno a la idea del riesgo. De las narrativas sobre este riesgo abrevan los campos de acción-saber contrapuestos: el capitalista y el anticorporativo. Desde ambos campos se manifiestan preocupaciones similares; en ambos se enarbolan, de forma general, los mismos principios y valores (justicia social, equidad, solidaridad); ambos, operando como dispositivos, comparten los mismos mecanismos de poder (deslegitimar al otro y extender su control sobre la configuración social). Veamos esto por partes.

Ante la extinción de las utopías, y en un contexto invadido por la incertidumbre, con la RSE y con la crítica social se ha gestado una cultura de prevención sobre los posibles riesgos (o de contención para los inminentes daños). Desde cada campo, compartiendo valores y principios comunes, se perciben amenazas y posibles soluciones; con ello se delinear las relaciones configuracionales y el flujo de poder en el entramado social. El que ambos campos compartan principios y valores se explica, primero, por la correlación –antes mencionada– entre crítica social y desarrollo del capitalismo; y, segundo, porque los dos campos están alineados con la idea de una sociedad en riesgo. Los capitalistas desarman a sus críticos al hacer suyas las demandas. Tales demandas, además, forman parte de una transformación sociocultural que repercute en la crítica social. Como hemos visto con la

transformación de la crítica social anticapitalista en anticorporativa, sus agendas han cambiado incorporándose nuevos temas (derechos humanos).

Es por ello que, en torno al episodio de conflicto sobre la venta y publicidad de “comida chatarra”, organizaciones y empresas comparten la mirada sobre el riesgo que representa el sobrepeso, la obesidad y la desnutrición en los niños y jóvenes mexicanos. Desde ambos campos se percibe una *sociedad en riesgo*; también, desde ambos campos, se construye una cultura para afrontar las amenazas. Ahí es donde estos campos difieren: en la forma de contener el riesgo (o remediar el daño). Para las organizaciones anticorporativas la solución está en la prohibición de publicidad y venta de alimentos con bajo valor nutricional en las escuelas. En contraste, para la industria que produce estos alimentos, la solución está en mejorar la calidad de los productos y reducir porciones; en informar a los consumidores sobre el contenido calórico y sobre la importancia de una alimentación balanceada; en promover la actividad física; así como en desarrollar proyectos sociales para que la población marginada mejore su calidad de vida y alimentación. Si bien la crítica social comparte con la industria la importancia que tiene la información certera al consumidor; así como el fomento de la actividad física y los buenos hábitos alimenticios; su énfasis está en la *prohibición*. Lo que distingue la propuesta de la industria es la intención de *mejorar* los contenidos nutricionales de sus productos.

Con valores y principios similares (crear bienestar y salud para niños y jóvenes), pero con creencias diferentes (prohibición versus mejora) los dispositivos RSE y anticorporativo buscan convencer a los consumidores y a la opinión pública de sus veridicciones. Mediante recursos retóricos, los enunciadores (empresas u organizaciones) y sus aliados (prodestinatarios), critican la visión del contrario (contradestinatario); y tratan de convencer a los destinatarios indecisos (paradestinatarios) de sumarse a su campo de acción-saber. Con ello buscan extender su control sobre las relaciones configuracionales. Por una parte, empresas como Bimbo y Coca-Cola buscan que sus productos se sigan consumiendo y que las regulaciones estatales no afecten su operación comercial. Por otra parte, organizaciones como El Poder del Consumidor le exigen al Estado que prohíba la

venta de esos productos en las escuelas y construyen una imagen negativa de tales productos.

Esta mecánica de poder operó –como pudimos ver en el cuarto capítulo– de manera similar en el episodio de conflicto sobre manejo de transgénicos. Durante el proceso legislativo, la industria agrobiotecnológica y la sociedad civil afín (enunciadores y prodestinatarios) se empeñaron en descalificar las veridicciones del campo antitransgénico al tacharlas de falsas, pseudocientíficas y sustentadas en miedos más que en hechos. Desde esta óptica el riesgo se encarna en que la tecnoangustia ecologista le cierre la puerta al desarrollo tecnológico. En contraparte, la crítica social (en voz de organizaciones como Greenpeace) busca difundir información sobre la verdad de los transgénicos para reforzar las creencias de sus aliados (prodestinatarios) y ganar adeptos (paradestinatarios). Desde esta veridicción, la promoción de cultivos y productos genéticamente modificados representa un riesgo para la salud humana y animal, así como una amenaza a la economía de los pequeños productores del campo.

La solución para el campo industrial está en la promoción regulada de transgénicos; ello representa un riesgo para el campo anticorporativo, la solución desde esta perspectiva es la prohibición. Mientras que la LBOGM es para los primeros un acierto, para los segundos es un error que representa la debilidad del Estado mexicano frente a los grandes corporativos como Monsanto. Mientras Greenpeace México pugnaba porque se prohibiera la producción y el consumo de transgénicos en el país, Monsanto y AgroBio advertían un atraso regulatorio que impedía a los productores mexicanos subirse al tren de la producción transgénica y la competitividad global. Con este caso advertimos que si bien ambos campos comparten valores e intereses similares (bienestar social y promoción del desarrollo económico), el remedio ante los riesgos que ambos vislumbran (desabasto de recursos y deterioro ambiental) difiere. Prohibición de transgénicos y de insumos importados; freno a la producción a gran escala; y promoción de agroecología, se contraponen a la promoción intensiva y global de la agroindustria biotecnológica. Es así como en ambos campos, desde narrativas similares, se llega a soluciones diametralmente diferentes.

Los efectos de poder y el creciente interés por la RSE

Si bien con el dispositivo RSE se busca debilitar la crítica social –al deslegitimar el campo de acción-saber anticorporativo y desarmar su estrategia de convencimiento–, los hallazgos de esta investigación muestran que la práctica discursiva de la RSE también alimenta la crítica social. El que empresas como Bimbo, Coca-Cola y Monsanto se presenten como socialmente responsables no mengua la crítica de El Poder del Consumidor o Greenpeace México. Esto podría parecer un desincentivo para que los agentes del capital recurran a la RSE. Ello no ayudaría a entender el porqué de su proliferación. Sin embargo, la estrategia de convencimiento de este dispositivo va más allá de su relación con la crítica social. Con este dispositivo también se quiere convencer a los consumidores, a los gobernantes, a la opinión pública general, de los beneficios (o la bondad) de estas empresas. Es por ello que podemos afirmar que cada vez más empresarios se suman al club de la responsabilidad social porque con ella se puede mejorar la imagen pública de la empresa, pese a que no se detenga la embestida de las organizaciones críticas.

Otro efecto de poder de la RSE se relaciona con la nueva gobernanza global. Es decir con la reconfiguración de los controles configuracionales a partir de la ética. Pese a que la nueva gobernanza también refuerza la vigilancia de la sociedad civil sobre el mercado, el dispositivo RSE fortalece la tendencia autorregulatoria del mercado y favorece una regulación estatal (dura o blanda) afín a los intereses económicos. Con los casos analizados hemos visto que, como con la RSE las empresas “hacen algo por la sociedad”, el Estado puede regular a favor de ellas; de esta forma ambos, Estado y empresas, estarían generando un beneficio social. Esto parece ser un estímulo suficiente para que los empresarios se interesen en mayor medida por la RSE.

Finalmente, recordemos que la RSE es parte de una transformación sociocultural en la que los agentes del capital, junto con los demás sujetos sociales, reconocen los riesgos (sociales, económicos o ecológicos) que conlleva el desarrollo tecno

económico de la industrialización. No obstante, pese a que de manera general desde las empresas y las organizaciones sociales se vislumbran los mismos riesgos (obesidad-desnutrición, desabasto de alimentos y deterioro ambiental, según los casos analizados); las causas de estos riesgos y las soluciones propuestas constituyen visiones culturales opuestas. Por ello, el hecho de que la RSE opere como un dispositivo ético con el que se quiere convencer de las propias veridicciones, resulta un mecanismo de poder conveniente para deslegitimar al oponente y extender, con ello, el control configuracional. Esto se nos presenta como un elemento más que nos permite entender por qué empresas como Bimbo, Coca-Cola y Monsanto se han sumado al club la responsabilidad social.

Bibliografía

- Ackerman, John (2005), *Social Accountability in the Public Sector: A conceptual Discussion*, Washington, D. C., World Bank.
- Aguilar, Luis (2006), *Gobernanza y gestión pública*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Alexander, Jeffrey (1987), "The social requisites for altruism and voluntarism: Some notes on what makes a sector independent", *Sociological Theory*, Vol. 5, fall, pp. 165-171.
- Alba, Carlos (2006) "Los empresarios y la democracia en México", *Foro Internacional*, Núm. 183, Vol. XLVI, ene-mar 2006, pp. 122-149.
- _____ (1996), "Los empresarios y el Estado durante el Salinismo", *Foro Internacional*, Vol. XXXVI, ene-jun 1996, pp. 31-79.
- Andreoni, James (1989), "Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence", *The Journal of Political Economy*, Vol. 97, No 6, pp. 1447-1458.
- Anheier, Helmut, Marlies Glasius y Mary Kaldor (Eds.) (2001), "Introducing Global Civil Society", en Helmut Anheier, Marlies Glasius y Mary Kaldor (Eds.) *Global Civil Society 2001*, New York, Oxford University Press, pp. 3-21.
- Arrighi, Giovanni (1999) [1994], *El largo siglo XX. Dinero y poder en los orígenes de nuestra época*, Madrid, Ediciones Akal.
- Arrighi, Giovanni, Beverly Silver & Benjamin Brewer (2003), "Industrial convergence, globalization, and the persistence of the North-South divide", *Studies in Comparative Development*, Vol. 38, No. 1, spring 2003, pp. 3-31.
- Arrighi, Giovanni, T. K. Hopkins e I. Wallerstein, 1999, *Movimientos antisistémicos*, Madrid, Akal.

- Arriola, Carlos (comp.), (1994), *Testimonios sobre el TLC*, México, Diana/ Miguel Ángel Porrúa.
- _____ (1988) [1981], *Los empresarios y el Estado 1970-1982*, México, Coordinación de Humanidades UNAM/ Miguel Ángel Porrúa.
- Avritzer, Leonardo (1999), “Modelos de sociedad civil: Un análisis de la especificidad del caso brasileño”, en Alberto Olvera (coord.), *La sociedad civil. De la teoría a la realidad*, México, El Colegio de México, pp. 133-156.
- Bächtold, Ernesto, 2006, “La norma mexicana de responsabilidad social”, en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), *Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito*, Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE).
- Bauman, Zygmunt (2007), *Vida de consumo*, México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2005), *Ética posmoderna*, México, Siglo XXI Editores.
- _____ (1999) [1998], *Globalización. Consecuencias humanas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1991) [1989], *Modernity and the Holocaust*, Cambridge, Polity Press.
- Beck, Ulrich Beck, Ulrich (2002) [1999], *La sociedad del riesgo global*, Madrid, Siglo XXI.
- _____ (1996) [1993], “Teoría de la sociedad del riesgo” (Capítulo 6) y “Teoría de la modernización reflexiva” (Capítulo 7), en Josexto Beriain (Comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, Barcelona, Anthropos, pp. 201-265.
- Becker, Gary (1981), “Altruism in the family and selfishness in the market place”, *Economica*, New Series, Vol. 48, No. 189, Febrero, pp. 1-15.
- Bennet, Douglas y Kenneth Sharpe (1980), “The State as Banker and Entrepreneur: The Last- Resort Character of the Mexican State’s Economic Intervention, 1917-1976”, *Comparative Politics*, Vol. 12, No. 2 (Ene. 1980), pp. 165-189.

- Beriain, Josexto (1996), "El doble «sentido» de las consecuencias perversas de la modernidad" (Prólogo), en Josexto Beriain (Comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, Barcelona, Anthropos, pp. 7-29.
- Bishop, Matthew y Michael Green (2009 [2008]), *Filantrocapitalismo. Cómo los ricos pueden cambiar el mundo*, Barcelona, Tendencias Editores.
- Blowfield, Michael y Alan Murray (2008), *Corporate Responsibility. A critical introduction*, New York, Oxford University Press.
- Boltanski, Luc y Ève Chiapello (2002 [1999]), *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal.
- Bonomi, Rosina, Daniel Pagliano y Juan Izquierdo (s/f) "Seguridad alimentaria: el debate", Fundación Redbio, Montevideo, Uruguay. Disponible en http://www.redbio.org/portal/encuentros/enc_2001/Sesi%F3n%20de%20clausura/poster_final.pdf Consultado el 8 de octubre de 2009.
- Bourdieu, Pierre (2000), "El campo científico", en *Los usos sociales de la ciencia*, Buenos Aires, Nueva Visión, pp. 11-57.
- Braudel, Fernand (1986 [1985]), *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de Cultura Económica (Breviarios Núm. 427).
- Carbone, Robert F. (1993), "Marketplace practices and fundraising ethics" en David Hammack y Dennis R. Young (eds.), *Nonprofit Organizations in a Market Economy*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers, pp. 294- 315.
- Castells, Manuel (1999) [1997], *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (Vol. 3), México, Siglo XXI Editores.
- Camp, Roderic A. (1995) [1989], *Los empresarios y la política en México: Una visión contemporánea*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Cordera, Rolando (1998), "Progresos y la experiencia mexicana contra la pobreza. Notas sobre el contexto social y el registro histórico", en *Memoria del Seminario Alivio a la pobreza, análisis del Programa de Educación, Salud y*

Alimentación dentro de la política social, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

Dabat, Alejandro y Miguel Ángel Rivera, 1994, "Las transformaciones de la economía mundial", en Alejandro Dabat (coord.), 1994, *México y la globalización*, México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias-UNAM. pp. 15-38.

Desari, Maghnad y Yahia Said (2001), "The New Anti-Capitalism Movement: Money and Global Civil Society", en Helmut Anheier, Marlies Glasius y Mary Kaldor (Eds.) *Global Civil Society 2001*, New York, Oxford University Press, pp. 51-78.

DiMaggio, Paul y Helmut Anheier (1990), "The Sociology of nonprofit organizations and sectors", *Annual Review of Sociology*, Vol. 16, pp. 137-159.

Drucker, Peter (1999), *Los desafíos de la administración en el siglo XXI*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

_____ (1993) [1992], *Administración y futuro. De los '90 en adelante*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

Durkheim, Émile (2007) [1893], *La división del trabajo social*, México, Colofón.

Eckel, Catherine y Richard Steinberg (1993), "Competition, performance, and public policy toward nonprofits", en David Hammack y Dennis R. Young (eds.), *Nonprofit Organizations in a Market Economy*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers, pp. 57-81.

Elias, Norbert (1990) [1987], *La sociedad de los individuos*, Ensayos, Barcelona, Ediciones Península.

_____ (1987) [1982], *La sociedad de los moribundos*, México, Fondo de Cultura Económica.

_____ (1982) [1970], *Sociología Fundamental*, Barcelona, Gedisa.

_____ (1982) [1969], *La sociedad cortesana*, México, Fondo de Cultura Económica.

Emerson, Richard (1962), "Power-Dependence Relations", *American Sociological Review*, Vol. 27, Núm. 1, Feb., 1962, pp. 31-41.

- Engel, Uwe y Hermann Strasser (1998), "Global Risks and Social Inequality: Critical Remarks on the Risk-Society Hypothesis", *The Canadian Journal of Sociology/ Cahiers canadiens de sociologie*, Vol. 23, No. 1 (Winter, 1998), pp. 91-103.
- Evans, Peter (1999), "Counter-Hegemonic Globalization: Transnational networks as political tools for fighting marginalization", *Contemporary Sociology*, Vol. 29, No. 1.
- Foucault, Michel (2006) [1978] "Governmentality", en Aradhana Sharma y Akhil Gupta (ed.) *The Anthropology of the State. A reader*, Oxford, Blackwell Publishing (131-143).
- _____ (1999) [1984], *Estética, ética y hermenéutica. Obras escogidas*, (Vol. III), Barcelona, Paidós.
- _____ (1990), "Omnes et singulatim: hacia una crítica de la razón política", en Michel Foucault, *La vida de los hombres infames*, Madrid, La Piqueta, pp. 265-306.
- _____ (1984) [1975], *Vigilar y Castigar*, México, Siglo XXI Editores.
- _____ (1988a) [1978], *La verdad y las formas jurídicas*, México, Gedisa. (Cuarta conferencia).
- _____ (1988b) [1979], "El sujeto y el poder", en Hubert Dreyfus y Paul Rabinow, Michel Foucault: *Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- _____ (1979), *Microfísica del poder*, Madrid, La Piqueta.
- _____ (1970) [1969], *La arqueología del saber*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Frausto, Salvador (2007) "Lorenzo Servitje. Una apuesta por el pan", en Jorge Zepeda (2007) *Los amos de México. Los juegos de poder a los que sólo unos pocos son invitados*, Planeta, México (pp. 241-272).
- Friedman, Milton (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

- Friedman, Milton y Rose Friedman, (1992) [1980], *La libertad de elegir. Hacia un nuevo liberalismo económico*, Barcelona, Grijalbo.
- González Bedoya, Jesús (1989), “Prólogo a la edición española”, Perelman, Chaïm y L. Olberchts-Tyteca (1989), *Tratado de la argumentación. La Nueva Retórica*, Madrid, Editorial Gredos (trad. Julia Sevilla Muñoz).
- González Navarro, Moisés, 1985, *La pobreza en México*, México, El Colegio de México.
- Gynspan, Rebeca (2005), “La desigualdad en las oportunidades en América Latina: una revisión crítica de los resultados de las últimas dos décadas”, en Kliksberg, Bernardo (comp.) *La agenda ética pendiente de América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica/ Banco Interamericano de Desarrollo, pp. 137- 148.
- Hammack, David y Dennis R. Young (1993), “Perspectives on nonprofits in the markets” en David Hammack y Dennis R. Young (eds.), *Nonprofit Organizations in a Market Economy*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers, pp. 1-20.
- Harvey, David (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Basil Blackwell.
- Held, David y Anthony McGrew (2003 [2002]), *Globalización/ Antiglobalización. Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Barcelona, Paidós.
- Hikino, Takashi y Alice H. Amsden (1995), “La industrialización tardía en perspectiva histórica”, *Desarrollo Económico*, Vol. 35, No. 137, abril-junio, pp. 3-34.
- Hirschman, Albert O. (1977 [1970]), *Salida, voz y lealtad. Respuesta al deterioro de empresas, organizaciones y Estados*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Hobsbawm, Eric y Terence Ranger (eds.), 2002 [1983], *La invención de la tradición*, Barcelona, Editorial Crítica.
- Ianni, Octavio, 2006 [1996], *Teorías de la globalización*, México, Siglo XXI, UNAM.

- James, Estelle (1989), *The Nonprofit Sector in International Perspective. Studies in Comparative Culture and Policy*, Nueva York, Oxford University Press (Yale Studies on Nonprofit Organizations).
- Keane, John (2001), "Global Civil Society?", en Helmut Anheier, Marlies Glasius y Mary Kaldor (Eds.) *Global Civil Society 2001*, New York, Oxford University Press, pp. 23-47.
- Keck, Margaret y Kathryn Sikkink, 2000 [1998], *Activistas sin fronteras*, México, Siglo XXI.
- Kliksberg, Bernardo (comp.) (2005), *La agenda ética pendiente de América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica/ Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kolm, Serge-Christophe (2006), "Introduction to the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity", en *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity*, Oxford, Elsevier B. V., pp. 4-122.
- Kwak, Nojin, Dhavan Shah y Lance Holbert (2004), "Connecting, trusting, and participating: The direct and interactive effects of social associations", *Political Research Quarterly*, Vol. 57, No. 4, pp. 643-652.
- Layton, Michael (2008), "¿Dónde estuvimos? ¿Dónde estamos? ¿A dónde vamos?", Ponencia del Foro *Retos y perspectivas de las políticas para el fortalecimiento de la sociedad civil, balance a dos años de gobierno*, realizado el 20 y 21 de octubre de 2008 en la Ciudad de México.
- Layton, Michael y Alejandro Moreno (s/f), "Donaciones y donantes en México: Una mirada a través de la *II Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil*", Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil, Instituto Tecnológico Autónomo de México (documento de trabajo de los autores; la presentación también está disponible en www.filantropia.itam.mx/docs/Donaciones.pdf).
- Letki, Natalia (2004), "Socialization for participation? Trust, membership, and democratization in East-Central Europe", *Political Research Quarterly*, Vol. 57, No. 4, pp. 665-679.

- Lévinas, Emmanuel (1974) [1972], *Humanismo del Otro hombre*, México, Siglo XXI Editores.
- Levy, David y Rami Kaplan (2008), "Corporate Social Responsibility and Theories of Global Governance", en Andrew Crane et. al. (eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford University Press.
- Leyva, Gustavo (2002), "La genealogía del sujeto occidental moderno. Proceso de civilización y constitución de la subjetividad en Norbert Elias", en Gustavo Leyva, Héctor Vera y Gina Zabudovsky (coord.), *Norbert Elias: Legado y perspectivas*, México, Lupus Inquisitor/UNAM/UAM-I.
- Lipovetsky, Gilles (1998 [1992]), *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Barcelona, Anagrama.
- Luhmann, Niklas (1996) [1991], "El concepto de riesgo", en Josexto Beriain (Comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, Barcelona, Anthropos, pp. 123-153.
- Marshall, Catherine y Gretchen B. Rossman, (1999), *Designing Qualitative Research*, Thousand Oaks, California, Sage Publications.
- Marshall, Gordon (1986 [1982]), *En busca del espíritu del capitalismo. Ensayo sobre la tesis de Max Weber acerca de la ética protestante*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Mauss, Marcel (1979) [1924], "Ensayo sobre los dones. Razón y forma del cambio en las sociedades primitivas", en Marcel Mauss, *Sociología y Antropología*, Madrid, Taurus, pp. 153-268.
- Melucci, Alberto (1999), *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, México, El Colegio de México.
- Millington, Andrew (2008), "Responsibility in the Supply Chain", en Andrew Crane et. al. (eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford University Press (pp. 363-383).

- Mizrahi, Yamile (1996), "La nueva relación entre los empresarios y el gobierno: el surgimiento de los empresarios panistas", *Estudios Sociológicos*, Vol. XIV, Núm. 41, 1996, pp. 493-515.
- Molm, Linda (2001), "Theories of social exchange and exchange networks", en George Ritzer and Barry Smart (eds.), *Handbook of the Social Theory*, London, Sage Publications, pp. 260-272.
- Montes, Fernando (2005), "Ética de la economía", en Bernardo Kliksberg (comp.), *La agenda ética pendiente de América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica/ Banco Interamericano de Desarrollo, pp. 57-65.
- Moon, Jeremy y David Vogel (2008), "Corporate Social Responsibility, Government, and Civil Society", en Andrew Crane et. al. (eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford University Press (pp. 303-323).
- Moore, Barrington (1989), *La injusticia: bases sociales de la obediencia y la rebelión*, México, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM.
- Natal, Alejandro, Patricia Greaves y Sergio García, 2002, *Recursos privados para fines públicos*, México, The Synergos Institute/ Centro Mexicano para la Filantropía/ El Colegio Mexiquense.
- Natale, Paolo, 1994, "Formas y finalidades de la acción solidaria", en René Millán (comp.), *Solidaridad y producción informal de recursos*, México, Instituto de Investigaciones Sociales/ Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nedelmann, Birgitta (2001), "The continuing relevance of Georg Simmel: Staking out anew the field of Sociology", en George Ritzer and Barry Smart (eds.), *Handbook of the Social Theory*, London, Sage Publications, pp. 66-78.
- Noble, David F. (1983 [2000]), *Una visión diferente del progreso. En defensa del luddismo*, Barcelona, Alikornio ediciones.
- Olvera, Alberto (2003), "Introducción", en Alberto Olvera (coord.), *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica/ Universidad Veracruzana, pp. 13-41.

- Paz, Octavio (1978), "El ogro filantrópico", *Letras, letrillas, letrones*, Texto disponible en http://www.agendafiscalsociedadcivil.org/files/ogro_filantrópico.pdf, última consulta mayo de 2008.
- Perelman, Chaïm y L. Olberchts-Tyteca (1989), *Tratado de la argumentación. La Nueva Retórica*, Madrid, Editorial Gredos (trad. Julia Sevilla Muñoz).
- Pérez, Maya (2000) "Pueblos indígenas, movimientos sociales y lucha por la democracia", en Instituto Nacional Indigenista, *Estado del desarrollo económico y social de los pueblos indígenas de México*. México: INI/PNUD.
- Pianta, Mario (2001), "Parallel Summits of Global Civil Society", en Helmut Anheier, Marlies Glasius y Mary Kaldor (Eds.) *Global Civil Society 2001*, New York, Oxford University Press, pp. 169-194.
- Piliavin, Jane A. y Hong-Wen Charng (1990), "Altruism: A review of recent theory and research", *Annual Review of Sociology*, Vol. 16, pp. 27-65.
- Polanyi, Karl, (1947), *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Buenos Aires, Editorial Claridad.
- Post, Stephen, Byron Johnson, Michael Mc Culloug y Jeffrey Schloss (2003), *Research on Altruism and Love. An Annotated Bibliography of Sociology, Evolutionary Biology, and Theology*, Pennsylvania, Templeton Foundation Press.
- Putnam, Robert (1994) [1993], *Para que la democracia funcione. La experiencia italiana en descentralización administrativa*, Caracas, Editorial Galac.
- RAE (Real Academia Española) (2001), *Diccionario de la Lengua Española* (22º edición), Madrid, Rodesa.
- Red Pacto Mundial, 2008, *Pacto Mundial en México. Comenzando por los Principios: Actividades 2007*, México, Naciones Unidas, Red Pacto Mundial México.
- Reygadas, Luis (2008), *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*, México, Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

- Ridley, Matt, 1997 (1996), *The Origins of Virtue. Human Instincts and the Evolution of Cooperation*, Nueva York/ Londres/ Australia/ Canadá, Viking Penguin.
- Rodríguez Garavito, César (2007), “La ley de Nike: el movimiento antimaquila, las empresas transnacionales y la lucha por los derechos laborales en las Américas”, en Boaventura de Sousa Santos y César Rodríguez Garavito (eds.) (2007), *El derecho y la globalización desde abajo. Hacia una legalidad cosmopolita*, Barcelona, Anthropos/UAM-Cuajimalpa.
- Rubin, Jeff (2009), *Por qué el mundo está a punto de hacerse mucho más pequeño*, Barcelona, Tendencias Editores.
- Rudy Mario y Vicente Jiménez Gandra (2007), “Una mirada a las Organizaciones Campesinas (2003-2004), *Bien Común* (Revista de la Fundación Rafael Preciado Hernández), Núm. 48, Abril de 2007 (Desarrollo rural y apertura), pp. 21-26.
- Salamon, Lester y Helmut Anheier (1994), *The Emerging Sector: The Nonprofit Sector in Comparative Perspective –An Overview*, Baltimore, The John Hopkins University Press.
- Salamon, Lester, Helmut Anheier, Regina List (1999), “La sociedad civil en una perspectiva comparativa”, en Lester Salamon, Helmut Anheier, Regina List (et. al.), *La sociedad civil global. Las dimensiones del sector no lucrativo*, (Proyecto de estudio comparativo del sector no lucrativo de la Universidad John Hopkins), Bilbao, Fundación BBVA, pp. 18-60.
- Sánchez, Joan-Eugeni (2008), “El poder de las empresas multinacionales”, *X Coloquio Internacional de Geocrítica. Diez años de cambios en el mundo, en la geografía y en las ciencias sociales, 1999-2008*, Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008 (disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/-xcol/449.htm>) Consultado en marzo de 2010.
- Santos, Boaventura de Sousa (2007), “Más allá de la gobernanza neoliberal: el Foro Social Mundial como legalidad y política cosmopolitas subalternas”, en Boaventura de Sosa Santos y César Rodríguez Garavito (eds.) (2007), *El*

- derecho y la globalización desde abajo. Hacia una legalidad cosmopolita*, Barcelona, Anthropos/UAM-Cuajimalpa.
- Schumpeter, Joseph A., (1991), *The Economics and Sociology of Capitalism*, Princeton, Princeton University Press (Editado por Richard Swedberg).
- Sebastián, Luis de (1996), *La solidaridad. 'Guardián de mi hermano'*, Barcelona, Ariel.
- Serrano, Enrique (1999), "Modernidad y sociedad civil", en Alberto Olvera (coord.), *La sociedad civil. De la teoría a la realidad*, México, El Colegio de México, pp. 55- 81.
- Sigal, Silvia y Eliseo Verón (1988), *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Argentina, Hyspamérica Ediciones.
- Shamir, Ronen (2007), "La responsabilidad social empresarial: un caso de hegemonía y contrahegemonía", en Boaventura de Sosa Santos y César Rodríguez Garavito (eds.) (2007), *El derecho y la globalización desde abajo. Hacia una legalidad cosmopolita*, Barcelona, Anthropos/UAM-Cuajimalpa.
- Shapiro, Ian (2007), *Los fundamentos morales de la política*, México, El Colegio de México.
- Sharma, Aradhana y Akhil Gupta (2006), "Introduction: Rethinking Theories of the State in an Age of Globalization", en Aradhana Sharma y Akhil Gupta (ed.) *The Anthropology of the State. A reader*, Oxford, Blackwell Publishing (1-41).
- Simmel, Georg (2007) [1897-1907], *Imágenes momentáneas sub specie aeternitatis*, Barcelona, Gedisa (compilación de textos escritos por Simmel en la revista Jugend).
- _____ (2002) [1917], *Cuestiones fundamentales de sociología*, Barcelona, Gedisa.
- Smart, Barry (2001), "Sociology, morality and ethics: On being with others", en George Ritzer y Barry Smart (eds.), *Handbook of Social Theory*, Londres, Sage Publications, pp. 509-519.

- Smith, N. Craig (2008), "Consumers as Drivers of Corporate Social Responsibility", en Andrew Crane et. al. (eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford University Press (pp. 281-302).
- Soule, Sarah A. (2009), *Contention and Corporate Social Responsibility*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Stalsett, Sturla (2005), "Vulnerabilidad, dignidad y justicia: valores éticos fundamentales en un mundo globalizado", en Bernardo Kliksberg (comp.), *La agenda ética pendiente de América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica/ Banco Interamericano de Desarrollo, pp. 43-56.
- Stiglitz, Joseph, 2003, "El rumbo de las reformas. Hacia una nueva agenda para América Latina", *Revista de la CEPAL*, No. 80, agosto, pp. 8-40.
- Tierney, Kathleen J. (1999) "Toward a Critical Sociology of Risk", *Sociological Forum*, Vol. 14, No. 2 (Jun., 1999), pp. 215-242.
- Ullmann-Margalit, Edna (2004), "Trust, Distrust and In Between", en Russel Hardin (ed.), *Distrust*, New York, Russel Sage Foundation.
- Van Dijk, Teun, (1996a), "Análisis del discurso ideológico", Versión, Núm. 6, pp. 15-43, en Van Dijk (comp.), (1999), *De la poética generativa hasta el análisis crítico del discurso*, Holanda, Universidad de Amsterdam.
- _____ (1996b) "Opiniones e ideologías en la prensa", Voces y cultura, Barcelona, pp. 9-50, en Van Dijk (comp.), (1999), *De la poética generativa hasta el análisis crítico del discurso*, Holanda, Universidad de Amsterdam.
- _____ (1980), "Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso", *Semiosis*, Jalapa, México, pp. 37-54, en Van Dijk (comp.), (1999), *De la poética generativa hasta el análisis crítico del discurso*, Holanda, Universidad de Amsterdam.
- Van Krieken, Robert (2001), "Norbert Elias and Process Sociology", en George Ritzer and Barry Smart (eds.), *Handbook of the Social Theory*, London, Sage Publications, pp. 353-367.

- Varela, Julia y Fernando Álvarez-Uria, (1997), *Genealogía y sociología*. Materiales para repensar la Modernidad, Argentina, Ediciones El Cielo por Asalto.
- Vela Peón, Fortino, (2001), "Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa", en Tarrés, María Luisa (coord.), (2004 [2001]) *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, México, Miguel Ángel Porrúa/ El Colegio de México/ Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales- México
- Verduzco, Gustavo, 2003, *Organizaciones no lucrativas: visión de su trayectoria en México*, México, El Colegio de México/ Centro Mexicano para la Filantropía.
- _____, 2004, "Dilemas de un encuentro difuso entre el sector no lucrativo, la sociedad civil y la economía social. Reflexiones a partir del caso de México", en Jacqueline Butcher y María Guadalupe Serna (coord.), 2006, *El tercer sector en México*, Centro Mexicano para la Filantropía-Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Vernik, Esteban (2007), "Aguafuertes simmelianas" (texto introductorio), en Georg Simmel, *Imágenes momentáneas*, Barcelona, Gedisa, pp. 9-22.
- ____ (2002), "Prefacio" en Georg Simmel, *Cuestiones fundamentales de sociología*, Barcelona, Gedisa, pp. 11-22.
- Verón, Eliseo (1987), "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", en Eliseo Verón, et. al. (1987), *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires, Editorial Hachette, pp. 13-26.
- ____ (1980), "La semiosis social", en Mario Monteforte (coord.) (1980), *El discurso político*, México, UNAM/Editorial Nueva Imagen, pp. 145-165.
- Vogel, David (2006) [2005], *The Market of Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington, Bookings Institution Press.
- Wade, Robert, (1999), *El mercado dirigido. La teoría económica y la función del gobierno en la industrialización del este de Asia*, México Fondo de Cultura Económica.

Wallerstein, Immanuel (2005), *La crisis estructural del capitalismo*, (Carlos Aguirre Rojas, comp.), México, Centro de estudios, información y documentación Immanuel Wallerstein/ Contrahistorias-Clío

Weber, Max (1964) [1922], *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica.

Zabludovsky, Gina (2007), Norbert Elias y los problemas actuales de la sociología, México, Fondo de Cultura Económica.

Documentación hemerográfica

Revista CNN Expansión²⁴⁰

AP (2008-02-14), “Bimbo y Chávez liman asperezas: SRE”, *CNNExpansión*, 14 de febrero de 2008.

CNNExpansión.com (2008-02-11), “Grupo Bimbo, bajo la mira de Venezuela”, *CNNExpansión*, 11 de febrero de 2008.

Domínguez, Hugo, 2009, “Barcel inicia estrategia «verde»”, *CNNExpansión*, 12 de mayo de 2009.

Duarte, Enrique (2009-05-15), “Seis firmas mexicanas con mejor reputación”, *CNNExpansión*, 15 de mayo de 2009.

Galán, Verónica (2008-06-18), “Las 10 empresas con mejor reputación”, *CNNExpansión*, 18 de junio de 2008.

García de León, Verónica (2009-04-27), “Recreo sin papitas. Varios estados emprenden acciones para prevenir la obesidad infantil, ante el fracaso de las iniciativas federales”, *CNNExpansión*, 27 de abril de 2009.

García de León, Verónica y Marina Delaunay, (2008-08-11), “México comienza el ataque a las calorías”, *CNNExpansión*, 11 de agosto de 2008.

Mariscal, Jordi (2008), “México conquista China por el estómago”, *CNNExpansión*, 24 de enero de 2008.

Martínez, José Manuel (2008-02-13), “Servitje niega complot contra Chávez”, *CNNExpansión*, 13 de febrero de 2008, <http://www.cnnexpansion.com> (consultado 27 de septiembre de 2009).

Notimex (2009-06-11), “Bimbo recibe buena calificación de Fitch”, *CNNExpansión*, 11 de junio de 2009.

²⁴⁰ Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com>, (consultado el 27 de septiembre de 2009).

Notimex (2008-05-22), “Bimbo sería la número uno en Brasil”, *CNNExpansión*, 22 de mayo de 2008.

Ortiz, Silvia (2009-06-23), “Premian prácticas sustentables” *CNNExpansión*, 23 de junio de 2009.

Reuters (2009-04-23), “Bimbo eleva su utilidad neta un 26%”, *CNNExpansión*, 23 de abril de 2009.

Rozenberg, Dino (2009-05-23), “Los camiones híbridos «se venden solos»”, *CNNExpansión*, 23 de mayo de 2009.

Vázquez, Gisela y Bárbara Anderson (2009-06-23), “CEO de Bimbo minimiza deuda y va por más”, *CNNExpansión*, 23 de junio de 2009.

Rotativos

Agencias de noticias

Allen, JoAnne (2010-03-29), “La adicción a la comida chatarra podría ser clave en la obesidad”, *Reuters América Latina*, lunes 29 de marzo de 2010. Disponible en <http://lta.reuters.com/article/worldNews/idLTASIE62S0IQ20100329?pageNumber=1&virtualBrandChannel=0> (Consulta del 8 de noviembre de 2010).

Cimac Noticias (2008-09-19), “Medida fracasó en EU, país con más obesidad y sobrepeso. Empresas “autorregulan” su publicidad en detrimento de la salud: EPC”, *Comunicación e Información de la Mujer, A.C.* Disponible en <http://www.cimacnoticias.org.mx> (Consulta del 12 de septiembre de 2009).

Esmas.com (2008), “Redondeo 2008”, url: <http://www.esmas.com/redondeo/2008.html> (Consultado en mayo de 2008).

Magally, Silvia (2000-08-31), “Vicente Fox debe apoyar programas de desayunos escolares: Hebert López”, *Cimac- Comunicación e Información de la Mujer*, jueves 31 de agosto del 2000. Disponible en <http://www.cimac.org.mx> (Consulta del 15 de septiembre de 2010).

El País

Relea, Francesc (2010-05-09), “Los nuevos amos de África”, *El País Semanal*, núm. 1754, domingo 9 de mayo de 2010.

Excélsior

Espinosa, Eréndira (2009-2009-02-16), “Código Pabi, detonante de la «publicidad limpia»”, *Excélsior on line*, disponible en http://www.vanguardia.com.mx/diario/noticia/economia/finanzas/presentan_codigo_pabi_para_regular_publicidad_dirigida_a_ninos/228379 (consultado el 16 de octubre de 2009).

Excélsior (2007), “El redondeo es el programa de mayor participación social: Antad”, *Sección Dinero*, 6 de septiembre, disponible en <http://www.sep.gob.mx>, última consulta mayo de 2008.

El Universal

Calvillo, Alejandro (2009-02-07), “El Imperio del Carbohidrato”, México, *El Universal*, sábado 07 de febrero de 2009. Disponible en www.eluniversal.com.mx/notas/575123.html (consultado en septiembre de 2009).

La Jornada²⁴¹

Calvillo, Alejandro (2009-10-12), “La destrucción corporativa de la salud”, en *La Jornada en el Campo*, suplemento del diario de circulación nacional *La Jornada*, 12 de septiembre de 2009, número 24.

Cruz Martínez, Ángeles (2008-12-17), “Propondrá un sistema que dé información puntual respecto a grasas, azúcar y sal Inútiles, etiquetas sobre contenido de los alimentos procesados: Ssa”, *La Jornada*, miércoles 17 de diciembre de 2008.

Galarza, Karina (2005-08-01), “Los valores del osito”, *Triple Jornada*, suplemento del diario *La Jornada*, 1 de agosto de 2005, número 84.

González, Susana (2008-08-24), “Plantean mecanismo que no incluye sanciones económicas a industrias que incumplan”, *La Jornada*, 24 de agosto de 2008.

²⁴¹ Notas disponibles en www.jornada.unam.mx (Consulta del 14 de septiembre de 2009).

Pomar, Julio (2008-07-10), "El pan Bimbo, una engañifa", *La Jornada Morelos*, jueves 10 de julio de 2008. Disponible en www.lajornadamorelos.com (última consulta 10 de noviembre de 2010).

Reyna, Julio (2008-10-08), "Es insuficiente para detener impacto negativo en la alimentación. Califican de simulación el código de autorregulación en publicidad", *La Jornada*, México, miércoles 8 de octubre de 2008.

Román, José Antonio (2008-09-23), "Firman industriales código autorregulatorio. Piden retirar comida chatarra de escuelas", *La Jornada*, México, martes 23 de septiembre de 2008.

Milenio

Jiménez, Guadalupe (2009-11-28) "A regular productos verdes", *Milenio.com*, 11 de noviembre de 2009. Disponible en www.milenio.com/node/330637 (consultado el 25 de mayo de 2010).

López, Maricela (2008-11-25) "Integran código para mil 200 compañías", *Milenio*, 25 de noviembre de 2008.

Mota, Carlos (2008-09-22), "www.elpoderdelconsumidor.org", *Milenio*, 22 de septiembre de 2008.

Valadez, Blanca (2009-06-08), "La Ssa erradicará los mensajes de comida chatarra", *Milenio*, 8 de junio de 2009. Disponible en <http://impreso.milenio.com> (Consulta del 14 de septiembre de 2009).

Reforma

Bugarin, Inder (2010-03-05), "Reprueban a México en lucha antiobesidad", *Reforma*, viernes 5 de marzo de 2010.

Calvillo Unna, Alejandro (2010-01-17), "Comida chatarra, otra adicción", *Enfoque* (Suplemento dominical de *Reforma*), núm. 822, 17 de enero de 2010.

Eseverri, José y Verónica Gascón (2008) "Contribuyen con millones a la niñez", *Reforma*, Sección Negocios, viernes 16 de mayo.

Estrop, Armando (2010-04-13), “Desinflan diputados plan contra obesidad”, *Reforma*, martes 13 de abril de 2010.

Estrop, Armando y Carole Simonnet (2010-04-09), “Frena Lujambio ley antichatarra, acusan”, *Reforma*, viernes 9 de abril de 2010.

Estrop, Armando, Carole Simonnet y Claudia Salazar (2010-04-14) “Ponen ejercicio, pero racionado”, *Reforma*, miércoles 14 de abril de 2010.

Gascón, Verónica (2010-02-18), “Surtirán a escuelas alimentos sanos”, *Reforma*, jueves 18 de febrero de 2010.

Gascón, Verónica y Sonia del Valle (2010-07-23), “‘Defiende’ chatarra Cofemer”, *Reforma*, viernes 23 de julio de 2010.

García, Juan Carlos (2008) “Estoy aprendiendo a ayudar”, *Reforma*, Sección Gente, 16 de mayo.

Garduño, Silvia (2010-02-24), “Revira Ssa a SEP: regulen chatarra”, *Reforma*, miércoles 24 de febrero de 2010.

Guerrero, Claudia (2010-11-01), “Propone tricolor endurecer ley contra obesidad”, en *Reforma*, lunes 1 de noviembre de 2010.

Guerrero, Claudia y Érika Hernández (2010-04-16), “Alista Senado ley antichatarra”, *Reforma*, 16 de abril de 2010.

_____ (2010-08-16), “Acusan presión de refresqueras sobre Senado”, *Reforma*, 16 de agosto de 2010.

Hernández, Érika (2010-11-12), “Ven como obstáculo al SNTE en AL.- Lustig”, *Reforma*, 12 de noviembre de 2010.

Hernández, Érika y Claudia Guerrero (2010-04-22), “Paran senadores ley antiobesidad”, *Reforma*, jueves 22 de abril de 2010.

Martínez, Verónica (2010-04-06), “Cambian reglas de etiquetado”, *Reforma*, martes 6 de abril de 2010.

Martínez, Verónica y Margarita Vega (2010-05-28), “Quieren pescado en tiendas escolares”, *Reforma*, viernes 28 de mayo de 2010.

Martínez, Verónica y Rafael Aceves (2010-11-10), “Liderea Bimbo en EU negocio de panificación”, *Reforma*, miércoles, 10 de noviembre de 2010.

Moraga, Susana (2010-03-12), “Cabildean empresas su comida ‘chatarra’”, *Reforma*, viernes 12 de marzo de 2010.

Muñoz, Raúl (2010-02-18), “Sacan ‘chatarra’ de las escuelas”, *Reforma*, jueves 18 de febrero de 2010.

Portugal, Karla (2008-10-07), “Rechazan código de publicidad. El Poder del Consumidor afirmó que el Código PABI no contribuye a detener el ambiente obesogénico en el que se desenvuelven los niños”, *Reforma*, México, 7 de octubre de 2008. Disponible en <http://www.reforma.com> (consultado el 5 de octubre de 2009).

Salud y bienestar (2009-09), “Productos funcionales. Campo emergente de la ciencia de los alimentos”, *Reforma, Salud y bienestar*, Suplemento *Vida*, septiembre de 2009.

Sánchez, Verónica (2010-10-26), “Exhibe México poca filantropía”, *Reforma*, martes 26 de octubre de 2010.

Simonnet, Carole (2010-01-16), “Exigen a SEP prohibir ‘chatarra’”, *Reforma*, sábado 16 de enero de 2010.

Valdemar, Hugo (2008), “Cultive paz interior con caridad”, *Reforma*, Sección *Vida*, 4 de marzo.

Valle del, Sonia (2010-01-11) “Duda SEP quitar comida chatarra”, *Reforma*, lunes 11 de enero de 2010.

_____ (2010-01-12), “Legislan chatarra, pero no cumplen”, *Reforma*, martes 12 de enero de 2010.

_____ (2010-01-17), “Urgen a SEP a regular ‘chatarra’ en las escuelas”, *Reforma*, domingo 17 de enero de 2010.

_____ (2010-02-18), “Urgen a regular comida ‘chatarra’”, *Reforma*, jueves 18 de febrero de 2010.

_____ (2010-02-22), “Deja SEP a Salud la ‘ley chatarra’”, *Reforma*, lunes 22 de febrero de 2010.

_____ (2010-02-23), “Comen en campo más chatarra”, *Reforma*, martes, 23 de febrero de 2010.

_____ (2010-02-26), “Buscan acuerdo sobre chatarra”, *Reforma*, viernes 26 de febrero de 2010.

_____ (2010-05-28), “Alertan embate en Cofemer”, *Reforma*, viernes 28 de mayo de 2010.

_____ (2010-06-17), “Rechaza IP lineamientos”, *Reforma*, jueves 17 de junio de 2010.

_____ (2010-06-28), “Arrecia IP críticas a ley antichatarra”, *Reforma*, 28 de junio de 2010.

_____ (2010-07-12), “Cuantifica Canacintra pérdidas”, *Reforma*, 12 de julio de 2010.

_____ (2010-07-19), “Atacan regulación de comida chatarra”, *Reforma*, 19 de julio de 2010.

_____ (2010-07-21), “Alistan empresas plan contra ley antichatarra”, *Reforma*, miércoles 21 de julio de 2010.

_____ (2010-08-17), “Presumen Secretarios regulación antichatarra”, *Reforma*, martes 17 de agosto de 2010.

_____ (2010-08-18a), “Incluye la SEP obesidad en libros”, *Reforma*, miércoles 18 de agosto de 2010.

_____ (2010-08-18), “Toca a maestros desalentar bebidas ‘light’”, *Reforma*, miércoles 18 de agosto de 2010.

Valle del, Sonia y Margarita Vega (2010-05-27), “Acuerdan expulsar alimentos chatarra”, jueves 27 de mayo de 2010.

_____ (2010-06-30), “Eluden a Cofemer en plan antichatarra”, *Reforma*, miércoles 30 de junio de 2010.

Vega, Margarita (2010-01-26), "Atacan la obesidad sin metas claras", *Reforma*, martes 26 de enero de 2010.

_____ (2010-01-17) "Agudizan la obesidad poco agua y espacios", *Reforma*, miércoles 27 de enero de 2010.

_____ (2010-01-28), "Admite Ssa trabas a nutrición escolar", *Reforma*, jueves 28 de enero de 2010.

_____ (2010-03-25a), "Pide Salud a SEP más ejercicio físico", *Reforma*, jueves, 25 de marzo de 2010.

_____ (2010-03-25B), "Alertan por gasto en obesidad", *Reforma*, jueves 25 de marzo de 2010.

_____ (2010-03-25c), "Cuestionan oferta de alimentos", *Reforma*, jueves 25 de marzo de 2010.

_____ (2010-05-01), "Solicita SEP apoyo a padres", *Reforma*, sábado 1 de mayo de 2010.

_____ (2010-05-13), "Plantea Ssa 'box lunch' en escuelas", *Reforma*, jueves 13 de mayo de 2010.

_____ (2010-06-16a), "Afecta obesidad a 37% de niños", *Reforma*, miércoles 16 de junio de 2010.

_____ (2010-06-16b), "Advierten engaño en dieta escolar", *Reforma*, miércoles 16 de junio de 2010.

_____ (2010-06-17), "Doblan a Córdoba; permitirán chatarra", *Reforma*, jueves 17 de junio de 2010.

_____ (2010-06-18), "Rechaza Ssa retroceder ante comida chatarra", *Reforma*, viernes 18 de junio de 2010.

_____ (2010-07-30), "Rechaza Cofemer favorecer chatarra", *Reforma*, viernes 30 de julio de 2010.

_____ (2010-08-12), "Triunfa chatarra y sigue en escuelas", *Reforma*, jueves 12 de agosto de 2010.

_____ (2010-08-13), “Chocan en Salud pro bebidas ‘light’”, *Reforma*, 13 de agosto de 2010.

_____ (2010-08-15), “Defienden empresas su ‘minimercado’”, *Reforma*, domingo 15 de agosto de 2010.

_____ (2010-08-22), “Pide Cofemer reforzar plan antiobesidad”, *Reforma*, domingo 22 de agosto de 2010.

_____ (2010-09-09), “Avala Ssa malvaviscos y frituras en escuelas”, *Reforma*, jueves 9 de septiembre de 2010.

_____ (2010-11-06), “Recicla el Senado planes antichatarra”, *Reforma*, sábado 6 de noviembre de 2010.

Vega, Margarita y Sonia del Valle (2010-07-02), “Reprocha Ssa críticas a plan antiobesidad”, *Reforma*, 2 de julio de 2010.

Revistas electrónicas

Dwyer, Bernie (2006), “Entrevista a Noam Chomsky. Por primera vez hay una internacional de Izquierda”, *Rebelión*. Disponible en www.rebelion.org/noticia.php?id=27968 (Consulta del 6 de abril de 2010).

Hernández, Julio (2006) “Caracas: Sexto Foro Social Mundial”, *Programa de las Américas Reporte Especial*. Disponible en www.ircamericas.org/esp/3140 (Consulta del 6 de abril de 2010).

Villareal, Alberto (1999) “Fracasó la ronda del milenio en Seattle: desafíos para el año 2000”, *Biodiversidad*, núm. 22, diciembre de 1999. Disponible en www.grain.org/biodiversidad_files/biodiv225.pdf. (Consulta del 6 de abril de 2010).

Bourne Jr., Joel K. (2009), “El fin de la abundancia: la crisis alimentaria mundial”, *National Geographic en español*, edición en línea. Disponible en <http://ngenespanol.com/2009/06/01/el-fin-de-la-abundancia-la-crisis-alimentaria-mundial-articulos/>

Anexo 1. Corpus de los campos de acción-saber crítico y de RSE

Manuales y documentos de divulgación sobre RSE		
Referencia		Comentario
1	Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial, Aliarse, Página Web http://www.aliarse.org.mx/ consultado en febrero de 2009	
2	Almodóvar, Margarita (2006), "Autodiagnóstico: una herramienta de gran utilidad para las empresas" en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), pp. 231-260	
3	Aragónés, Mercedes (2006), "Filantropía y responsabilidad social empresarial" en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), pp. 193-199	La agente enunciante es vicepresidenta de Cemefi
4	Austin, James, Gustavo Herrero y Ezequiel Reficco, "La nueva ruta: alianzas sociales estratégicas", <i>Harvard Business Review</i> , Edición Extraordinaria, Responsabilidad Social Corporativa, septiembre, 2007, pp. 19-28)	Los agentes enunciadores son investigadores
5	Bächtold, Ernesto (2006), "La norma mexicana de responsabilidad social", en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), pp. 43-50	El autor es director de QS Mexiko AG, Consultora en materia de RSE
6	Cajiga, Felipe (2006), <i>Fundamentos Empresa Socialmente Responsable</i> México, Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía) /AliaRSE por México (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México)	Documento de 66 páginas que contiene una descripción general de las actividades del Cemefi y Aliarse; así como la definición de RSE, sus líneas estratégicas, sus principios básicos y una guía de implementación de RSE y de la medición de desempeño; así como una descripción general de lo que es el Pacto Mundial. El agente enunciante es el responsable del área de RSE en Cemefi
7	Centro Mexicano para la Filantropía, Cemefi (2009), "La responsabilidad social empresarial en la cadena de valor", en <i>Revista Ganar-ganar</i> , núm. 37, año 7, marzo-abril 2009.	Suplemento de Cemefi en torno al Segundo Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, realizado el 11 y 12 de marzo de 2009 en la Ciudad de México
8	Cruz, Guillermo, 2009, "El gobierno corporativo y el programa de responsabilidad social", <i>Revista Ganar-Ganar</i> , año 7, núm. 37, pp. 28-30	Guillermo Cruz Reyes es socio director de asesores y alta dirección de Avan C Consultores
9	Cuesta de la, Marta (2006), "Responsabilidad social empresarial y microfinanzas", en Mallo Tomás (ed.), 2006, <i>I Encuentro Cívico Iberoamericano. Concertación para una ciudadanía iberoamericana activa</i> , Documento de trabajo n° 5, Madrid, Editorial Britania/ Fundación Carolina-Centro de Estudios para América Latina y la Cooperación Internacional.	Ponencia en el I Encuentro Cívico Iberoamericano, organizado a iniciativa de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional del Gobierno español y con motivo de la celebración de la XV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno; octubre de 2005. La agente enunciante es socia fundadora de Economistas sin fronteras
10	D'Aquino, Thomas, "Participación en el Panel I: Filantropía y empresas: el papel de la empresa en el desarrollo social", <i>Memoria Primer Foro Trinacional</i> , Centro Mexicano para la	El agente enunciante es presidente del Business Council of National Issues, Canadá.

	Filantropía/Synergos Institute, pp. 18-20.	
11	Fechac (s/f), "Instrumento de autodiagnóstico para las empresas, en página web de la fundación http://www.fechac.org/esp/index.php	
12	Fundemás, "Ética empresarial ¿Requerida en los negocios?", documento electrónico en <i>Tema relevantes, Forum Empresa</i> , www.empresa.org , consultado en noviembre de 2008	"Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMÁS (...) forma parte del Foro de la Empresa Privada y la Responsabilidad Social Empresarial, Forum EMPRESA, red continental que reúne a más de 20 organizaciones de origen empresarial que promueven la RSE en cada uno de sus respectivos países".
13	González Nicolás, Inés y Miguel Ángel Paz Carrasco, "Presentación", en Veloz Gutiérrez. Érika, (2008), <i>ISO 26000 y derechos laborales. Reflexiones y perspectivas desde las organizaciones sindicales y ciudadanas</i> , México, Fundación Friedrich Ebert/ Red Puentes.	Inés González Nicolás es <i>Coordinadora de Diálogo Sindical y de Género de la FES-México</i> Miguel Ángel Paz Carrasco es <i>Coordinador de la Red Puentes México</i>
14	González, Mauricio (2008), <i>Responsabilidad Social Empresarial. Una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo</i> , México, Norma Ediciones	Libro de divulgación publicado en 2008 con 223 páginas. Es un ensayo periodístico para situar el tema de la RSE en México (y, parcialmente América Latina). Su autor, según la contraportada del libro, es "periodista mexicano especializado en negocios, management y cultura digital". Documenta algunos casos, considerados exitosos, sobre RSE: Bimbo, Cinépolis y Cemex; incorpora entrevistas a empresarios como Ricardo Salinas Pliego y Lorenzo Zambrano. El agente enunciante es periodista y consultor de negocios.
15	Greaves, Patricia (2006), <i>Empresarios mexicanos ante la Responsabilidad Social</i> , México, Instituto de Investigaciones sobre desarrollo sustentable y equidad social (IIDSES)/ Red Puentes-México.	
16	Grupo Editorial ACCSE, Acción Social Empresarial, Folleto institucional	El agente enunciante es una Agencia de consultoría en Responsabilidad Social Corporativa y Mercadotecnia Social
17	Guédez, Víctor (2006), <i>Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social</i> , Venezuela, Editorial Planeta. Prólogo de Gustavo Roosen	Libro de 206 páginas que "trata de escudriñar en las verdaderas raíces que deben motivar a una empresa, y especialmente a un empresario, para establecer las políticas de responsabilidad social empresarial como una pieza estratégica de su actividad en la sociedad" (Prólogo, 7). El agente enunciante es presidente de la Consultoría en Ética y Responsabilidad Social (CERSE). Es profesor en la maestría en Responsabilidad Social Corporativa (Universidad de Barcelona) y coordinador de la especialización en Responsabilidad Social Empresarial (Universidad Metropolitana).
18	Hupperts, Pierre, (2006), <i>Responsabilidad Social Corporativa. Mercadotecnia y alianzas ganar-ganar</i> , México, Grupo Editorial Accse FM	Compilación de textos del autor y entrevistas a él realizadas El agente enunciante es consultor independiente que trabajó para la Organización para el Desarrollo holandesa Novib y fue responsable de comunicación, comercialización y Responsabilidad Social Corporativa de The Body Shop Benelux; es autor de varios libros y estudios sobre RSC
19	IMNC (2004), <i>Directivas IMNC Parte 1: Procedimientos consolidados para el trabajo técnico de normalización</i> , IMNC, México. IMNC, 2004, <i>Directivas IMNC Parte 2: Reglas</i>	Engargolado de fotocopias facilitado por el IMNC en la plática de inducción al subcomité de RS. Contiene las directivas (parte 1 y 2), en un total de 166 páginas.

para la redacción y estructuración de normas nacionales, IMNC, México.

20	<p>Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C. 2005, NMX-SAST-004-IMNC-2004 “Directrices para la implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social”, México, IMNC.</p>	<p>Documento de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social elaborada por el Comité Técnico de Normalización Nacional de Sistemas de Administración de Seguridad y Salud en el Trabajo IMNC/CONTENNSASST/SC 4 “Responsabilidad Social”. En 2008 y 2009 esta norma está siendo revisada por el Subcomité de Responsabilidad Social para su modificación y adecuación a la norma internacional ISO 26000, discutida por el comité espejo de México en el mismo instituto (IMNC).</p>
21	<p>IPES (2002), <i>Libro Verde de la Comisión Europea. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.</i> (Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 18.7.2001) <i>Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible</i> (Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 2.7.2002), Instituto Persona, Empresa y Sociedad, Barcelona. (Presentación de Josep Lozano, director del IPES)</p>	<p>Documento electrónico de 95 páginas que integra dos textos: el “LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” así como la “COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”.</p>
22	<p>ISO (2008), <i>Guidance on Social Responsibility</i>, Génova, ISO Comitee Draft</p>	<p>Documento impreso y electrónico; borrador de la Norma Internacional que es discutida en el comité espejo de ISO en México.</p>
23	<p>ISO (2006), <i>Participando en la futura Norma Internacional ISO 26000 sobre Responsabilidad Social</i>, Génova, International Standarization Organization/ Swedish International Development Cooperation Agency/ Comisión Panamericana de Normas Técnicas.</p>	<p>Documento impreso de 13 páginas que incluye el mensaje de la presidenta del Consejo de Gestión Técnica de ISO, así como el de los presidentes de RS (Jorge Cajazeira y Staffan Söderber); antecedentes; categorías de grupos de interés; estado del grupo de trabajo; estructura de ISO 26000; miembros de ISO; participantes en el proceso de desarrollo de la norma RS; participación del grupo de trabajo ISO RS; así como la participación nacional.</p>
24	<p>Iturbe, Laura (2004), “La responsabilidad social empresarial en el siglo XXI”, IDEA, presentación en Fechac, disponible en página web de la Fundación del Empresariado Chihuahuense</p>	<p>La agente enunciante es integrante del Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac (IDEA) de la Universidad Anáhuac.</p>
25	<p>Lemaresquier, Thierry (2006), “El Pacto Mundial: una visión y una herramienta de innovación”, en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i>, Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE).</p>	<p>El agente enunciante es coordinador residente en México del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).</p>
26	<p>Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i>, Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE).</p>	<p>Documento de 287 páginas con ensayos de diversos colaboradores. Publicación elaborada con colaboraciones de miembros de OSC, empresarios, consultores, académicos y representantes de gobierno a invitación de COMPITE. El agente enunciante es coordinador general de COMPITE A.C.</p>
27	<p>Macías, Santiago, 2005, “Responsabilidad social de las empresas como base de la sustentación económica”, presentación en la FECHAC, disponible en la página web de la fundación http://www.fechac.org/esp/index.php</p>	

28	<i>Memoria Primer Foro Trinacional sobre Inversión Social</i> , 2005, México, Centro Mexicano para la Filantropía a.C./ Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, A.C./ Grupo Delta, S.A. de C.V./ South-North Development Initiative/ The Synergos Institute	Documento de 43 páginas en inglés y 41 en español. “El 12 de enero de 1995 se realizó en el Club de Industriales de la Ciudad de México, el Primer Foro Trinacional sobre Inversión Social. Lo relevante de esta reunión radica en que, por primera vez, se reúnen destacados empresarios mexicanos, estadounidenses y canadienses para intercambiar opiniones y experiencias sobre la relación entre filantropía y responsabilidad de las empresas. (...) El evento contó con la participación de 60 destacados empresarios que presentaron casos exitosos de inversión social de empresas de los países del Tratado de Libre Comercio y dialogaron sobre formas apropiadas de promover una mayor participación empresarial en programas y proyectos de desarrollo socio-económico” (“Presentación”, 5).
29	OCDE (2000), “Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales”,	Este documento (en versión electrónica, disponible en la página web de la OCDE) contiene: Las líneas directrices, el Procedimiento para la puesta en marcha de las directrices y comentarios sobre los distintos puntos de las directrices.
30	Ortiz, Gilberto y Regina Massai, 2008, “ISO 26000 y Derechos laborales”, en Veloz Gutiérrez. Érika, (2008), <i>ISO 26000 y derechos laborales. Reflexiones y perspectivas desde las organizaciones sindicales y ciudadanas</i> , México, Fundación Friedrich Ebert/ Red Puentes	Los agentes enunciantes han participado en la discusión de la norma ISO 26000.
31	Prahalad, C.K. y Allen Hammond, “Atender a los pobres del mundo, rentablemente”, <i>Harvard Business Review</i> , Edición Extraordinaria, Responsabilidad Social Corporativa, septiembre, 2007, pp. 46-56	Los agentes son investigadores
32	Porter, Michael y Mark Kramer Porter, Michael E. y Mark R, Kramer, “La ventaja competitiva de la filantropía corporativa”, <i>Harvard Business Review</i> , Edición Extraordinaria, Responsabilidad Social Corporativa, septiembre, 2007, pp. 5-17	Los agentes son académicos
33	Red Pacto Mundial (2008), <i>Pacto Mundial en México. Comenzando por los Principios: Actividades 2007</i> , México, Naciones Unidas, Red Pacto Mundial México.	Documento de 57 páginas y dos páginas de galería de fotos. Contiene las actividades de la Red Pacto Mundial México en 2007: Los talleres realizados sobre la Comunicación sobre el Progreso, los Principios del Pacto Mundial, Seminario anticorrupción, Taller sobre SIO 26000, así como la participación en eventos internacionales. Este documento fue patrocinado por Aeropuertos del Sureste, Cemex, Expok Marketing Socialmente Responsable, Genomma Lab Internacional, KPMG, Peñoles, Restaurante Toks, Vía Delphi, Xcaret México, Xel-Ha.
34	Red Pacto Mundial México (s/f), “El Pacto Mundial: Una visión y una herramienta de innovación”, documento electrónico disponible en www.pactomundialmexico.org.mx consultado en septiembre de 2008	
35	Red Pacto Mundial México (s/f), “Pacto Mundial en México”, documento electrónico disponible en www.pactomundialmexico.org.mx consultado en septiembre de 2008	
36	Red Puentes México, <i>Folleto Institucional</i> , mayo de 2007	
37	Red Puentes México, sin fecha, <i>El caso de las empresas de capital holandés en México</i> ,	Cuaderno de la Red Puentes México (de 44 páginas) que presenta el estudio realizado durante los meses

México.		de febrero a junio de 2003, por Francis Weyzig, estudiante del Centro para asuntos de Desarrollo Internacional CDIN, de la Universidad de Nijmegen, Países Bajos; con el fin de “contribuir al conocimiento de la Rse de empresas multinacionales, más específicamente el caso de empresas de capital holandés en México” (3).
38	<i>Reglas claras, negocios transparentes: Lineamientos de la Convención Anticorrupción de la OCDE</i> , México, Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo-SECODAM/ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE	Documento que refleja los esfuerzos de la Organización de las Naciones Unidas, la Organización de Estados Americanos, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el Consejo de Europa y el Banco Mundial, entre otros, para “combatir el fenómeno de la corrupción” (6). Este instrumento jurídico se firmó en 1997, declarando “ilegal el pago de sobornos para la obtención de negocios internacionales” (19). Esta Convención “tiene un objetivo muy claro: penalizar a las empresas y a las personas que, en sus transacciones comerciales, prometan o den gratificaciones a oficiales extranjeros, con el fin de beneficiarse en sus negocios” (11)
39	Revista Ganar Ganar Especializada en Responsabilidad Social Corporativa, Grupo Editorial ACCSE FM, S.A. de C.V. (números: 32-41)	Publicación bimestral que incluye artículos de opinión, publicreportajes y entrevistas. Revisión de los números consecutivos de may-jun de 2008 a nov-dic de 2009.
40	Revista USEM. La revista social de empresario, Confederación USEM (números: 256; 281; 282; 283).	Publicación bimestral. Revisión de los siguientes números: 256, nov-dic 2003, “La persona, su trabajo y el mundo” 281, ene-feb 2008, “50 aniversario” 282, mar-jun 2008, “Edición especial del XIII Congreso Nacional USEM 2008” 283, jul-ago 2008: “Rentabilidad de los valores”
41	Sarvide Álvarez Icaza, Laura (2006) “Responsabilidad social: una mirada desde las organizaciones de la sociedad civil”, en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), pp. 185-191	La agente enunciante es miembro y ex directora de la Red Puentes-México
42	Sarvide, Laura (coord.), (s/f), <i>De consumidores a ciudadanos</i> , México, Red Puentes México	Publicación de 54 páginas donde se abordan los siguientes temas: consumo, consumidores, de consumidores a ciudadanos, gobierno frente al consumo y empresa frente al consumo.
43	Sarvide, Laura (coord.) (s/f), <i>Responsabilidad Social Empresarial y Economía Solidaria</i> , Red Puentes México	Documento de 64 páginas que sistematiza el trabajo realizado, en 2006 y 2007, en cuatro sesiones de un seminario en el que “se abordó y profundizó temáticas que para la red eran esenciales a fin de fortalecer, conceptual y metodológicamente su visión sobre la Responsabilidad Social de las Empresas-RSE” (7). Las sesiones del seminario discutieron sobre: el marco teórico y metodológico de la RSE en México, el tema de los <i>stakeholders</i> , la relación entre RSE y Economía Solidaria, así como la práctica de RSE de las organizaciones integrantes de Red Puentes México.
44	Sarvide, Laura y María Fernández (coord.), (s/f), <i>De obligación a oportunidad. Un enfoque para el fomento y fortalecimiento de las empresas en el manejo de su Responsabilidad Social</i> , México, Red Puentes México.	Manual impreso con 56 páginas que contiene apuntes sobre los lineamientos de RSE desde la perspectiva de RP; instrumentos para diagnosticar el estado de situación; un plan de acción y monitoreo; acciones de intervención de la RPM; así como anexos con información de las organizaciones que forman RPM, consultoras e investigadoras vinculadas a la red,

		herramientas de RSE, bibliografía y el autodiagnóstico de RSE para las empresas.
45	Savall, Henri y Véronique Zardet (2006), "Visión europea y enfoque socioeconómico. Hacia una responsabilidad social empresarial sustentable y soportable" en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), pp. 11-30	Los agentes enunciantes son catedráticos de ciencias de la gestión de la Universidad Jean Moulin Lyon 3.
46	Serna, Guadalupe (2006), "El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su aceptación en las Empresas mexicanas", en <i>Transparencia, rendición de cuentas y construcción de confianza en la sociedad y el Estado mexicanos</i> , México, Instituto Federal de Acceso a la Información Pública/ Centro Mexicano para la Filantropía	El libro donde se extrajo el artículo es una compilación de 9 ensayos sobre confianza, participación, transparencia y rendición de cuentas. La agente enunciante es profesora-investigadora del Instituto Mora
47	Schwab, Klaus, (2008) "La ciudadanía corporativa global. El trabajo con los gobiernos y con la sociedad civil", <i>Foreign Affairs en Español</i> , Vol. 8, núm. 2, pp 171-182	Klaus Schwab es el presidente ejecutivo del Foro Económico Mundial.
48	Tamayo Neyra, Antonio, (2009), "Las empresas de Monterrey", <i>Revista Ganar-Ganar</i> , año 7, núm. 37, pp. 12-15 Entrevista con Gerardo Lozano	Lozano es profesor-investigador en Responsabilidad Social del Tecnológico de Monterrey
49	Torre de la, Gustavo A. (2008), "Empresas con un enfoque de responsabilidad social", Presentación electrónica disponible en página web de Cemefi.	El agente enunciante es Presidente Caux Round Table México / Cluster de RSC y Consejero de Cemefi
50	UNIAPAC (Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas), (2008), <i>La rentabilidad de los valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial. Una forma de gestión para empresas que perduran</i> , México, UNIAPAC.	Herramienta metodológica para ayudar a los empresarios a "responder, de acuerdo con los mandatos éticos establecidos en el Evangelio, aquello que es necesario y posible dentro del contexto económico" (6). Documento impreso con 126 páginas, incluida la bibliografía
51	Vázquez Olivera, Luis Fernando (2006), "¿Es posible desarrollar normas de manera irresponsable? La normalización y su relación con la responsabilidad" en Macías, Santiago, et. al., (coord.), (2006), <i>Responsabilidad Social: múltiples perspectivas, un solo propósito</i> , Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (COMPITE), social pp. 159-184	El agente enunciante es director de evaluación de la conformidad de la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía)
52	Velázquez, Beverly (2009), "La evolución del Distintivo ESR y los retos a futuro", en <i>Revista Ganar-ganar</i> , núm. 37, año 7, marzo-abril 2009.	Artículo de investigación-difusión
53	Veloz Gutiérrez. Érika, (2008), <i>ISO 26000 y derechos laborales. Reflexiones y perspectivas desde las organizaciones sindicales y ciudadanas</i> , México, Fundación Friedrich Ebert/ Red Puentes.	Documento en versión electrónica (de 226 páginas) que refleja el trabajo del "Foro «La Responsabilidad Social: ¿Asunto de Sindicatos? Norma ISO 26000 y Derechos Laborales», que tuvo el propósito de abrir un espacio de análisis en torno a las oportunidades y desafíos del proceso de elaboración de la Norma entre sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, que estimule una participación activa de estos actores, principalmente de los sindicatos por la representación que tienen de grandes conglomerados de trabajadores y trabajadoras, en el Comité Espejo Mexicano de ISO y en la elaboración de la Norma Mexicana de Responsabilidad Social" (Presentación, 10).El documento también existente en versión

impresa, presenta los trabajos discutidos en tal foro e incorpora el borrador de trabajo de la ISO 26000.
“Las presentaciones de los especialistas, y sobre todo, el diálogo crítico con los participantes en el evento, permitió ampliar la discusión más allá de la Norma y colocar el debate en torno a la pertinencia, coherencia, accesibilidad, efectividad y eficacia de los instrumentos internacionales y nacionales que regulan la actividad empresarial y que buscan incorporar comportamientos éticos en su relación con la sociedad, las instituciones del Estado y otras empresas a lo largo de la cadena productiva” (Introducción, 15).

Anexo 2. Corpus para el análisis de casos

Documentos de El Poder del Consumidor, A.C.		
Código	Tipo de información	Referencia
epc 1	Información institucional de la organización disponible en su portal de Internet: Historia de la organización, Misión, Objetivos, Logros, Definición de responsabilidad social empresarial	www.elpoderdelconsumidor.org
epc 2	Carta de Alejandro Calvillo: "La voz de las empresas intenta callar a El Poder del Consumidor" disponible en el portal de Internet de la organización	www.elpoderdelconsumidor.org/main_page.html
epc 3	Denuncias contra Bimbo desplegadas en la página Web de la organización	www.elpoderdelconsumidor.org
epc 4	Como parte de la campaña informativa de la organización contra Grupo Bimbo, se distribuyó por correo electrónico y en la página Web de EPC una presentación electrónica (Power Point) titulada "Bimbo: engaño integral". En ella se denuncia que la empresa engaña a sus consumidores al decir que el pan integral contiene harina 100% integral. En la primera imagen aparece el Osito Bimbo con aspecto diabólico (oso blanco con camiseta roja que asoma torso, brazos y cara en un círculo azul. Las patas muestran uñas afiladas color guinda; la cara está compuesta por una sonrisa en la que se muestran los colmillos afilados, unos ojos negros con dos líneas rojas que denotan una mirada diabólica y unas cejas negras entornadas en señal de enojo. En suma, este Osito podría ser el personaje perverso y diabólico de cualquier tira cómica).	www.elpoderdelconsumidor.org
epc 5	Boletín 037. 1 de septiembre de 2008, "Ningún cambio en la tendencia creciente de la obesidad en México con el anunciado código de autorregulación publicitaria"	El boletín de EPC es distribuido por correo electrónico y está disponible en su página Web: www.elpoderdelconsumidor.org
epc 6	Críticas de EPC a Coca-Cola publicadas en su página web.	www.elpoderdelconsumidor.org
epc 7	Seguimiento de información sobre "comida chatarra" en la página Web y los boletines de la organización	www.elpoderdelconsumidor.org

Documentos de Greenpeace México, A.C.		
Código	Tipo de información	Referencia
gpm 1	Información institucional de la organización disponible en su portal de Internet: ¿Quiénes somos? Historia de Greenpeace. Actividades de Greenpeace México. Preguntas frecuentes. Campañas.	www.greenpeace.org/mexico
gpm 2	Notas informativas sobre responsabilidad empresarial publicadas el 8 de diciembre de 2005 en el Boletín 05-131	www.greenpeace.org/mexico
gpm 3	Notas informativas relacionadas con Grupo Bimbo, desplegadas en la página Web de la organización.	www.greenpeace.org/mexico
gpm 4	Maíz y biodiversidad. Efectos del maíz transgénico en México. Conclusiones y recomendaciones. Informe del Secretariado de la CCA (versión preliminar y final)	www.greenpeace.org/mexico
gpm 5	Carta de industriales a Diputados contra el Informe de la CCA (difundida por GPM)	www.greenpeace.org/mexico
gpm 6	Oficio SE/0150/06 de la Conabio sobre el contenido y la discusión en torno al documento "Elementos para la determinación de centros de origen y centros de diversidad genética en general y el caso específico de la liberación experimental de maíz transgénico al medioambiente en México"	www.greenpeace.org/mexico

gpm 7	Denuncias contra Monsanto en los Boletines de Greenpeace México (2003-2010).	www.greenpeace.org/mexico
gpm 8	Documentación electrónica de "Caso Chihuahua"	www.greenpeace.org/mexico
gpm 9	Comentarios de Greenpeace al Proyecto Maestro de Maíz	www.greenpeace.org/mexico
gpm 10	Greenpeace España, La imposible coexistencia. Siete años de transgénicos contaminan el maíz ecológico y el convencional: una aproximación a partir de los casos de Cataluña y Aragón	www.greenpeace.org/mexico
gpm 11	Greenpeace México, Las incómodas verdades del maíz transgénico	www.greenpeace.org/mexico
gpm 12	Carta de Greenpeace México a la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) con motivo de la Conferencia Técnica Internacional sobre Biotecnología Agrícola en Países en Desarrollo	www.greenpeace.org/mexico
gpm 13	Greenpeace México, "Informe de la campaña de Transgénicos", enero de 2007.	www.greenpeace.org/mexico
gpm 14	Greenpeace México, 2007, Guía roja y verde de alimentos transgénicos	www.greenpeace.org/mexico
gpm 15	Innovest Strategic Value Advisors (2003), Monsanto y la ingeniería genética: Riesgos para los inversionistas	www.greenpeace.org/mexico

Documentos de Grupo Bimbo		
Código	Tipo de información	Referencia
gb 1	Información de la empresa en su página Web: Acerca de Bimbo. Nuestra historia. Nuestra filosofía. Nuestros compromisos. Noticias y promociones. Premio Panamericano Bimbo 2006. Responsabilidad social. Datos relevantes. Sala de prensa.	www.grupobimbo.com
gb 2	Informe de Responsabilidad Social 2008. Este documento está conformado por 10 páginas donde se informan sobre las acciones que la empresa hace en materia de responsabilidad social: Comprometidos con tu salud, Comprometidos con el medio ambiente, Comprometidos con nuestros colaboradores y Comprometidos con nuestra sociedad. En la portada aparecen cuatro paquetes de pan Bimbo con empaques ilustrados con fotos que representan estos compromisos: salud (unas manos tomando de un costal un puño de trigo entero); medioambiente (una mano extendida sosteniendo un pie de árbol); colaboradores (una repartidora de productos Bimbo); sociedad (un hombre con sombrero -campesino- detrás de una espigas de trigo). En la primera página se presenta a la empresa: perfil de la empresa, donde se habla de los ejes de acción de la RS así como los reconocimientos obtenidos en 2008. En la siguiente página aparece el mensaje del Director general, Daniel Servitje Montull, hablando de los cuatro ejes de la RSE, mismos que se desarrollan (dos páginas por cada uno) en las siguientes ocho páginas. El informe tiene gráficos a color, fotos a color y texto en color negro (subtítulos color azul agua y anaranjado).	Grupo Bimbo (2008), Enfocados en ti. Informe de Responsabilidad Social 08, México, Dirección de relaciones institucionales, Grupo Bimbo. Disponible en versión electrónica: www.grupobimbo.com
gb 3	Código de Ética del Grupo Bimbo. Con fecha de enero del 2001. Documento de veinte páginas con fotos difuminadas en tonalidad azul-gris; texto café, fondo blanco, subtítulos anaranjado. En catorce páginas se presentan los distintos valores y principios que guían el actuar de la empresa y sus colaboradores en su relación con clientes y consumidores, accionistas y socios, proveedores, la	Grupo Bimbo (2001), "Código de ética", México. Disponible en versión electrónica: www.grupobimbo.com

	<p>sociedad y los competidores; así como en la operación del negocio.</p> <p>Al inicio del documento se presenta una carta del Director General, Daniel Servitje Montull. Al finalizar el código se presenta una carta compromiso de quien se adhiere a la empresa en su carácter de jefe. Después de esta carta compromiso, se presenta una galería de fotos (dos páginas), mismas que formaron parte de las diversas secciones del código; también en tonalidad azul.</p>	
gb 4	<p>Presentación electrónica (Power Point) de Javier Millán, del grupo Bimbo, sobre liderazgo del personal en Chihuahua para un curso organizado por la FECHAC.</p>	<p>Disponible en www.fechac.org.mx</p>
gb 5	<p>Nutrinotas. Boletín informativo sobre nutrición. Título: Alimentación de niños. Documento de una página con cuatro apartados.</p>	<p>Distribuido por correo electrónico. También está disponible en la página de la empresa.</p>
gb 6	<p>Nutrinotas. Boletín informativo sobre nutrición. Título: Cuidar el peso. Documento de 4 páginas.</p>	<p>Distribuido por correo electrónico. También está disponible en la página de la empresa.</p>
gb 7	<p>Nutrinotas. Boletín informativo sobre nutrición. Título: Estilo de vida saludable. ¡Pon en práctica los buenos hábitos!</p> <p>Los textos están a cargo de un Consejo de Redacción integrado por: las áreas de Nutrición, Relaciones Institucionales e Investigación y Desarrollo del Grupo Bimbo, así como por consultores en nutrición.</p>	<p>Distribuido por correo electrónico. También está disponible en la página de la empresa.</p>
gb 8	<p>Informe de Responsabilidad Social del Grupo Bimbo, por actividades de 2007.</p> <p>Es un documento de 20 páginas que juega con colores verde limón y azul en sus subtítulos; las letras del texto son en color gris sobre fondo blanco. En cada página se ilustra el texto con fotos e imágenes de las marcas Bimbo, así como con el osito Bimbo. El texto está dividido en cuatro ejes: Comprometidos con tu Salud, Comprometidos con el Medio Ambiente, Comprometidos con Nuestros Colaboradores y Comprometidos con Nuestra Sociedad.</p> <p>En la primera página aparece el Mensaje del Director General, Daniel Servitje. Las siguientes 16 páginas contienen lo relativo a los ejes de RS. En la página 18 aparece una foto de la escultura del Distintivo ESR Cemefi. Las últimas dos páginas muestran datos postales y editoriales del informe (redacción a cargo de la Dirección de Relaciones Institucionales del Grupo y diseño a cargo de milenio3.com.mx: Empresa en Comunicación Corporativa que le ha hecho los IRS a empresas como Alesa, Bimbo, Pemex y Corporación Moctezuma).</p>	<p>Grupo Bimbo (2007), El continuo crecimiento. Informe de Responsabilidad Social 2007, México, Dirección de relaciones institucionales, Grupo Bimbo. Disponible en versión electrónica: www.grupobimbo.com</p>
gb 9	<p>Selección de notas de prensa ubicadas en el portal de Internet del Grupo, relacionadas con los temas abordados analizados.</p>	<p>www.grupobimbo.com</p>
gb 10	<p>Informe 2006 y 2007 de Reforestemos México</p>	<p>www.reforestemosmexico.org</p>

Documentos de Coca-Cola		
Código	Tipo de información	Referencia
cc 1	Información de página Web de Coca-Cola México.	viviendopositivamente.com.mx
cc 2	Informe de Responsabilidad Social 2007. En el camino de la sustentabilidad, Fundación Coca-Cola de México.	Versión impresa
cc 3	Información sobre la historia de Coca-Cola en la página Web del Corporativo central.	www.heritage.coca-cola.com

Documentos del Código Pabi		
Código	Tipo de información	Referencia
cp 1	Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil	Disponible en www.ssa.gob.mx
cp 2	Comunicado a Medios 117-118 de la Profeco, titulado “La industria de alimentos y bebidas firma código de autorregulación de publicidad infantil (PABI)”.	Disponible en www.profeco.gob.mx

Documentos de Monsanto		
Código	Tipo de información	Referencia
Mon 1	Información de Monsanto México y de región de América Latina Norte	www.monsanto.com.mx
Mon 2	Monsanto Latinoamérica Norte (2008), Primer Reporte de Responsabilidad Social Éste es un documento de 50 páginas, que está disponible de forma electrónica en la página Web de la filial nortelatinoamericana de la compañía. Su objetivo es «compartir el compromiso de Monsanto y las acciones relevantes de la empresa en el desempeño responsable de su negocio en América Latina Norte». Está conformado por seis secciones, una introducción y la carta del Director General y Presidente.	www.monsanto.com.mx
Mon 3	Información e la página Web de Monsanto en torno a las denuncias de Greenpeace en su contra	www.monsanto.com .
Mon 4	Desplegados de prensa de Monsanto en el diario Reforma: “Monsanto una empresa comprometida con la sociedad mexicana” (2009-02-17); “Científicos de Monsanto y de BASF anuncian el descubrimiento de un gen que confiere tolerancia a la sequía en plantas de maíz”	www.monsanto.com . www.reforma.com.mx

Documentos de AgroBio		
Código	Tipo de información	Referencia
AB 1	Comunicado de prensa del 27 de enero de 2010.	www.agrobio.com.mx
AB 2	Comunicado de prensa del 28 de enero de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 3	Comunicado de prensa del 17 de febrero de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 4	Comunicado de prensa del 23 de febrero de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 5	Comunicado de prensa del 24 de febrero de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 6	Comunicado de prensa del 3 de marzo de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 7	Comunicado de prensa del 22 de marzo de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 8	Comunicado de prensa del 24 de junio de 2010	www.agrobio.com.mx
AB 9	Comunicado de prensa del 22 de octubre de 2009	www.agrobio.com.mx
AB 10	Servicio Internacional para la Adquisición de Aplicaciones Agrobiotecnológicas (ISAAA), Homenaje a Norman Borlaug, 2009	www.agrobio.com.mx
AB 11	ISAAA/ AgroBio México, “Aumenta la adopción de la biotecnología agrícola en el mundo y beneficia a 14 millones de agricultores”	www.agrobio.com.mx

Documentos de divulgación a favor de los OGM

Referencia	Comentario
Brookes, Graham & Peter Barfoot (2009), <i>GM crops: global socio-economic and environmental impacts 1996-2007</i> , Dorchester, UK, PG Economics Ltd.	Disponible en www.agrobio.com.mx (consultado en julio de 2010)
Dangour, Alan et. al. (2009), <i>Comparison of composition (nutrients and other substances) of organically and conventionally produced foodstuffs: a systematic review of the available literature</i> , Report for the Food Standards Agency Nutrition and Public Health Intervention Research Unit London School of Hygiene & Tropical Medicine	Documento disponible en www.agrobio.com.mx (consultado en julio de 2010)
Paarlberg, Robert (2009), "The Ethics of Modern Agriculture", <i>Springer Science + Business Media</i> , No. 46, pp. 4-8 (disponible en www.agrobio.com.mx)	Documento disponible en www.agrobio.com.mx (consultado en julio de 2010)
Theil, Stefan (2009), "Lo que se oculta debajo. Cómo el miedo a intervenir en la naturaleza frena a Alemania en industrias clave del futuro", <i>Newsweek-Español</i> (edición en línea), 7 de julio de 2009	Disponible en www.agrobio.com.mx (consultado en julio de 2010)

Documentos y películas de divulgación contra los OGM

Referencia	Comentario
Barkin, David (2003), "El maíz y la economía", en Gustavo Esteva y Catherine Marielle (2003), <i>Sin maíz no hay país</i> , México, Conaculta, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, Museo de las Culturas Populares (pp. 155-176)	Publicación impresa.
Esteva, Gustavo (2003), "Los árboles de las culturas mexicanas", en Gustavo Esteva y Catherine Marielle (2003), <i>Sin maíz no hay país</i> Op. Cit. (pp. 17-28).	
Kenner, Robert (2008), Food, Inc.	Película documental sobre los alimentos procesados y los OGM (estuvo en cartelera en México en junio de 2010)
Marielle, Catherine (2003), "El maíz como base para una soberanía alimentaria perdurable", en Gustavo Esteva y Catherine Marielle (2003), <i>Sin maíz no hay país</i> , Op. Cit. (pp. 270-282)	
Red en Defensa del Maíz Nativo (2008-07-10), "Pronunciamiento de la red en defensa del maíz nativo"	Disponible en www.endefensadelmaiz.org/Pronunciamiento-de-la-red-en.html (última consulta, 11 de noviembre de 2010)
Robin, Marie-Monique (2008), <i>El mundo según Monsanto. De la dioxina a los OGM. Una multinacional que les desea lo mejor</i> , Barcelona, Península	Libro impreso en español, de 521 páginas. También hay una película documental (su premier en México fue impulsada por Greenpeace y se realizó en la Cineteca Nacional el 11 de julio de 2009)
Sandoval, Marcos (2003), "El maíz y los pueblos indios", en Gustavo Esteva y Catherine Marielle (2003), <i>Sin maíz no hay país</i> Op. Cit. (pp. 59-66)	
Serratos Hernández, José Antonio (2009), <i>El origen y la diversidad del maíz en el continente americano</i> , Greenpeace México	Disponible en www.greenpeace.org.mx (última consulta, julio de 2010)

Documentos de divulgación contra la autorregulación

Referencia	Comentario
García Sais, 2008	Documento disponible en www.abogadocorporativo.com.mx/pdf/.../18-24El_Codigo.pdf (Consultado en septiembre-octubre de 2009).

Documentos de organizaciones nacionales

INCIDE Social (2009), "La modernización de los Centros Educativos. Un eje de la Alianza por la Calidad Educativa insuficiente para garantizar el derecho a la educación", Observatorio de política social y derechos humanos.	Disponible en www.observatoriopolicasocial.org (sección En la mira 2009). Consultado el 8 de noviembre de 2010.
---	---

Documentos de organismos internacionales

Referencia	Comentario
CINU-Centro de Información de las Naciones Unidas (2000), "Objetivos de desarrollo de la ONU para el milenio".	Disponible en http://www.cinu.org.mx/ong/dpingo/objetivos_milenio.htm ; (última consulta, mayo de 2008)
World Economic Forum (2009), <i>Informe Anual 2008-2009</i> , WEF, Ginebra.	Disponible en www.weforum.org/annualreport (Consultado en abril de 2010)
OECD-FAO (2008), <i>Agricultural Outlook, 2008-2017, Highlights</i>	Disponible en: www.oecd.org/publishing/corrigenda y en www.agrobio.com.mx
CDB-Convenio sobre la Diversidad Biológica (2000), <i>Protocolo de Cartagena sobre Seguridad de la Biotecnología</i>	http://www.cbd.int/doc/legal/cartagena-protocol-es.pdf
ONU-División para el Desarrollo Sustentable (DPS), <i>Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo</i>	http://www.un.org/esa/dsd/agenda21_spanish/res_riodecl.shtml
Cooperación Ambiental de América del Norte-CCA (2004), <i>Maíz y biodiversidad. Efectos del maíz transgénico en México. Conclusiones y recomendaciones. Informe del Secretariado de la CCA</i>	http://www.cec.org

Anexo 3. Listado de empresas con tres o más indicadores de RSE (del ranking de las 500 empresas con mayores ventas en 2007)

Empresa	Indicadores				
	3	4	5	6	7
American Express Bank	✓				
American Express Co.				✓	
Atento Mexicana	✓				
Basf de México	✓				
Casas Geo	✓				
Cementos Cruz Azul		✓			
Cemex				✓	
Chrysler de México	✓				
Cinépolis		✓			
Coca-Cola FEMSA	✓				
Comisión Federal de Electricidad			✓		
Danone México	✓				
Dow	✓				
Eli Lilly de México				✓	
Embotelladora Arca		✓			
Flextronics Manufact	✓				
Ford Motor Company	✓				
General Electric	✓				
Genomma Lab				✓	
GlaxoSmithKline		✓			
Grupo Bimbo		✓			
Grupo Financiero Banorte	✓				
Grupo Financiero Monex		✓			
Grupo Financiero Scotiabank			✓		
Grupo Industrial Lala		✓			
Grupo Mexicana de Aviación		✓			
Grupo Modelo			✓		
Grupo Omnilife	✓				
Grupo Posadas	✓				
Grupo Televisa	✓				
Grupo Xcaret		✓			
Hewlett-Packard México			✓		
Hipotecaria Crédito	✓				
Holcim Apasco				✓	
Home Depot	✓				
Homex		✓			
Industrias Peñoles		✓			
ING Seguros	✓				
Interceramic	✓				
Jabil Circuit de México	✓				
Johnson Controls de México	✓				
Kraft Foods México	✓				

Liconsa		✓			
Manpower			✓		
Merck Sharp & Dome de México	✓				
Met-Mex Peñoles			✓		
Microsoft México	✓				
Monex Casa de Bolsa	✓				
Nestlé México		✓			
Nextel de México		✓			
Novartis			✓		
Organización Soriana	✓				
Petróleos Mexicanos	✓				
Pfizer		✓			
Premier Chevrolet	✓				
Procter & Gamble de México	✓				
Sanmina-SCI Systems	✓				
Teléfonos de México	✓				
Unilever de México		✓			
Wal-Mart de México					✓
Wyeth			✓		

Anexo 4. Argumentación del informe de la CCA

Argumentos contrastantes de la CCA	
<p>En todo el mundo, la modificación genética representa esperanzas de mejorar la productividad agrícola, aumentar la resistencia a las enfermedades y disminuir la dependencia de plaguicidas. Si los agricultores tienen acceso a variedades transgénicas que perciben como valiosas, las entrecruzarán con variedades tradicionales, con lo que los transgenes y sus rasgos se propagarán en los campos de cultivo de maíz criollo.</p>	<p>Persisten numerosas cuestiones en torno del maíz transgénico que la ciencia no ha resuelto, entre ellas incluso el alcance regional de la introgresión de material transgénico en las razas locales o variedades criollas de México. Asimismo, persisten profundas diferencias respecto de los posibles riesgos que esos organismos genéticamente modificados (OGM) pueden representar para el medio ambiente y la salud humana y animal, así como sobre las posibles ventajas asociadas a ellos. Los efectos sociales, culturales, económicos y comerciales de los avances tecnológicos y otros cambios en la agricultura son también objeto de debates dinámicos.</p>
<p>No hay razón alguna para prever que un transgen habría de tener efectos mayores o menores en la diversidad genética de razas nativas o teocintles que otros genes de cultivares modernos empleados en forma similar.</p>	<p>La diversidad genética de las razas locales de maíz mexicano y teocintle ha de conservarse, lo mismo en la naturaleza que en la agricultura, así como en los cultivos ex situ y en los bancos de semillas. A esta cada vez más importante iniciativa deberán destinarse recursos financieros mexicanos, internacionales y del sector privado.</p>
<p>Parte de la población oaxaqueña, sobre todo campesinos, considera que la presencia de cualquier transgen en el maíz constituye un riesgo inaceptable para las prácticas agrícolas tradicionales, así como para los valores cultural, simbólico y espiritual del maíz. Dicha percepción de amenaza es independiente de los efectos potenciales o reales, científicamente estudiados, en la salud humana, la diversidad genética y el medio ambiente.</p>	<p>Es preciso apoyar a los campesinos en la protección y conservación de la biodiversidad única de las razas locales de maíz mexicano. Esto puede entrañar pagos directos a campesinos dispuestos a mantener sus prácticas agrícolas tradicionales y adoptar prácticas de reproducción que preservan las variedades locales, de manera que impidan o minimicen la introgresión de genes de otras fuentes y localidades.</p>
<p>Cualquier política recomendada debe ajustarse a los principios del Acuerdo sobre Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Acuerdo MSF), por ejemplo, los que especifican que las medidas MSF deben respetar el principio de la no discriminación, ser lo menos restrictivas del comercio y ajustarse a las principales normas internacionales. Asimismo, ha de considerarse el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC), que establece que las normas técnicas deben ser no discriminatorias (artículo 2.1) y no más restrictivas del comercio que lo estrictamente necesario para el cumplimiento de un objetivo legítimo (artículo 2.2).</p>	<p>Dado que la persistencia y la propagación de nuevos genes dependen en forma tan marcada de la tasa del flujo génico, el gobierno mexicano deberá fortalecer la moratoria al cultivo comercial de maíz transgénico minimizando las importaciones de maíz transgénico vivo de países que lo cultivan comercialmente. Por ejemplo, algunos países han hecho frente a esta problemática al moler los granos transgénicos en el puerto de entrada.</p>