

Repensando la responsabilidad social y ética empresarial. Una revisión del pensamiento de Gilles Lipovetsky

1.- ¿Cuál es el rol de la empresa en la sociedad posmoderna?

La empresa instrumentaliza las necesidades de los consumidores a partir de la posición, el rango, la conformidad y diferencia social.

2.- ¿Cuáles son las características que identifica Gilles Lipovetsky en la sociedad actual?

Para el autor, la sociedad se encuentra en una fase posmoralista que exalta los deseos, el ego, la felicidad y el bienestar individuales, no como el deber difícil y sacrificado de los dogmas teológicos.

3. - ¿Cómo define Lipovetsky el concepto de “consumo”?

El autor lo define como una forma de distinción y posicionamiento social, instrumento de la jerarquía social, se le identifica a partir de la producción de valores honoríficos y de emblemas sociales (Lipovetsky, 2004).

4.- Para Lipovetsky, ¿Cuáles son los tres factores que explican el auge de la responsabilidad social (ética en los negocios) en la actualidad?

- El primero de ellos hace referencia a la sucesión de catástrofes y los peligros del deterioro del medio ambiente
- El segundo factor refiere a las consecuencias morales y económicas de los procesos de desregulación por las políticas neoliberales de los años ochenta.
- El tercer factor expuesto por el autor se refiere al marketing y el esfuerzo para ganar sectores de mercado mediante nuevas políticas de comunicación y la innovación de productos.

5. - ¿Qué significa el concepto de “modética”?

Se observa que los programas de responsabilidad social son una moda de la era posmoralista, llamada por el autor “modética”, donde la dimensión moral recreada representa el objetivo vital de la empresa sin una responsabilidad de fondo, sin el deber incondicional